第一图书网, tushu007.com

<<基层农技推广体制改革研究>>

图书基本信息

书名：<<基层农技推广体制改革研究>>

13位ISBN编号：9787308072045

10位ISBN编号：7308072045

出版时间：2009-12

出版时间：浙江大学出版社

作者：扈映

页数：196

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

农业现代化的核心内容就是不断地用现代生产要素替代传统生产要素，在农业科技创新体系中，基础、应用研究和推广应用缺一不可，农技推广扮演的角色是，将各种先进的农业实用技术通过试验、示范、宣传、培训等方式向农业生产领域转移和扩散。
上世纪80年代以来，为适应农村经济结构和农业经营形式的深刻变化，诞生于计划经济时代的推广体制曾经进行了多次变革，然而，农业科技推广服务与农村经济发展之间的深层次矛盾并没有从根本上得到解决，政府推广部门的工作效率依然受到广泛质疑。
另外，基层农技推广机构作为直接面向农村和农民的国家事业单位，也是深化乡镇政府机构改革的难点之一，在农业税费改革后，这一问题变得更为迫切。
因此，剖析政府农技推广体系存在的深层次问题，研究影响其工作职能和效率的主要因素，提出下一步的发展建议，对于实现农业现代化、提高农民收入有很重要的作用。
本研究的分析思路是将新制度经济学的有关理论与方法贯穿始终，并在对政府推广机构制度变迁的历史过程进行分析的基础上，试图构建新的公共农技推广体系。
全书共分11章： 第一章是导论。
主要交代了研究背景和意义、研究方法、研究思路和框架，并给出了全文的研究假设。
第二章对国内外相关研究进行了综述和简要评述，以从逻辑上引出以后各章的研究内容。
第三章探讨了公共农技推广体系在中国存在的理论依据。
本章从公共物品特性的动态化视角下考察农技推广服务的供给问题。
公共物品的公共性会因政治制度、经济发展水平、技术条件、公共物品的需求弹性等因素的改变而发生变化。
这是农业经营制度发生重大变革以后，与之配套的农技推广制度也应进行适应性调整的理由之一。
作为一种特殊的产品，农民对农技推广机构提供的服务所进行的消费构成直接消费，农产品消费者则构成农技产品的间接消费，两种消费行为分别带来农业技术的内部效益与外部效益。
这是政府对农业技术推广进行投资、建立一支公共农技推广队伍的又一理由。
第四章对我国农技推广机构的职能及组织结构进行了历史考察。
历史分析法是本文的重要研究方法之一，根据不同时期出台的政策指导思想的差异，笔者把历时20多年的农技推广体制改革划分为3个阶段：第一阶段，1983—1990年；第二阶段，1991—2000年；第三阶段，2000年以后。
通过对这三个阶段出台的政策的考察，认为，大部分时间里，农技推广体制改革都是作为行政体制改革的一部分而进行，相形之下，这一机构的专业技术组织功能反倒被忽略了。
第五、第六和第七章对历经多次改革后基层农技推广组织的治理结构和工作绩效进行了研究。
第五章对农技推广市场化取向改革实验进行的经济学分析表明，基层推广机构的“创收”活动虽然已经取得一些成功经验，但是，推广活动市场化取向的萌生与增强势必模糊推广机构的公益性目标与商业化目标之间的界限，进而可能导致所承担的国家目标或公众利益目标的弱化。
而且，由于信息不对称等原因的存在，“花钱买服务”的方式还面临公益性服务的质量和成本难以控制的问题。
第六章对现行体制下乡镇机构治理特点及对推广机构的影响进行的分析表明，政府机构设置上下同一和归口管理的体制，是乡镇机构政事不分的根本原因。
在这一体制下，基层农技推广机构专业推广职能弱化也就成为必然。
第七章的分析表明，在推广职能弱化的情况下，政府对基层农技推广机构增加的投入相当一部分转变为部门收益。
通过部门加强对基层务主体的支持的作法，已不能从根本上改善基层政府的公共服务绩效。
第八章运用委托代理理论从一个较为宏观的角度对当前的农科教管理体制进行了分析，在委托人是政府部门的情况下，推广机构日常更多的是围绕本级政府来开展工作，这决定了政府农技推广机构实际职能的复杂化。
同时，农科教分割的管理体制造成科研机构与推广机构之间代理链过长，代理成本过两。

