

电子商务在农业经济发展中的应用研究

秦 山

(大连市现代农业生产发展服务中心,辽宁 大连 116000)

摘 要:我国的农业有着悠久的发展历史,农业人口数量大,在现代化的经济建设与发展中,农业经济的现代化进程较为缓慢,这导致了乡村经济水平不足,青壮年劳动力流失,带来了具有综合性的社会问题。以互联网为核心,实现的产业融合与产业调整,给农业经济的发展带来了新的机遇。尤其是电子商务的出现,直接促进了农民收入的提升,带动了许多地区的发展。基于此,本文对电子商务在农业经济发展中的应用展开探讨。

关键词:农业经济发展;电子商务;应用研究

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.16.080

引言:传统的农产品交易,主要有两个路径。通过统一的农产品收购,将产品直接出售给收购商或者是农民进入农贸市场参与交易。统一的农产品收购,能够一次性出售大量的农产品,如应季农产品就可以采用这种形式,统一收购价格较低,影响农民收入;进入农贸市场,产品交易需要应用大量的劳动时间,同时收益的稳定性不足。通过电子商务的形式进行农产品交易,能够适应于批发、零售等不同需求,交易选择多样,价格合理,有助于促进农产品交易的发展,

1 电子商务的应用优势分析

首先,电子商务可以打破地域的限制。传统的农业交易中,农民会受到地域的限制,获得的交易机会有限,这影响了农产品的交易价格。其次,电子商务的交易时效性较好。在应季农产品的销售中,时间是一个关键因素,电子商务交易的时效性较好,能够及时地将交易信息传播到交易平台中,同时交易达成的过程也相对较为快速,能够适应于农产品交易需求。另外,电子商务能够打破信息不对称问题。在电子商务平台以及其他的综合平台中,农民可以及时地获取交易相关信息,避免了信息不对称的问题,避免由于信息因素在交易中出现损失^[1]。

2 农业经济中电子商务的应用问题

2.1 信息基础设施水平有待提升。信息的基础设施水平,对于农业电子商务的发展将会产生影响。相对城市地区,农村地区总体面积大,人口相对较为分散,信息设施的基础建设需要花费大量的资金,同时由于用户数量少,资金的回收周期较长,这些因素影响了基础设施建设水平,也存在一些贫困家庭缺乏购置信息设备的资金,这种状况也影响电子商务的开展。

2.2 农民对于电子商务的认识不足。相对传统的农产品交易模式,电子商务仍旧属于一种新兴事物,受到教育水平、生活实际状况以及思想观念的影响,许多农民对于电子商务仍旧缺乏正确的认识。例如,对电子商务交际模式缺乏信任,或者本身存在一些交易认知问题,这些情况都影响了电子商务的发展^[2]。

2.3 未建立起成熟的产品标准。没有成熟的农产品标准,电子商务平台中的农产品难以定级产品价格的定价标准不一,这就使得购买者难以认同产品,据相关的调查显示,更多的购买者在选择农产品的过程中,仍旧倾向于传统的交易模式。

2.4 缺乏品牌意识。在农产品销售中,许多参与销售的人员都没有明确的品牌意识,实际上,产品的品种、生产模式以及产品产地,都可以打造出相应的农产品品牌,采取统一管理的模式,有利于提升农产品在电子商务平台中的知名度,提升销量。

3 农业经济中电子商务的应用优化策略

3.1 提升信息基础设施建设水平。在信息基础设施的建设中,当地的政府部门以及各类相关企业,需要提供充分的资金支持,结合区域中人口分布的状况,完成线路的架设,确保基本网络通信的畅

通。同时,需要给予参与农业电子商务的农民一定补助,如在信息设备的购置上提供补助,增加农村地区的设备数量,提升信息网络的覆盖范围。需要认识到,农村地区的信息化建设,是一个长期的过程,当地政府部门需要持续地进行资金补助,满足建设初期阶段设备的维护、升级需求,持续促进基础信息水平的提升。

3.2 提升农民的对电子商务的综合认识水平。首先,需要展开广泛的电子商务宣传。可以通过地区中的村委会,进行集中的宣传以及培训。例如,可根据于当地或者其他地区农业电子商务致富的案例,拍摄一部宣传片,在宣传片中对电子商务的特点、应用方式以及应用优势进行详细的介绍。通过观看这种带有现实案例的宣传片,有助于改变农民的传统意识。其次,电子商务的应用,需要相关人员具有一定的计算机知识,也可以根据电子商务的应用需求进行免费的培训,提升农民的应用水平。最后,需要考虑到农村的青壮年劳动力在农业电子商务中的参与。农村的青壮年劳动力,多数接受过基础教育,对于电子商务这种形式以及市场经济有着一定的认识,可以通过针对性扶助、给予政策优惠等方式,吸引农村青壮年劳动力返乡就业,从根本上改变农村人口对电子商务的认识水平。

3.3 应用平台机制建立起产品标准。通过统一管理的管理模式,产品标准的建立较慢,可以结合各大电商平台的管理规则,建立起平台内部的农产品标准,对应于标准进行一定的价格限制。相对而言,这种方式的效果较为明显,能够适应于消费者的需求,也可以直接对产品的销售者形成限制。

3.4 重视农产品的品牌效应。产品品牌效应的形成需要一个过程,可以结合区域中的农产品生产特点、销售方式进行品牌营销与品牌管理。例如,在各大电商平台、直播平台中进行产品的营销与推广,重视对产品的管理,建立起品牌内部的生产标准^[3]。

结束语

电子商务是一种新型的商业模式,其在农业经济当中能够得到有效的应用,在扩大农产品销售范围渠道、减少农产品交易成本、调整农业结构、提高农业产业化程度等方面,均具有较大的优势。需分析其中存在的问题和不足,并采取有针对性的措施加以应对,以进一步促进和推动电子商务在农业经济中的应用。

参考文献

- [1]陈菲.电子商务在农业经济发展中的应用研究[J].山西农经,2021(12):73-74.
- [2]齐雨萱.浅析电子商务对农业经济发展的作用[J].经济研究导刊,2021(09):16-18.
- [3]马颖.电子商务在农业经济中的应用分析[J].农村经济与科技,2017,28(22):109+111.