华南农业大学学报(社会科学版)
2010年第3期 JOURNAL OF SOUTH CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY No. 3 2010
(第9卷) (SOCIAL SCIENCE EDITION) (Vol. 9)

欠发达地区农业社会化服务的供给、需求及农户意愿
——基于甘肃样本农户的调查分析

谈存峰[a], 李双奎[b], 陈强强[a]

(甘肃农业大学:a 经济管理学院;b. 人文学院, 甘肃 兰州 730070)

摘 要: 通过对甘肃省6个县区样本农户的问卷调查,以农户的视角分析了农业社会化服务供给现状与农户需求意愿。分析结果表明:①农业社会化服务供给环节和内容存在片段性和不稳定性;②服务组织与农户利益联结不紧,服务的单一性、一次性特点突出;③服务性质的商业色彩浓、社会公益性弱;④农户对农业技术(服务)的需求受到具体条件(农户生产经营特征、家庭特征及户主个人特征)和一般条件(地理位置、交通通讯、市场体系等)影响,这两类条件对农业社会化服务的影响程度不同,需要区别对待。

关键词: 农业社会化服务; 供给; 需求; 农户意愿

中图分类号: F324.6 **文献标识码**: A **文章编号**:1672-0202(2010)03-0001-08

农业社会化服务本质上属于专业分工的范畴,其发展是"技术进步和社会分工的结果"[1]26。随着市场化程度的不断深入,专业化分工趋势越来越明显,公共服务机构、合作经济组织、企业等多种服务提供者与其服务对象农户在长期互动中寻求建立起动态的供需平衡。因而从供需角度出发开展农业社会化服务问题研究是此类研究中的重要组成部分。很多学者从技术供需、存在问题、影响因素及措施等方面进行了大量研究,取得了许多富有价值的成果。

农业社会化服务供给问题是学者们的研究热点。金兆怀[2]指出,在当前和今后相当一段时期内面临的主要问题是农业社会化服务供给不足。更多的学者从投入不足[3-4]、体制不顺[5-6]等方面对农业社会化服务供给问题进行了深入探讨,并提出了许多建设性的对策建议。

另外,对于农技供需现状中存在的"有效供给"、"有效需求"不足与失衡现象,黄季焜等[7]分析指出,技术从产生到采用各环节主体的目标不一致导致政府、农业科研、技术推广人员的技术创新及推广与农民的技术需求相脱节。朱希刚[8]3-4也提出了相似观点。他认为,在政府主导的农业科技推广活动中,农业科研人员和农民、农业生产之间并不发生直接的经济联系,导致农业科研偏向重视科研成果的学术水平和技术上的先进性,而忽视在农业生产中应用的可行性和经济上的有利性。

针对农业社会化服务在总量与结构上存在的供需失衡问题,姜利军[9]认为农业社会化服务体系能否建立和完善,从根本上取决于农业生产和农民的需要。朱希刚[8]4指出,为了从根本上扭转农业科技成果供需不均衡的局面,应该推行农业科技产业化的做法,让农业科技成果通过市场直接进入农业生产和农业经济。简小鹰[10]认为农业技术推广者的行为方式必须围绕农业技术应用者的需求自下而上开展。胡瑞法、李立秋等[11]认为有必要建立一个全新的基于农户需求的农业技

收稿日期:2010-04-06

基金项目:2009年甘肃省哲学社会科学规划项目

作者简介:谈存峰(1978—),男,甘肃榆中人,甘肃农业大学经济管理学院讲师,主要研究方向为农业与农村可持续发展.

