

电子商务时代农业经济管理信息化建设探究

山东省济宁市兖州区兴隆庄街道办事处 谢秀贤

摘要: 随着互联网时代的到来,电子商务在农村地区发展迅速,传统的农业企业经营方式受到巨大的冲击,科学有效地运用电子商务已成为农业企业经营发展的主要方式,这不仅扭转了农业企业发展缓慢的局面,更促进了农业经济的整体发展。

关键词: 电子商务; 农业经济; 管理; 信息化建设

随着信息技术的不断发展,互联网的覆盖率不断提升,人们能够依托互联网完成很多事情,比如获取丰富的信息资源、线上出售和购买商品、与他人进行更好的交流等。这为电子商务融入农业经济发展提供了支撑,让原先较为封闭的农业领域拥有了更为广阔的发展空间,比如传统的单家独户生产模式逐渐向合作经营转变,从而在规模增大的同时具备了更强的抗风险能力。电子商务的未来是光明的,农业经济应该依托电子商务不断前行。

一、电子商务时代下的农业企业经济管理信息化意义

(一) 促进农业企业积极开拓市场

伴随改革开放进程的深入,我国与世界经济之间的联系更加紧密,农业经济作为我国经济发展的支柱产业,其发展已经不再局限于国内市场,逐步朝着世界迈进。在信息技术、互联网技术的支持下,我国农业企业经济逐渐实现了全球化发展模式。经过实践发现,农业企业的市场开发离不开信息技术的支撑,企业需要根据市场的需求来选择种植的农产品的种类及规模,并有针对性地指导农民种植。另外,电子信息传递具备准确性高、传播速度快的特点,为农业企业的发展提供了稳定的信息来源,也让企业与市场的对接更加亲密无缝,从而促进农业经济向着科学化、健康化的方向发展。

(二) 电子商务能够提供丰富信息

电子商务依托互联网技术呈现出良好的发展前景。互联网的最大优势在于信息传播的便捷性,人们可以通过互联网了解到上至“天下大事”下至“民间趣闻”的信息内容,而具体到农业领域,农户可以了解到与农业经济相关的各种信息,比如农业生产最新设备、农产品加工模式、农产品实时价格信息等。在信息社会,信息资源是做出决策的重要依据,闭门造车、蒙头向前的做法是行不通的。长期以来,农业领域一直都处于“信息闭塞”的状态,农户在进行农业生产时往往是遵照旧例,而没有基于农业市场走向做出调整,使得最终所收获的农产品在进入市场后竞争力不足,收益与付出不成正比。电子商务在得到应用后,为农户提供了丰富的信息内容,让农户不再盲目进行农业生产,而且在遇到意外情况时,也能依托电子商务获得不错的解决效果。比如有的农户因收购问题造成农产品滞留时,通过电子商务平台找到了新的收购方。

(三) 延伸产品销售渠道

农产品流通环节涉及的内容较多,现阶段未建立专属的流通体系,表现为成本消耗高、销售渠道小等问题。对于家庭式农业生产来讲,还存在着规模小、直接进入市场的可能性较低等特点,难以把握信息、了解价格,容易出现经济损失。对电子商务来讲,能够帮助农户直接掌握产品相关信息,避免了因信息不对称等问题产生的经济损失,确保了销售渠道的完善性,提高了农产品流通的规范性。

(四) 打造新型销售模式

在一些地区中,农产品销售主要以传统模式为主,而对现有市场的调查、评估等不全面,难以满足市场经济发展需求。对于电子商务网站来讲,生产人员利用网络平台开展广告、销售等工作,不仅可以提升销售量,而且可以获取更多的经济利益。从另一层面来讲,打造新型销售模式还可以为其他行业发展提供支持。

二、电子商务时代农业企业经济管理信息化建设中存在的问题

(一) 信息化意识缺乏

1. 信息获取和使用是电子商务时代背景下企业发展的关键。农业企业经济信息化建设在这种时代背景下必须重视工作人员信息化意识。信息化意识的培养对象是农民和农业企业工作人员,由于这些人员所在环境相对来说信息较为落后、信息获取途径不畅,另外也有不少企业领导人受到传统思想和工作方式的影响,缺乏对信息化的正确认识,新事物的接受能力不强,政府引导不够,不少农民对于信息化的认识还比较模糊,再加上没有系统的培训和学习,造成农业企业经济管理信息化建设的时候出现了阻碍。

