

农产品电子商务在中国农产品交易中的发展研究

金龙哲 崔基哲

(延边大学经济管理学院, 吉林 延吉 133002)

【摘要】本文通过分析农产品电子商务现状, 根究现状找出农产品发展的特点, 分析了农产品流通中存在的问题, 围绕农产品电子商务分析可行性并从交易模式、重点技术、保障体系等方面开展了系统研究和探讨, 提出我国农产品电子商务在未来几年的发展趋势和应注意的问题。系统分析了农产品电子商务发展建设, 并结合我国当今的发展现状, 展望了未来我国农产品流通发展趋势。

【关键词】农产品; 网络营销; 电子商务; 创新模式

引言

随着网络的普及, 电子商务应用, 在农村产品流通对传统的农产品交易影响逐步变大。农村改革核心问题是改革传统的农业观念, 促成主动, 积极, 有效的交易方式提高农村的发展用现代农业推进新农村建设来实现小康社会。本文从农产品流通及电子商务的交易模式分析出发, 以农业经济管理专业生的角度分析问题, 提出适应现代农业的改革方向, 以电子商务为辅助的条件下为当今农产品交易提供可参考的理论依据。

一、农产品电子商务分析

农产品电子商务是以农产品生产为中心的一系列电子化交易活动, 包括农业生产管理, 农产品网络营销, 电子支付, 物流管理, 以及客户关系管理等。我国与其他发达国家在应用农产品电子商务发展方面也有所差异。

国外农产品电子商务在农业发展中的应用比例多, 地位高, 美国农业中使用农产品电子商务规模大, 投入多, 澳大利亚的农产品电子商务已经成为澳大利亚农业交易中的一部分, 是澳大利亚的经济命脉, 日本农产品电子商务适用范围广而且标准化程度高^[1]。国内农产品电子商务处于不断发展阶段中, 使用农产品电子商务范围不断扩大, 受越来越多人人们的关注但与发达国家比较, 我国在农业科研经费投入少网站数量少, 使用没有达到普遍化, 规模化。

二、农产品电子商务的特点

第一: 农产品的大众化

根据农产品电子商务的优点, 利用电子商务进行营销因手续简便所以参与的人多, 由于电子商务没有中间商, 因此利用电子商务成本低, 所以参与的人也越来越多大众化

第二: 农产品的无风险性

农产品电子商务消除了传统的流通环节的缺点, 通过电子商务农民与顾客直接交易, 农民能了解市场需求, 减轻农民的风险减少盲目性, 顾客了解产品可以选者产品通过农产品电子商务拿到商品后满意在付款, 减轻顾客的经济风险。

第三: 农产品的集中性

我国位于多个地带因此有各种农产品品种, 但都分布在各各地, 因此有些农产品了解的人少, 体现不了它的流通价值, 通过农产品电子商务顾客就能非常直观并容易了解到每一个农产品, 因此吸引更多的农产品集中在一起。

三、农产品电子商务的发展

互联网在许多方面都有很大的发展。互联网最大的优点就是突破了时空的限制, 有惊人的信息传播速度。而电子商务是利用互联网为工具, 使买卖双方不谋面地进行各种商业和贸易活动^[2]。互联网的发展越来越快, 农产品的销售完全可以发展电子商务来减少流通成本, 形成大家的互利共赢^[3]。

经营分析矩阵是由美国麦肯锡咨询公司的Mike Allen根据美国通用电气公司的要求开发的, 用于评价企业不同战略经营单位业务状况的一种分析方法。经营分析矩阵同样适用于农产品电子商务的发展应用研究。经营分析矩阵图^[4]如下:



市场前景由盈利能力、市场增长率、市场质量和法规限制等因素决定, 分为强中弱三个等级; 经营单位的竞争能力受到企业在市场上的地位、生产能力、产品研究和开发等因素的影响同样分为强中弱三个等级^[4]。

民以食为天, 食物是人类最基本的需求, 只有满足温饱问题, 人类才能进行一切实践活动。因此, 农产品的市场前景吸引力属于中等。农产品种植或养殖的成本不高, 但是流通到市场上的农产品价格却不低, 主要是因为我们的农产品流通成本过高, 时间长了易变质腐烂, 所以农产品经营单位的竞争能力属中等。综合分析, 农产品行业处于区域5。