术推广新机制。

已有的成果从多角度对农业社会化服务供需问题作了深入研究,但从全国范围内研究的居多,对区域尤其是欠发达地区的研究较少;以供给角度的研究较多,以农户视角的研究较少。欠发达地区由于社会经济发展水平的原因,农业社会化服务供给需求体系与其他地区有较大的差别,因此有必要对欠发达地区农业社会化服务供给与需求现状、问题进行深入研究。本文以甘肃省农户调查问卷为依据,从农户视角考察农业社会化服务的供给现状、农户需求及其意愿,并提出相关政策建议。

一、数据、样本及问卷说明

(一)数据来源

本文采用的数据来源于"需求视角下甘肃农业社会化服务体系和模式分区研究"课题组于2009年7—8月对甘肃省6个县(区)农业社会化服务状况的入户调查。考虑到"规模经济是农业社会化服务发展的内在动力"[1]27,本次调查以判断抽样的方式选择了张掖甘州区、肃南县、榆中县、靖远县、定西安定区、陇西县共6个县区特色农业或规模农业发展较好的乡镇为调查样本点,再以偶遇抽样方式由调查人员入户调查,共入户251户,取得244份有效问卷。

(二)样本描述

本次调查样本总量为6个县(区)15个乡(镇)32村共244户农户。从农户类型看,纯种植农户125户,纯养殖户41户,种植养殖兼有型农户78户;从户主受教育程度看,未上过学的有10户,小学文化程度57户,初中文化程度124户,高中文化程度51户,高中以上文化程度2户。

(三)问卷设计

本问卷将农业社会化服务内容分为农业流通服务、农业科技服务、农业信息服务、农业金融服务四部分,其中,农业信息服务主要指农产品市场信息;农业科技服务包括种养殖业技术、施肥技术、病虫害防治技术、省工节本技术、灾害预防技术、农产品储藏、包装及加工技术等;农业流通服务包括新品种、新型农(兽)药、新型肥料(饲料)的提供及农产品的销售等;农业金融服务指农户生产经营所需资金的筹措。调查方向主要包括农户对农业社会化服务需求内容、需求强度,当前农业社会化供给现状和农户需求意愿、农户采用新技术或接受服务所面临的困难及其影响因素等。

二、问卷统计与分析

(一)农户对农业技术(服务)需求强度

经过对样本农户选择频率的统计排序,我们发现农户对各类农业技术(服务)需求强度依次为新品种、市场价格、供求等信息、病虫害防治技术、新肥料(饲料)、种植(养殖)技术、新农药(兽药)、省工节本技术、施肥技术、灾害预防技术(表1)。其中,除了市场价格、供求信息涉及到产后环节,其余选择频率较高的均为产前、产中环节的技术(服务)。另外,不同地区由于经济社会发展水平不同,对技术(服务)需求也存在差异,如张掖甘州区玉米制种产业较发达,制种企业为农户提供种植、植保、产品收购等服务,农户更关心市场价格、供求信息等,而其他地区契约式、订单式农业很少见,农户对新品种、新肥料、虫害防治技术等需求较大。当然,农户个人特征、家庭特征等也会对农业技术(服务)需求产生影响。

(二) 农业流通服务

1. 新品种供给、需求及农户意愿

农户对新品种的需求频率最高,为20.19%(表1),有52.46%的调查农户选择新品种为自己

最想获得的项目。农户对新品种需求频率高有其现实原因,品种不仅决定着农产品的产量、品质,而且对价格有重要影响,这对于商品经济结构农户来说显得更为重要。可以预见,随着甘肃农村种养业结构调整与规模扩大,农畜品种需求问题将会越来越突出。

表 1　农户技术(服务)需求排序

技术类型	频数/户	频数/%	样本/%
新品种	128	20.19	52.46
市场价格、供求等信息	105	16.56	43.03
病虫害防治技术	98	15.46	40.16
新肥料(新饲料)	80	12.62	32.79
种植(养殖)技术	77	12.15	31.56
新农药(新兽药)	67	10.57	27.46
省工节约成本技术	37	5.84	15.16
施肥技术	34	5.36	13.93
灾害预防技术	8	1.26	3.28