2. 虽然提高农业企业经济管理信息化建设有助于推动企业的持久发展,在区域内形成特色产业链,对提高当地经济、丰富区域市场资源有着巨大推动作用。但不少企业管理人员与农村干部都未曾认识到这一点,导致农业企业经济管理信息化建设止步不前,这些问题具体表现在以下两方面。首先,农业企业管理人员错误地认为只要单位按照市场需求选好农作物种类、保证农作物产量,提高企业所在地区经济就行了,而员工则认为只要做好领导交代的事情就行了,很少主动进行信息化建设。其次,一些地方的干部虽然知道电商生产和经营模式,但是仅仅局限于表面,而不能深入了解这一技术,因此无法与当地的经济特色结合,仅是照猫画虎般尝试一番,觉得效果不佳便放弃了;也有领导人为了节省经费,购买一些型号老且不能支持当前网络运营要求的设备,导致销售模式欠佳,管理效率低。

(二) 商品标准化程度较低

只有展现出电子商务的优势,才能促进农村经济的发展。但是在现阶段,因电子商务并未形成完善的管理模式,在管理水平方面表现出了整体程度不佳等问题,未对商品提出标准化的要求,从而影响了产品的生产效率与规模。在分散式生产作业模式下,使得商品的标准化、质量等方面难以得到应有的保障,且在后续中存在缺乏销售渠道和运输渠道问题,也影响了品牌影响力,难以留住消费者。

(三) 物流体系难以满足行业发展要求

电子商务与物流流通情况之间有着密切的联系,虽然现阶段,物流体系与物流技术有了明显的提升,但是对于

一些地区来讲,因交通条件不佳,信息化程度不高,使得电子商务发展速度缓慢,甚至一些地区还存在着物流流通难以实现等问题。

三、电子商务时代农业经济管理信息化建设优化策略

(一) 加强专业人才的培养

专业人员是参与农业经济管理信息化建设的中坚力量,对农业经济管理的信息化发展具有十分深远的影响。在这种情况下,相关部门必须结合农业经济管理信息化建设的实际情况,不断提高工作人员的专业技能和综合素质,从而为电子商务时代农业经济管理信息化建设奠定坚实的基础。相关部门要对人才培养工作给予足够的重视,采用行之有效的手段从农村中选出对信息化感兴趣的优秀人才,并为其提供良好的培训和学习平台,切实提高其专业技能和信息化水平。

(二) 完善结构体系

科学、完善的结构体系不仅能提高农业企业经营管理效率,还能有效地解决信息传输效率较低的问题。尤其是面对当前政府监督体系现状,科学有效的监管在很大程度上保障了服务体系的顺利进行,让信息更新变得更加精准及时。由于农村地处偏远、基础设施建设不足,信息传播途中容易受到各种因素的影响,因此不能单纯地使用一种传播手段,而是采用网络与其他传播媒介相结合的方式,从而保证信息传输准确、科学。

(三) 完善设施,营造良好的电子商务环境

电子商务的正常运行建立在良好设施的基础上,其中网络设施更是至关重要。网络设施建设水平关系到网络畅通程度,当网络畅通时,信息获取速度会更快,交易效率会更高。政府要在农业信息化基础设施建设中发挥重要作用,因为农村地区基础条件较差,初期建设需要投入更多资金。政府不仅要拨付足够资金,还要对建设质量进行监督,确保相关设施可以切实发挥作用。市场是瞬息万变的,想要获得良好的农业经济发展效果,需要及时掌握最新的市场信息,因此构建农村信息服务体系是必要的。良好的网络环境是这一体系正常运行的基础,并且也有利于利益相关者之间通过及时沟通做出更适宜的决策。另外,交通设施、农产品贮藏设施等也应得到建设和完善,从而为电子商务的更好运行提供支撑。

