

小组工作介入农村电商技能培训研究

——以都匀市d村为例

万佳艳¹ 王珊珊²

1 淮阴工学院人文学院 2 淮阴工学院商学院

DOI:10.12238/ej.v7i2.1355

[摘要] 随着社会经济的发展,农村电商已经在我国国民经济发展中发挥着越来越重要的作用,在一定程度上带动着农民就业增收、改善了生活水平,为我国乡村振兴带来了新动力。尽管如此,农村电商发展过程中仍存在诸多问题,比如我国农村既懂农业又懂电商的复合型人才普遍短缺,而发现人才有效的手段是利用有限的资源为农民提供更多有效的培训,但现有的培训体系不完善、培训方式单一。基于此,本文通过对都匀市d村的电商培训现状进行调查,充分了解茶农在电子商务方面的需求及问题,并利用小组工作专业方法为其提供服务,从而提升茶农在电商方面的知识和技能,促进农村电子商务的发展,助力乡村振兴。

[关键词] 小组工作介入; 农村电商; 技能培训; 茶农

中图分类号: F031.1 **文献标识码:** A

The Group Work is Involved in the Research of Rural E-commerce Knowledge and Skills Training

——Take d Village, Duyun City as an example

Jiayan Wan¹ Shanshan Wang²

1. Humanities College of Huaiyin University of Technology

2 Business School of Huaiyin University of Technology

[Abstract] With the development of social economy, rural e-commerce has played an increasingly important role in the development of China's national economy, to a certain extent, it has promoted farmers' employment and income, improved their living standards, and brought new impetus to China's rural revitalization. Nevertheless, there are still problems in the development process of rural e-commerce. In rural China, there is a shortage of compound talents who understand both agriculture and e-commerce, and the effective means to find talents is to use limited resources to provide more effective training for farmers, but the existing training system is not perfect and the training method is single. Through the investigation of the current situation of e-commerce training in d Village of Duyun City, this paper fully understands the needs and problems of tea farmers in e-commerce, and provides services with professional team work methods, so as to improve the knowledge and skills of tea farmers in e-commerce, promote the development of rural e-commerce, and help rural revitalization.

[Key words] group work intervention; rural e-commerce; skills training; tea grower

在乡村振兴战略背景下,我国农村电商发展迅猛,为农村经济建设带来了巨大的发展机遇。2023年2月,据《中国数字乡村发展报告(2022年)》显示,我国农村网络基础设施实现全覆盖,截至2022年8月,实现“县县通5G”,农村电商继续保持乡村数字经济“领头羊”地位^[1]。随着高度信息化时代的发展,乡村的基

础设施建设基本完善,使用互联网的乡村用户逐渐增多,许多电商企业也纷纷加入农村电商的发展与建设中,对于农村经济发展起到重要作用^[2]。孙晶(2022)也曾发表类似观点,认为农村电商的发展有利于提高乡村地区经济发展水平,缩小城乡差距,促进农民生活方式和生活观念的革新升级,发挥当地特色农产品

的优势,有效提高农民收益^[3]。由此可见,作为乡村振兴的新引擎,农村电商可以有效的推动农村地区经济发展。

发展农村电商的核心要素是人才,但目前农村电商专业复合型人才十分短缺^[4]。随着农村电商的快速发展,电商行业对人才的要求也逐渐提高,但兼顾电商技术和农业知识的复合型人才极度缺乏,因此,应提高人才培养质量,为电商行业发展提供人力支撑^[5]。《商务部关于加快推进电子商务人才培训工作的指导意见》指出应制定全面的电子商务人才培训计划,创新电子商务人才培养机制,培养和造就大批电商复合型人才,解决电子商务人才供需矛盾和发展不平衡问题。

为顺应时代发展、培养电商人才,国内已有许多电商培训机构开展了多样化的电商培训活动,但运用社会工作专业理论和方法开展电商培训活动的研究并不多,尤其是运用小组工作方法介入电商培训的研究也较少,而小组工作介入可以为有意愿加入农村电商的人们提供更多的交流经验、共同学习的机会,培育更多电商复合型人才。在此背景下,本文通过小组工作的方法对都匀市d村茶农进行农村电商知识、技能培训,分析农村电商培训的困境和对策研究。

1 农村电商培训现状

1.1 培训行业蓬勃发展

随着乡村振兴战略对农村电商的支持持续强化,农村电商的蓬勃发展,作为电商的衍生行业——电商培训行业也随之迅速发展,涌现出大量的电商培训机构和企业。据企查查数据显示,截至2021年10月份,我国电商培训机构多达2880家,按区域划分,广东位列第一,有403家电商培训相关企业,甘肃省、浙江省排名第二、第三,分别有274家、238家,d村所在省——贵州省以143家电商培训相关企业排在第7名,培养了许多电商行业人才。

