

农村电商扶贫和脱贫可持续性促进机制研究

程 炼

文华学院, 中国·湖北 武汉 430074

【摘要】新中国成立70年以来,已有超过8亿人成功脱贫,中国扶贫工作已进入了最艰难的深水区。“电商扶贫”正式实施的时间不长,农村电商市场扩大,促进生产聚焦,流通扩大,进而促进规模增长,带来效益的增长,促进产业集聚,市场扁平化效应下同时促进农村电商管理的革新,贫困政策帮扶脱贫纠偏平衡机制健全了信息反馈机制。本文阐明开展深入研究、推动中小企业参与农村电商经营和构建可持续性促进机制。

【关键词】农村电子商务; 扶贫; 机理; 机制; 可持续

1 在农村开展电商扶贫和脱贫的意义

1.1 理论意义

作为一个新兴领域,电商扶贫更加是一个新课题,相对于其他成熟领域,国内外这方面的研究并不多。贫困和反贫困是一个永恒的话题,扶贫后返贫的现象非常普遍,2020年疫情期间电商扶贫热度很高,但是如何持久关注和实施需要加大研究。电商扶贫下的产业链理论研究、农村电商管理的市场扁平化研究理论、如何构建贫困政策帮扶脱贫纠偏平衡机制理论研究都非常紧迫。

1.2 现实意义

自新中国成立以来,我国已有超过8亿人成功脱贫,但据国务院统计数据,截至2019年底,551万未脱贫的贫困人口依然是现阶段脱贫攻坚的重要任务。大规模的扶贫战役圆满完成,现在的贫困人口基本分布在中西部的“老、少、边、穷地区”,扶贫工作难度加大,扶贫对象分布零散,进入最艰难的攻坚克难阶段,中国的扶贫工作在人类历史上一项崇高的事业。从扶贫的技术手段上看,电子商务的兴起提供了便捷的方式,分散的贫困人口可以利用移动通信网络的改善聚集在电子商务领域,中国移动通信发展较快,5G领域也在世界上处于领先的地步,这个改造成本相对难度小一点。

主打绿色环保、乡村旅游等概念的淘宝电商村可以使得“一村一产”发挥比较优势,使得贫困村的资源相对集中,可以发挥聚集的优势,和城市的发展紧密联系,促进贫困人口脱贫致富。2020底,我国将要实现全面小康社会,工作更加艰巨。当前,专家、学者、政府官员等社会各方对电商扶贫的理解不尽相同,政策的制定也会面临如传统扶贫所出现的一些问题,为了促进电商扶贫成效、减小资源浪费,进行系统和全面的调研、分析和研究非常必要。

2 当前存在的问题

2.1 反贫困中信息化水平低

国内外大量研究表明信息化水平的高低对扶贫效果有正相关性,合理使用电子商务平台,培训贫困地区的人们,可以提升他们的信息化水平,促使他们积极参与电子商务活动,增加他们的收入。

信息技术同样可以促进政府阳光、透明施政,同时提高公民积极参政议政。世界银行、国际货币基金等国际组织提出利用信息和通信等互联网技术进行扶贫,我国也开展电商进村等政策,电商扶贫得到全世界大部分国家和重要组织的认可和积极推动。信息不对称造成了巨大的“数字鸿沟”,城市居民总体受教育的程度高,而农村特别是困难农民家庭,生活温饱都难以达到,数字鸿沟最大,电子商务平台相对高效、公平的环境有利于扶贫资源相对公平地惠及更多的人。

2.2 电子商务与反贫困联系不够紧密

贫困地区发展电子商务存在很多困难,受到认知、时间和空间条件的限制。贫困地区的居民认识相对保守,接受新鲜事物的

积极性不高。电子商务作为间接的买卖形式,难以在认识上面打动他们。时间上,贫困地区信息不健全,信息化水平低,时间往前越久远,电子商务越不发达,世界范围来看,非洲、东南亚等地区的国家现在电子商务不发达;九十年代末以前,中国电子商务也不发达。电商扶贫,近年来才进入老百姓的视野。贫困地区生产条件艰苦,生活配套不健全,难以吸引优秀的信息化人才,但是从空间上看,贫困地区基础设施落后,网络设施成本高,物流成本高,单纯依靠贫困人口的内生动力发展电子商务,很难有效促进发展,必须借助外在的帮扶才可以帮忙贫困地区的人口建立技术基础,进而促进电子商务应用技术的发展。把电子商务与农村的扶贫工作相互联系起来,促进脱贫长效机制,还没有引起人们足够的关注。

3 解决的对策

3.1 开展深入研究

由于农村电商扶贫从正式提出到现在不过短短五年,而真正从政府层面开始推动时间更短,社会各界对农村电商扶贫的理解还没有达成共识,专家学者对农村电商扶贫的认识也不够全面,甚至还有一些人对其存在怀疑。为了让人们对农村电商扶贫有一个更全面更深入的理解,要从农村电商的现状、开发体系、发展形势、减贫作用以及发展优势和条件及时开展调查研究。要从扶贫主体、对象、产业和电商环境等方面来分析农村电商扶贫究竟是怎么产生减贫作用的。

3.2 推动中小企业参与农村电商经营

现阶段,中小企业参与农村电商经营,是企业发展的深海空间,在国内构建经济大循环背景下前景广阔,有强大的动力,同时作为中小企业在当前扶贫攻坚的关键年份也有一份责任和义务。目前,客观来讲,我国中小企业在农村电商经营过程中参与度和显现度不够,企业经营能力不强,有时候盲目跟风。政府积极推动“互联网+农业”,农村电商的发展需要中小企业的积极参与。对中小企业参与农村电商进行合理推动,找到最佳实现路径。

3.3 构建可持续性促进机制

通过农村电商扶贫,让分散的贫困户通过信息化技术凝聚在电子商务平台下,激发贫困人口的内生动力,促进其提升自我发展等能力。推动农村电商的发展、农村自助合作机制,使得农民更加有组织性,适应网路时代的发展。农村电商市场扩大,促进了生产聚焦和流通的扩大,进而促进生产规模的增长,带来效益的增长,促进产业集聚,市场扁平化效应下同时促进农村电商管理的革新,贫困政策帮扶脱贫纠偏平衡机制健全了信息反馈机制。

参考文献:

[1] 汪向东,王昕天. 电子商务与信息扶贫:互联网时代扶贫工作新特点[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版). 2015(04).

[2] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(04): 169-171.