第九章对基层推广机构职能弱化的原因及对新制度安排的需求进行了分析。
在改革开放政策实行30年后的今天，政府农技推广制度安排面临制度选择集合的变化。
首先，农村经济和技术需求特征的变化对农业技术供给提出了新的要求。
其次，非政府组织对政府推广体系的部分职能实现了替代，政府农技推广组织的构架即使依然完整地存在，能发挥的作用已远不如以前。
再次，农村工业化和城镇化及农业的“小部门”化趋势，使基层农技推广队伍显得过于庞大，政府农技推广组织的构架即使依然完整的存在，能发挥的作用已远不如以前。
作为与农民最接近的一级政府，乡镇管理和服务的内容应随着经济结构的不断调整和农村社区形势的变化而进行调整。
浙江省的经验表明，政事不分成为在现行体制内基层政府适应新形势的一种选择。
第十章对国际上三种不同类型的农技推广模式的演变过程进行了分析，并对其经验进行了总结，认为这些经验对中国实践的启示是，农业技术推广制度的设计，一方面要考虑治理的成本和收益，即治理效率，另一方面要考虑具体的经济技术和制度环境，即国情和组织的具体情况。
本章并结合中国的具体情况，对我国农技推广体制的改革提出了建议。
第十一章也就是本文的最后一章除了对已经进行了20多年的农技推广体制改革的实践进行了总体绩效评价外，还构建了一个提高知识与决策权匹配程度的新型农技推广体制，在这一体制下，省级农科院承担了一省农业科技创新体系建设领导者的职责。
在文章的最后，针对新型农技推广体制的构建可能面对的问题提出了政策建议。

书籍目录

01 导言 1.1 有关概念 1.2 研究对象及研究意义 1.3 研究思路与研究方法 1.3.1 研究思路 1.3.2 研究方法 1.4 研究假设 1.5 分析框架 1.6 研究目的与拟解决的基本问题 1.6.1 研究目的 1.6.2 拟解决的基本问题 1.7 研究创新和可能存在的不足 1.7.1 主要研究创新 1.7.2 可能存在的不足和有待深入研究之处02 国内外相关研究现状及简要评述 2.1 国内研究概况 2.2 国外相关研究文献 2.3 简要评述03 公共农技推广体系在中国存在的理论依据 3.1 农技推广服务的经济学性质分析 3.2 农技产品消费活动的双重性 3.3 农技推广服务中政府作用的思考 3.4 本章结束语04 我国基层农技推广机构职能及组织结构的历史考察 4.1 新制度经济学中有关制度变迁的一些理论 4.2 新中国成立后农技推广机构的组建与初步发展 4.2.1 作为农地制度配套制度的农技推广体制的变迁 4.2.2 计划经济时代农技推广制度的适应效率 4.3 计划经济后时代农技推广体制改革的主要内容 4.3.1 国家关于农技推广体制政策的简要回顾 4.3.2 政府涉农部门及推广机构适应新环境的努力 4.3.3 改革后农业科技推广系统的结构特征 4.4 本章结束语05 激励机制视角的农技推广市场化取向改革分析 5.1 市场化取向改革的主要表现 5.2 经济学和管理学中有关激励理论 5.3 “ 一站两制 ” 情况下创收激励机制的分析 5.4 信息不对称情况下的 “ 购买服务 ” 5.5 商业化对公益性目标的侵蚀 5.6 改革的 “ 减支 ” 效果并不理想 5.7 本章结束语06 现行体制下乡镇机构治理特点及对推广机构的影响 6.1 “ 职责同构 ” 行政安排下的乡镇机构 6.1.1 小而全的组织设置 ……07 “ 部门化 ” 体制下基层农技推广机构的工作绩效分析08 委托一代理视角下的农科教管理体制09 基层推广机构面临的政治经济环境透视10 农技传播的国际经验及其启示11 改革实践的总体绩效评价与新型农业科技传播体系试构建参考文献附录后记

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com