(四) 做好引导与规范工作

首先,应从引导层面出发,确保农村电子商务的稳定发展。电子商务对促进农村经济发展有着直接的影响,需要国家、政府等做好引导工作。因电子商务在发展中涉及了公共设备,而农村中的生产者并不具备相应的能力,所以就要发挥专门机构优势,在主动建设与完善中进行创新。由于一些地区在公共物资方面存在着一定的不足,资金方面难以满足发展需求,所以在发展中需要发挥政府主导作用,完善服务体系与政策,在加大投入力度的基础上为电子商务发展提供支持。其次,发挥第三方平台优势。在发展中从延伸发展规模出发,打造专业化服务模式,利用公共服务组织,确保发展的稳定性。对于第三方平台自身来讲,需要从提升服务专业性 with 实力等方面出发,营造适宜的商业环境,为网络信息交流等工作开展提供一定支持。最后,积极开展宣传与规范工作。由于一些农村地区经济发展速度相对缓慢,且生产人员自身综合实力不足,使得电子商务作用并未全面发挥。但是在新时代发展下,为了促进农村经济发展,就要从加大宣传力度入手,确保农民能够正确认识到电子商务的优势,在积极参与的基础上实现发展目标。如在当地张贴海报,利用广播进行宣传,帮助农业生产者掌握相关信息。

(五) 通过电子渠道举办线上活动与直播

目前,随着电子信息网络逐渐普及,我国的大数据技术水平有所提高,在大数据领域,可以通过对用户的浏览次数、浏览方向等数据进行精准分析,从而计算出将农产品通过电子渠道进行推广的可行性,根据具体情况为农产品编制更加合适的电子商务推广策略。

在当今社会,直播带货是电子商务模式中常用的销售方式之一。很多电子商务平台的商家通过直播的方式将自己的优势更加直观地呈现在了客户面前,获得了更多利益。

据统计,我国2020年第一季度关于电子商务的直播超过400万场,全国832个国家级贫困县的网络零售额增长了13.3%,2019年全国农产品网络零售额为3975亿元,同比增长27%,带动了300多万贫困农民增收。

从这些数据可以看出,直播带货为农村电子商务群体带来了更多的利益。因此,想要使电子商务应用于农村经济之中,以电子商务带动农村经济增长,就要推动电子商务平台举办更多推广活动,例如发放红包、赠送购物代金券等,通过这样的方式,使电子商务平台能够通过直播和举办活动实现推动农村经济增长的目标。

(六) 引入新型电子商务营销模式

1. 采取“多维度”模式开展电子商务营销,在营销中将销售内容、消费者参与感、情感共鸣等因素全部综合到一起考虑。营销的整体内容要能够突出产品特征,引起消费者的关注兴趣,进而能让消费者有兴趣深入的了解和购买。另外,新颖、个性的销售内容和形式能引起消费者情感的共鸣,增加消费者再次购买的欲望。

2. 开发更具特色的农业产品,通过电子商务的营销方案和营销活动将产品带入消费者生活行为习惯中,充分挖掘消费者的消费能力,对品牌进行日常模块强化、形成消费者的第一购买意识,充分接近消费者生活,把控消费者行为,有效进行信息调研和收集。

3. 在开展电商营销的过程中尝试通过“引导、教育消费者”科学使用企业产品的方式来改变消费者的消费习惯和观念,培养消费者的消费心理和习惯,最终经过长期的引导和教育实现消费潜力的开发。还可通过制定行业标准的方式来宣传自身产品和强化品牌认知。消费者对于行业标准领导制定者的品牌会保持很大的信赖程度。因此,农业企业可借政府的扶持和自身已有品牌价值的力量,以标准制定者的身份出现在更多目标消费者的视野中,为消费者带来直观的品牌价值感受,引导消费者产生购买行为。

四、结束语

综上所述,现阶段要加大对电子商务发展的研究力度,为农村经济发展提供支持,实现脱贫攻坚发展目标。因此,在研究中需要掌握当地发展情况,找准电子商务模式切入点,在做好完善与创新的基础上实现发展目标。

参考文献:

- [1] 李莉,曾奕棠.电子商务发展趋势下我国农村经济发展策略研究[J].电子商务,2016(1):22-23.
- [2] 王永华.电子商务在农业经济中的运用策略分析[J].行政事业资产与财务,2017(17):23.