1.2 培训方式多样化

大部分培训机构和企业在培训过程中,会根据年龄以及文化程度等因素,开展多样化的,以直播、短视频为主的农村电商培训,采用“电商+农业”的模式,主要是通过线上和线下两种方式培训农民的电商知识和技能。线上培训主要是培训机构通过发布学习视频、直播等多种形式进行线上教学,这种教学方式的时间、地点相对灵活,适用于忙碌的农民。此外,机构定时进行线下集训,集中进行实践活动,学员现场学习并与其他学员相互交流。

1.3 培训内容多元化

农村电商培训不仅形式灵活,培训的内容也十分丰富。首先,机构通过线上、线下同步讲解农村电商基础知识、运营理念等内容,并制定个性化教学任务;其次,通过布置作业,巩固学员所掌握的知识,将理论运用到实践中;最后,机构为了督促学员的学习进程,将学员分班并配备班主任,每天提醒学员完成学习任务、验收学习成果。

2 农村电商培训中存在的问题

2.1 复合型农村电商人才短缺

在乡村振兴战略的推动下,许多地方政府引进了大量的高

质量人才,使得农村地区经济得到了发展。但部分地区兼顾理论知识和实践经验的复合型人才仍极度匮乏,难以满足快速发展的农村电商需要。就d村来看,茶农大都文化水平不高,对电商了解较少,富有农产品实践经验,但缺乏电商相关理论知识。同时大多数的年轻人选择离开家乡外出务工,导致学习能力较强的青年人才严重缺失,整体的观念想法较落后。

2.2 缺乏示范和领导人

好的示范可以让更多的人模仿、学习,从而起到共同进步的作用。d村大多数茶农目前对农村电商处于观望阶段,对电商培训缺少兴趣。如果利用本土资源打造一个十分了解本土情况的电商人才领导人来衔接内外部差异,大力发展农村电商领导人,使他们完全掌握农村电商知识和技能,让他们率先进入农村电商,以此来吸引更多当地村民加入电商,在领导人的带领下逐渐形成一支成熟的农村电商团队^[6]。

2.3 教育资源不足,缺少专业培训机构

在电商培训过程中,教育资源决定了电商培训的最终效果。d村在资源方面主要存在以下问题:其一,农村教育资源匮乏,导致大家缺乏对新兴技术的了解,接受新兴技术的能力较低;其二,由政府主导的农村电商培训只是阶段性的,缺少专业性机构的进行培训,不能保证农民掌握农村电商的相关知识 with 技能。

2.4 农村电商培训体系亟待提升

乡村振兴战略下,尽管农村电商发展迅速,但培训体系不够完善,导致培训及合作效果欠佳,培训技术难以完全掌握^[7]。在大部分政府组织的农村电商培训中,由于缺少具有个性化的专业培训体系,导致部分村民参加培训只是为了拿补贴,并没有真正的去学习知识、技能。另外,由于电商培训主要以线下集体授学的方式,大部分村民没有固定空闲时间,继而导致培训质量下降。

3 小组工作介入过程

3.1 小组背景

本研究主要以d村部分茶农作为本次电商培训活动对象。通过前期线上和线下两种方式对茶农及其生活环境进行调查。d村目前总耕地面积2636.85亩,茶树的种植面积达到了2000余亩,可采面积约900亩,全村年总产值约300万元随着国家政策扶持力度加大,部分村民返回家乡,响应乡村振兴。为了进一步促进茶产业发展,都匀市内出台相关茶园保护政策,通过“政府主导+企业带动+农户参与”方式,加强茶园管护,d村许多茶农不仅自己种植茶树,还帮公司管理茶树,增加收入。茶农大多都具备种茶能力及茶叶方面的相关知识,但对于农村电商,茶农们还接触较少,而具备专业技术的人才大多都在城市发展,农村鲜有同时具备茶产业知识和电商专业知识、技能的复合型人才。因此,本文根据d村茶农需求,如提升电商方面技能、了解更多电商方面知识、智能设备使用方法等来设计小组活动方案。

3.2 小组工作方案计划

本次小组活动以让茶农了解与学习电商基本知识和技能为总目标。通过培训使学员拥有能终身受用的本领和能力。具体

目标包括:帮助茶农了解什么是电商以及电商的相关基本知识和技能,更好地打造专属茶品牌;帮助茶农了解不同的电商途径,从多种途径宣传自己的产品,提升产品的影响力;通过小组成员间的交流互动,增加小组成员合作意识,能够互相帮助,形成良好的互助学习氛围。充分发挥现有的电商条件,以此促进农村电商的发展。

小组活动开始前,笔者通过对d村茶农进行访谈和观察,了解他们存在的相关需求及问题。最终,筛选出符合条件的10名茶农加入到小组中。通过访谈了解到d村部分茶农对农村电商十分感兴趣,但茶农对现代网络技术掌握度较低,所以茶农对农村电商处于观望阶段,社会工作者针对该问题设计了符合d村茶农的小组活动,以打破d村茶农“想做却不敢做”的尴尬局面。