在新品种获得渠道的现状调查中(表 2),42.21% 的农户从邻居、亲戚朋友处获取,比重最高。调查中发现,尽管随着社会经济发展,农村社会关系格局有了很大变化,但以亲缘、地缘、姻缘为基础的传统“差序格局”对农户生产生活仍起着重要影响(在农村,邻居、亲戚朋友往往又是同业生产经营者,因此亲缘、地缘、姻缘关系中隐含着业缘关系)。农户对邻居、亲戚朋友的信任程度要远甚于其他农资经营者,于是在很多农村出现农资生产者或经营者选择农户为经销点推销农资的现象。

表 2　农户获得新品种、农药(兽药)、肥料(饲料)渠道现状与意愿　　单位:%

获得渠道	新品种		新农药(兽药)		新肥料(饲料)	
	现状	意愿	现状	意愿	现状	意愿
邻居、亲戚和朋友	42.21	4.10	31.97	2.87	31.97	4.51
个体经销户	38.93	4.92	61.07	11.89	65.57	8.20
农技站	33.61	24.18	28.69	33.61	26.23	27.05
种养大户或示范户	17.21	12.30	9.02	12.30	6.97	16.80
乡镇政府和村委会	10.66	22.95	5.33	22.95	6.15	24.18
公司企业	10.25	18.44	8.20	11.07	9.84	16.80
农业科研单位或高校	4.51	49.59	5.33	48.77	4.51	47.95
协会或专业合作组织	2.05	25.41	2.05	22.54	1.23	25.00

经济发展使农村流通业得到较快发展,由于品种齐全、更新换代快,经营农资的个体经销户逐渐成为农村流通市场的重要力量。38.93% 的农户通过个体经销户获得新品种。

农技站作为传统的农业技术推广服务部门,政府色彩使其赢得了不少农户信任,33.61% 的农户从农技站获得新品种,比重列第三位。

对比农户获得新品种的现状与意愿(表 2),可以明显看出新品种供给与需求之间的反差。农业科研单位或高校,协会和专业合作组织在农户获得渠道现状排序中位于最后两位,但在意愿调查中,49.59% 和 25.41% 的农户选择了这两种渠道,选择比重分列一、二位。农技站的现状与意愿选择排序未发生变化,排在第三位。这反映出农业科研单位或高校尽管受农户信任程度高,但由于不是专门的推广部门,与万千普通农户直接接触的机会有限。但必须承认,个体经销户,农技站,乡镇政府和村委会,甚至公司企业向农户提供的新品种有很大比例来源于科研院所与高校。

协会与专业合作组织的选择意愿比重高,反映出农户对加入合作组织有很高期望,这也从调查访谈中得到了证实。但限于经济发展水平,甘肃农村专业合作组织发展处于起步阶段,在主体地位、组织制度、专业化水平等方面仍有很多问题需要摸索实践。

2. 新肥料(饲料)、新农(兽)药供给、农户需求及意愿

新肥料(饲料)、新农(兽)药选择频率在众多技术或服务中分列第四、六位(表1),尽管需求频率不高,在调查过程中我们仍可感受到农民对此类服务的困惑与希望。农村农资经营主体多样,规模、信用状况参差不齐,假冒伪劣商品坑农害农事件时有出现,在市场信用受到质疑的同时,农户可选渠道并不多。另一方面,此类农资品种繁多,农民使用农资相关知识欠缺。但目前供给主体提供服务单一,无法满足农户希望获得指导、培训、跟踪服务的需求。

对比农户取得这两类农资的现状与意愿(表2),可以发现与新品种情况非常相似。个体经销户,邻居、亲戚朋友,农技站分列农户获得渠道比重前三位。农户获得渠道意愿选择的一致性也较强,其中,农业科研单位或高校,农技站,乡镇政府和村委会,协会和专业合作组织分列农户获得新农(兽)药渠道意愿选择前四位。新肥料(饲料)前两位排序与新农(兽)药相同,三四位排序发生了调换。