四、农产品电子商务的发展存在的问题

第一, 对农产品电子商务的意识低, 重视少。

近年来电子商务发展存在巨大的市场潜力, 但农民和, 企业, 政府还没有意识到农产品电子商务在农产品交易中的重要性。对农产品电子商务的投入少, 对农产品电子商务发展重视少。参与农产品电子商务的热度不高。

第二, 农民不懂电脑, 上网费用高。

到目前为止我国农村没有几人懂电脑, 大部分农民文化水平低, 因而农民无法利用农产品电子商务进行交易。上网费用高也阻碍了农产品电子商务在农村的良好发展。

第三, 农产品电子商务的标准化程度低。

我国发展农产品电子商务的时间晚, 虽然发展速度快但存在着一系列问题, 总体分析得出我国农产品电子商务的标准化程度低, 包括参与少, 规模小, 技术水平低, 质量水平差。

五、农产品电子商务发展建设

第一, 更新农民的固有销售观念。

目前, 我国大多数农产品主要还是靠厂家或者中间商来收购, 基本上处于被动状态, 来收购的人多了, 价格自然上涨, 反之下降。应更新农民的传统营销观念, 引导农民通过互联网来获得信息, 通过互联网来销售农产品, 做好农产品电子商务, 变被动为主动, 增加农民的收入。

第二, 加强农村互联网基础设施建设。

信息时代, 掌握信息就意味着掌握了主动权, 作为农业大国的中国, 农业从业人员占人口的绝大多数, 要想国家发展, 农业必须发展。信息不通也是制约着农产品销售的重要因素之一, 构建信息化的新农村, 政府应该加大在农村互联网基础设施投入, 加快农村互联网基础设施建设。

第三, 加强培养农村农产品电子商务人才。

一是普及农业专业学生掌握互联网并鼓励毕业生去农村就业, 在进行大学生村官招聘时, 有意识地招聘一些有专业背景的学生。二是加快农业技术学校电子商务师资的建设, 在每个县区农业技术学校, 增加专业师资力量, 引导和培养农村电子商务人才。

第四, 减少农民的上网成本。

政府应该出台政策鼓励农民从网上获得信息, 不仅仅靠“电脑下乡”来降低普及成本, 还要从网络费用上给农民以优惠, 其次建立公共的上网设施, 有利于农民上网交流学习获取更多知识和信息。

六、农产品电子商务模式的创新

通过以上分析, 可以看到目前国内比较火热的电子商务网站之一如淘宝等个人到个人的CtoC(个人消费者)的电子商务模式根本解决不了农产品的供求矛盾, 由于我国农产品生产的特有模式和农产品生产的分散性, 而通过涉农组织搭建的BtoC(企业到个人)平台也不符合农产品的流通规律, 因为目前中国农产品生产还主要是家庭联产承包责任制, 因此不能照搬消费品和工业品的电子商务模式, 所以提出了F(Farmer农民)toC(Cooperation专业合作社)toB(Business企业)模式。

F(Farmer)为农民, C(Cooperation)为专业合作社, 根据将来的发展状况C可能会成为大农场, B(Business)为农产品加工和销售企业。对于农民来说以家庭为单位生产的农产品, 从数量上来说都非常的少, 其质量也难以把握, 这样在交易中就不具有话语权, 如果形成了专业合作社这样一个组织, 这个组织中就会有专业的人才来解决这些问题, 将会使农民利益最大化。

农产品电子商务不能照搬照抄其他产业的模式, 必须研究和探索出农产品的电子商务模式。虽然农产品电子商务的发展面临严峻的挑战, 但随着农产品电子商务新模式的出现和发展, 电子商务将在农业生产和经营活动中得到更广泛的应用。F to C to B 农产品电子商务模式不管是从农产品的生产上还是从农产品的流通上都会减少农产品的生产成本, 从而实现农民利益的最大化。

参考文献:

- [1] 冀隔. 甘肃省农产品电子商务发展现状与对策研究[D]. 2011.6.
- [2] 第三方电子商务交易平台服务规范[N]. 电子现货学习乐园, 2013-04-3.
- [3] [美] 加里·施奈德. [J]. 电子商务, 2008.7.
- [4] 周三多. 陈传明. 管理学原理[M]. 2009.8.