3.3 小组活动过程评估

3.3.1 小组前期评估

在小组活动初期,社会工作者首先安排了茶农们互相认识、初步建立关系;通过“愿望树”活动,让茶农们明确自我期望、树立目标,激发茶农们的学习动力;大家共同建立小组规范和契约,小组活动期间严格遵守本契约。接下来,引导茶农们分享了自身对农村电商的初步认识,由社会工作者担当讲师,进行系统讲解农村电商的基础知识,向大家介绍一些常用的农村电商平台及简单操作。最后,大家共同思考、讨论农村电商的优势及最终目标,活动氛围热烈、和谐,成功激发了大家的斗志,我们组建了微信交流群,方便大家课后交流,既可以解答疑问,又增加了小组成员间的亲密度。

3.3.2 小组中期评估

通过初期的了解后,大家开始熟络起来,活动中期安排了几次重要课程讲解,店铺的开通→拍摄并上传商品→商品交易流程→客服服务。农村电商注重的是操作,因此我们大量的时间留给茶农们进行实操,在操作过程中发现问题、解决问题,以此培养茶农自主解决问题的能力,从而面对日后的突发问题。经过实操后,引导茶农分享对农村电商新看法、新了解。

3.3.3 小组后期评估

经过前面的小组活动,茶农对农村电商的知识、技能有了一定的了解和掌握,所以我们安排了最后一次学习内容:电商直播。茶农们对直播带货并不陌生,经常在各个平台观看直播,大家十分雀跃,发表积极言论,现场气氛达到高潮,大家对直播带货跃跃欲试,讲完一些直播相关注意事项后,社会工作者带领大家进行一次现场直播,直观体验直播带货的基本操作,性格外向的茶农适应非常快,但有些内向的茶农临阵脱逃,没有出镜。体验直播后,我们对以往所学知识进行查漏补缺、分享交流经验,大家在欢声笑语中结束了本次小组工作。

3.4 小组活动结果评估

根据小组成员在参加小组活动后,个体商户的视频质量及销量看出本次培训取得较好的成果。参与本次小组活动的成员取得了额外的经济效益,实现了线上线下的共赢,合理的利用了

有限的资源,对d村的经济结构现状带来正面影响,让服务对象满意结案后的经营方式,使其单一结构多元化。

4 总结与反思

4.1 总结

小组工作是社会工作专业方法之一,通过小组过程和小组动力去影响组员的态度与行为,从而使他们获得行为的改变、问题的解决等实务过程^[8]。运用小组工作方法介入农村电商培训,可以让茶农们都能在轻松的氛围下,相互交流、相互学习,掌握农村电商相关的专业的知识和技能,从而发挥个人特长、提高个人能力,增加团队凝聚力,促进农村经济的快速发展。

4.2 反思

小组活动周期较短。由于活动次数限制,本次小组活动仅开展了两周,略显仓促,而知识是无尽的,还有很多关于开展农村电商的知识和电商技能小组成员们未学习到。所以在小组活动前的设计要有针对性,实施过程中应根据实际情况随机应变。在本次小组活动结束后,社会工作者要做好定期回访工作,防止出现不必要的问题。

小组成员知识度参差不齐。社会工作者应因材施教,制定个性化教学方案,在小组活动结束后,需要额外花费时间为个别成员单独解释、补习,从而影响整个活动的进度。因此,在前期选择小组成员应多角度考虑,确保小组活动的有效开展。

小组成员数量少,结论具有局限性。具备专业茶知识且对电商感兴趣的实质性相似的茶农很多,本次小组活动只对10位茶农进行了电商培训,样本量较少,小组工作是否完全适合介入农村电商培训还亟待进一步的研究。

[基金项目]

江苏省大学生创新创业训练计划资助项目(编号202311049107Y)。

[参考文献]

- [1]蒋洪杰,欧阳曦.中国数字乡村发展报告(2022年)[J].乡村科技,2023,14(04):2.
- [2]张婷.发展农村电子商务助推乡村振兴策略探究[J].商场现代化,2023,(20):37-39.
- [3]孙晶.乡村振兴背景下农村电商发展研究[J].中国商论,2022,(22):14-16.
- [4]潘慧,刘梅,吴红.我国农村电商发展现状、存在的问题及发展趋势[J].乡村科技,2020,(03):31-32.
- [5]张毅.电子商务人才培养问题与路径创新[J].商业经济研究,2023,(20):124-127.
- [6]张笑寒,鲁诗涵,李陈华.数字时代农村电商人才培养问题与路径研究[J].生产力研究,2023,(06):71-74.
- [7]韩玉杰.乡村振兴战略下农村电商人才现状及培养策略研究[J].现代化农业,2023,(09):78-80.
- [8]万江红.小组工作[M].第二版,北京:中国人民大学出版社,2022.1.