3. 销售农产品渠道供给、农户需求及意愿

表3 农户销售农产品渠道现状与意愿 单位:%

销售渠道	现状	意愿
自己零散销售	56.15	2.87
个体运销商上门收购	35.66	22.95
通过批发市场销售	31.15	28.28
邻居、亲戚朋友联系销售	22.95	6.56
契约、订单式销售	13.11	55.33
乡镇政府和村委会联系销售	4.51	38.52
由种养大户或示范户订购	3.28	8.20
协会或专业合作组织销售	2.87	27.05

56.15%的农户自己在集贸市场或人口聚集区零售农产品。这一群体包括两类农户,一类农户没有其他销售渠道,只能自己零售;另一类农户生产经营规模较小,农畜产品保质(鲜)期较长,因为价格原因不愿出售给运销商或企业。对于自己零售的风险与成本,这部分农户也有考虑:对于价格风险,由于大部分出售农畜产品都是生活必需品,价格不会在短期内大起大落;对于机会成本,农畜产品收获(出栏)后无更多后续农活,也不打算出去务工,既使外出务工,家里其他人也可以承担零售任务,因此选择零售是一种理性选择。35.66%的农户把农畜产品出售给上门收购的个体运销户,这一部分农户生产经营规模较其他农户大,农畜产品保质(鲜)要求较高,自己无能力运输、销售。31.15%的农户在批发市场销售农畜产品,他们具备一些共同特征:距批发市场较近或处城郊近郊地区,农畜产品不是集中上市,而是定期间断上市。

在销售渠道意愿调查中,契约或订单式销售,乡镇政府和村委会联系销售,批发市场销售,协会或专业合作组织销售选择比重位列前四位,反映出随着市场化程度的不断加深,农户对市场风险认识逐步加深,契约式、有组织销售方式成为他们首选。另一方面,由于区域农村社会经济发展的差异性和不均衡性,传统的销售渠道如批发市场在不少地区仍是农户重要的销售农畜产品渠道。

(三)农产品市场信息服务供给、农户需求及意愿

市场价格与供求信息需求频率为16.56%,43.03%的农户选择了它(表1),反映出信息在当

今农村市场经济发展中的重要作用。准确、及时的信息引导着农民的生产活动与经营行为，促进了资金、生产资料、劳动力等要素的流动和配置，直接影响着农户收入。从获得市场信息渠道现状看，广播、电视和报纸，邻居、亲戚朋友，个体经销户是目前农户最重要的市场信息获取渠道。不难看出，获取信息方式仍存在被动、消极、不系统等特点。广播、电视和报纸尽管信息及时、表现形式多样、容易获取，但多为宏观信息，针对性差。在调查中了解到，订阅农业相关信息报刊的农户很少。邻居、亲戚朋友提供信息具有明显的小道消息特征，可靠性无法保证。个体运销户大多与农户只是简单的买卖关系，无更多的利益联结关系，因此他们提供的信息可靠性也值得怀疑。

表 4　农户获得市场信息渠道现状与意愿　　单位：%

获得渠道	现状	意愿
广播、电视、报纸	60.25	30.74
邻居、亲戚和朋友	56.56	2.46
个体经销户	27.05	5.33
种养大户或示范户	17.21	12.70
公司企业	8.61	15.16
网络	5.74	19.67
乡镇政府和村委会	5.74	41.80
协会或专业合作组织	1.64	32.79
农业科研单位或高校	0.82	20.49

乡政府和村委会，协会和专业合作组织，广播、电视和报纸分列农户获得市场信息渠道意愿的前三位，结合农户调查中了解到的信息，我们可以这样概括农户在信息服务方面的需求意愿，即可靠性、专业性和易得性。41.8% 的农户选择意愿为乡（镇）政府和村委会，源于农民对集体统一经营与服务的期望及对政府背景的信任。但很多地方集体管理和服务弱化、异化，“干部们都忙着应付层层下达的指标，老百姓生产、生活管的太少了”，这是调查中农户的普遍反映。协会和专业合作组织选择意愿比重为 32.8%，也反映出农户对信息服务专业性的诉求。它们由于与生产、加工、销售等环节联系紧密，使其具备了提供专业准确、针对性强的各类信息的重要条件，这样的信息正是农户渴望得到的。广播等媒介受到 30.74% 的农户青睐，原因在于此类渠道信息的易得性。获取简单、成本低是农户获取信息的要求之一。

（四）农业技术服务供给、农户需求及意愿

1. 种养、病虫害防治和省工节本技术供给、农户需求及意愿

农户获得种养技术、病虫害防治技术和省工节本技术的渠道现状与其需求意愿有较强的一致性。其中，种养技术、省工节本技术的农户获得渠道比重前三位排序完全一致（表 5），分别是邻居、亲戚朋友，种养大户，广播、电视和报纸；病虫害防治技术获取渠道所占比重位列前三位的是邻居、亲戚朋友，个体经销户，广播、电视和报纸，反映出在目前供给渠道上，种养技术和省工节本技术较病虫害防治技术经验因素更多一些，后者较前者专业色彩更浓一些。

在农户获得这三类技术的渠道意愿选择排序上，种养技术、病虫害防治技术完全一致，位列前三位的是农业科研单位或高校，协会和专业合作组织，乡镇政府和村委会。省工节本技术稍有变化，农业科研单位或高校仍居第一，协会或专业合作组织，乡镇政府和村委会并列第二，种养大户列第三。这反映出农户既希望获得专业的技术指导与服务，又对种养大户经验偏爱有加，是在当前省工节本技术缺乏系统、专业供给体系状况下的理性选择。

表5 农户获得种养、病虫害防治、省工节本技术渠道现状与意愿 单位:%

获得渠道	种养技术		病虫害防治技术		省工节本技术	
	现状	意愿	现状	意愿	现状	意愿
邻居、亲戚和朋友	55.33	4.92	51.64	4.10	50.41	5.74
种养大户或示范户	29.92	18.85	20.90	18.44	24.18	21.31
广播、电视、报纸	19.26	11.07	26.64	18.85	23.77	9.84
个体经销户	16.39	3.28	36.48	11.48	20.49	8.20
乡镇政府和村委会	10.66	26.64	7.38	20.49	18.21	24.18
公司企业	9.43	16.80	9.02	14.34	5.86	7.79
协会或专业合作组织	7.38	37.30	2.46	29.10	18.21	24.18
网络	2.87	8.61	2.87	9.02	2.78	3.69
农业科研单位或高校	2.46	48.77	4.92	46.31	20.99	27.87

2. 灾害防治技术供给、农户需求及意愿

在各类灾害防治技术获得渠道现状中,广播电视报纸,种养大户,邻居、亲戚朋友所占比重位列前三位(表6)。而在农户获取渠道意愿选择上,广播、电视和报纸,乡镇政府和村委会,种养大户位列前三位。对比供给现状和农户需求意愿可以看出,广播、电视和报纸是目前农户获取此类信息与技术的最主要渠道,同时也是农户最愿意选择的渠道,说明大众媒介在此类信息服务上得到农户认可,乡镇政府和村委会比重由获取现状的13.93%上升为需求意愿的25.82%,反映出农户对乡镇政府和村委会在灾害防治中发挥作用的期待。种养大户选择意愿比重为24.59%,显示农户对防治灾害经验的重视。

表6 农户获得防灾技术、农产品加工包装技术渠道与意愿 单位:%

获得渠道	防灾技术		农产品加工包装技术	
	现状	意愿	现状	意愿
广播、电视、报纸	52.46	30.33	27.46	8.20
种养大户或示范户	28.69	24.59	12.30	16.39
邻居、亲戚和朋友	22.54	5.33	20.90	2.05
乡镇政府和村委会	13.93	25.82	10.66	22.95
个体经销户	9.02	2.05	24.59	4.10
公司企业	7.38	8.61	10.66	32.79
网络	6.15	15.98	2.46	9.02
协会或专业合作组织	0.82	19.67	2.87	37.30
农业科研单位或高校	0.82	21.31	2.05	26.23

农产品加工包装技术推广和供给体系是评价地区农业社会化服务体系的重要内容。73%的样本农户目前从广播、电视和报纸、个体经销户、邻居、亲戚朋友等渠道获得此类技术(表6)。调查中我们发现此类技术供给现状存在诸多问题。从大众媒介上获取此类技术信息缺乏针对性,从个体经销户只能购买到进行初级加工、包装的设备材料,相应技术得不到指导与服务,邻居、亲戚朋友之间更多的是经验与信息的相互传递,专业性无法保证。

在农户对此类技术的需求渠道意愿选择中,近61%的农户希望从协会或专业合作组织、公司企业及农业科研单位或高校获得此类技术服务,反映出农户不仅希望获得专业性和针对性强的加工包装技术,而且希望此类技术能与其他流通环节有效衔接。

三、结论及政策建议

通过对甘肃样本农户农业社会化服务供给和需求调查问卷的统计分析,我们得出如下几个主

要结论：

（一）服务环节和内容存在片段性和不稳定性

在服务环节上，产前、产中服务居多，产后服务少；在服务内容上，动植物品种、农药、饲料、化肥多，病虫害防治、灾害防治、省工节本及农产品加工包装技术少。服务提供的不稳定性在很多地区存在，去年有，今年没有；播种（养殖）季节有，收获（出栏）季节没有，使得农户生产经营不确定因素大大增加，影响农业生产平稳健康发展。

（二）服务组织与农户利益联结不紧，服务的单一性、一次性特点突出

除少数地区特色农业有一定发展规模、农户与企业或其他服务组织初步建立了利益联结关系外，大部分地区农户与服务提供者处在简单的买卖关系上，经（运）销户给农户提供有形的商品（一次性服务）后，他们之间的一次交易就此结束，农户无法享受一条龙式的跟踪服务，服务缺乏系统性与持续性，无法满足农户技术指导、跟踪服务的强烈需求。这也可以从农户把“缺乏技术使用的跟踪服务”排在使用技术或服务中遇到困难的第一位得到印证。

（三）服务性质的商业色彩浓、公益性弱

在调查区域，除了信息易获取的大众媒介、亲戚朋友、左邻右舍等渠道外，个体经（运）销户等民间服务组织是农户获取各类服务最主要的渠道。农技推广机构、协会或专业合作组织、科研院所（高校）等组织由于种种原因始终无法发挥应有的作用，对于农村经济发展滞后、农户经营规模普遍较小的欠发达地区，商业性服务成为农户唯一的选择，公益性服务供给严重不足的局面显然无法满足广大农户的基本需要。

（四）服务需求受多种因素影响，显示出较大差异性

调查中了解到，农户对农业技术（服务）的需求受到多种因素影响，我们将其简单归纳为具体条件和一般条件两大类。具体条件主要指农户生产经营特征、家庭特征及户主个人特征，主要包括农户生产经营规模、农畜产品性质、家庭劳动力、户主年龄及文化程度等。一般条件主要指农户所在区域社会经济发展情况，主要包括地理位置、交通通讯、市场体系等基础设施状况。这两类条件对农业社会化服务的影响程度是不一样的，需要区别对待。

根据以上几条结论，我们对欠发达地区农业社会化服务体系建设提出如下政策建议：

第一，加强村集体统一经营与服务职能。通过制度安排与体制改革，逐渐剥离附在村委会头上过多的行政任务与色彩，转变它们“乡（镇）政府派出机构”的准行政组织角色，强化村委会在兴修水利、开展机械作业、提供植保、良种、畜禽防疫、农副产品销售等经济职能与服务职能。

第二，重视差序格局在农业社会化服务体系建设中的作用。完善农业社会化服务体系过程中，应充分认识到差序格局在农村社会互动中的重要作用。在实施农村信息化工程、农民培训及科技特派员政策时，充分发挥血缘、地缘、姻缘、业缘和利益等因素在农民交往中的作用，降低推广组织（人员）面对万千农户的交易费用，提高推广和服务效率。

第三，推进农村土地流转进程，培育农村专业合作组织，提高农户经营的规模化与专业化。积极探索转包、租赁、入股等多种土地流转方式，推动土地等生产资料集中、集约经营，提高单个农户生产经营规模；另一方面，加大培育农村各类专业合作组织，通过政府引导、法规规范等措施不断优化产权结构，逐步规范成立机制、内部运行机制及利益分配和决策机制，发挥专业合作组织联结市场与农户桥梁作用，降低交易成本，实现规模经济。

第四，加强农民培训，提高他们获取、吸收各类信息的能力。继续加大农民科技常识普及力度，提高农民接受、吸收各类知识信息的能力；急需强化农民专业技能培训，提高农民生产经营专业化水平；继续加强农民农业政策、社会技能培训，增强农民保护自己利益和判断、获取、辨识各类

信息的能力。

参考文献:

[1] 龚道广.农业社会化服务的一般理论及其对农户选择的应用分析[J].中国农村观察,2000,(6).

[2] 金兆怀.我国农业社会化服务体系建设的国外借鉴和基本思路[J].当代经济研究,2002,(8):38-41.

[3] 胡瑞法,黄季焜.中国农业技术推广投资的现状及影响[J].战略与管理,2001,(3):25-31.

[4] 何传新,窦敬丽.当前农业科技推广体系的现状及对策[J].中国科技产业,2004,(10):57-60.

[5] 胡瑞法,黄季焜,李立秋.中国农技推广体系现状堪忧——来自7省28县的典型调查[J].中国农技推广,2004,(3):6-8.

[6] 钱永忠.农技推广体系建设与推广资源合理配置分析[J].农业科技管理,2001,(1):29-32.

[7] 黄季焜.让科学技术进入农村的千家万户——建立新的农业技术推广新体系[J].农业经济问题,2000,(4):17-25.

[8] 朱希刚.试论农业科技产业化[J].中国农业科技导报,2002,(4).

[9] 姜利军,胡敏华.论建立和完善农业社会化服务体系[J].中国农村经济,1997,(9):61-65.

[10] 简小鹰.农业技术推广体系以市场为导向的运行框架[J].科学管理研究,2006,(3):79-82.

[11] 胡瑞法,李立秋,张真和.农户需求型技术推广机制示范研究[J].农业经济问题,2006,(11):50-56.

Supply, Demand and Farmers' Willingness of Agricultural Socialized Service in Under-Developed Areas ——Based on the Analysis of Sample Peasant Households in Gansu

TAN Cun-feng[a], LI Shuang-kui[b], CHEN Qiang-qiang[a]

(*Gansu Agricultural University*: *a. College of Economics and Management*, *Lanzhou* 730070, *China*; *b. College of Humanities*, *Lanzhou* 730070, *China*)

Abstract: Through the questionnaire survey of sample peasant households from 6 counties in Gansu, the paper analyzes current situation on supply and farmers' willingness of agricultural socialized service by peasant households' perspective. The results indicate that: ① part and content of sgricultural socialized service show fragmentary and instable characteristics; ②there is the unclosed internal benefit mechanism between organization and peasant households, the singleness and incontinuity of socialized service are obvious; ③heavy commercialized colour and poor nonprofit publicity affects the effect of socialized service; ④Internal and external conditions effect farmers demand of agricultural socialized service and the degree of influence is different, so we should deal with different factors in different ways. Internal conditions include the characteristics of a family, operation and head of a household, external conditions include geographical position, transportation, communication and market system.

Key Words: agricultural socialized service; supply; demand; farmers' willingness