

新疆农村电商发展现状调查研究——以昭苏县为例

余思思¹ 吾勒盼·库尔满江²

塔里木大学经济与管理学院，新疆阿拉尔，843300；

摘要：电子商务已经在农村大规模的应用，借助电子商务企业的力量，极大的拓宽了农民收入渠道和非农业就业渠道。随着参与电子商务的农户和企业越多，存在的问题也显现出来了，本文以新疆昭苏县为例，采用问卷调查获取昭苏县的相关数据，通过分析理论与问卷调查收集到的数据，得出昭苏县农村电商发展现状与农村电商企业存在的问题，给出具体的政策建议，为今后电子商务企业的发展、实施乡村振兴、提高农民收入提供一定理论依据与支撑。

关键词：电子商务；问卷调查；昭苏县

DOI：10.69979/3029-2700.25.06.081

2020 年昭苏县女县长在网络上爆火，直播带货累计总销售额超过 1.4 亿元，带动销售各类农副产品 9800 多万元，直接带动 2830 人就业，间接带动 1 万余人农民增收致富。昭苏县电子商务企业抢抓互联网发展机遇，整合优质资源，通过线上线下销售模式，进一步拓宽农牧民群众增收致富的路子，在增加农民就业和促进增收方面发挥了重要作用，但同时也面临着一系列的问题和挑战。

1 调查问卷设计及数据来源

本文结合对相关文献研究和昭苏县电子商务发展状况设计问卷，将问卷调查数据收回统计，并对收集到的数据进行了分析。本次问卷调查主要通过直播带货的方式来统计电子商务数据。通过对政策文件的搜集和整理结合问卷调查数据总结出新疆昭苏县电子商务发展现状。本问卷共分为五个模块，分别为农户对电子商务的认知、农户个体特征、农户使用电商状况及电商对收入的影响，社会支持等模块^[4]，并围绕五个模块设计 20 例问题。

本研究数据来源于新疆昭苏县农村地区开展的问卷调查，调查对象主要以参与农村电商的农户与电商服务中心工作人员，调查的区域均属于农业农村地区，调查问卷共发放 110 份，回收有效问卷 103 份，回收率为 93%，为了体现问卷调查的可靠性，有效性，本文运用克隆巴赫（Cronbach）提出的 α 系数来衡量信度。

表 1-1 信度检验表

可靠性统计		项数
克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	

0.963	0.932	20
-------	-------	----

资料来源：spss 统计结果

α 系数越高说明此问卷数据越稳定越可靠，一般认为 α 系数 0.7 以上都是可以接受的信度值，如表 4-1 所示本次问卷调查数据 α 系数为 0.963，大于 0.7，因此本次问卷数据稳定且可靠。

2 昭苏县农村电商发展现状

2.1 个体特征

调查对象个体特征模块，通过问卷调查数据先了解到调查对象年龄分布，文化水平等基本情况，再通过交叉分析更直观的了解昭苏县参与电子商务的农户年龄，文化水平分布状况。

表 2-1 调查对象个体特征交叉表

	电商参与状况	参与占比 (%)	不参与占比 (%)
	20-31 岁	18.71	71.4
年龄	30-41 岁	30.7	10.7
	40-51 岁	41.3	14.3
	50 岁及以上	9.3	3.6
文化水平	初中及以下	48	25
	高中	24	32.1
	大专	20	14.3
	本科及以上	8	28.6

资料来源：spss 统计结果

年龄方面，昭苏县参与电子商务的农户年龄段主要分布在 30 到 51 岁阶段。由于昭苏县属于偏远地区，少数民族居住较多，农户文化水平较低，大多数受过高等教育的年轻人都选择离开家乡，去大城市发展，因此，昭苏县年龄段处在 30 到 50 岁左右的农户是从事农村电

商的主体人群；文化水平方面，调查对象文化水平分布在初高中阶段，说明从事电子商务的农户整体文化水平不高，由于一部分人，因受传统思想严重，认为高学历没用，许多学生高中毕业后就不在上学，步入社会，补贴家用，因此昭苏县农村电商发展中需要高学历人才返乡就业，带动家乡发展。

2.2 电子商务认知情况

农村电子商务的发展同样受农民对电子商务的了解程度，一般来说农户对电子商务的了解度越高，参与电商的意愿就会较强，因此通过电商认知模块来了解昭苏县农户参与农村电子商务的意愿程度。如表 2-2 所示，昭苏县农民对电商有认知的群体占比较大，且多为政府人员推荐和媒体介绍得知，说明昭苏县工作人员与有关传播媒体在农村电子商务宣传方面加大了力度，方便了农户更好的了解及发展农村电子商务。

表 2-2 调查对象对电商认知分布表

指标	分类	占比 (%)
对电子商务的了解程度	不太了解	8.97
	了解较少	13.59
	一般	38.83
	比较了解	38.61
电子商务的了解渠道	政府工作人员推荐	43.01
	有关传播媒介上了解	36.89
	身边人推荐	20.10

资料来源：问卷调查数据统计

2.3 电子商务使用情况

表 2-3 调查对象通过电商主要销售的产品分布表

指标	分类	占比 (%)
主要的销售产品	农产品	25.33
	当地特色产品(美食)	38.67
	民族特色手工制品(服装)	13.33
	介绍当地风景吸引旅客	14.67
	其他产品	8
电商常用平台	抖音	66.67
	快手	10.67
	淘宝	8
	微信	12
	1688	2.66

资料来源：问卷调查数据统计

通过对调查对象电子商务使用情况统计发现，昭苏县网上销售占据最大的是当地特色美食类产品，占 38.67%，如熏马肉，马肠子等肉制品。有 25.33%的农户在网上销售农产品，13.33%的农户销售当地民族特色手工

制品（服装）等产品，也有少量的农户喜欢开直播介绍美景，在平台上能获取一些利益，在无形中也能推销当地的景区。在了解调查对象电商常用平台中发现，很多农户喜欢用抖音短视频平台直播带货，其次是微信。通过进一步调查发现，农户主要通过微信来运营微商，而淘宝，1688 则更多是购买生活用品，衣服等商品。

2.4 电商对农户收入影响情况

2.4.1 扩大产品销售渠道

农村电子商务的发展能够帮助农村居民改变传统农产品销售模式，打通农产品销售新渠道。如表 2-4 所示，有 69.34%的农户表示农村电商有明显的扩大农产品销售渠道，可以发现电商的发展通过改变传统销售方式，促进农产品的线上销售，减少中间流通环节，获取消费者对农产品的定位，提高产品的品质和质量，继而帮助农村居民实现增收。从昭苏县实践情况来看，农户普遍通过政府农产品网站、短视频平台（如抖音等平台进行直销）以及电商主要平台（微信、淘宝等）来实现产品的网络销售。

表 2-4 调查对象参与电商后产品销售范围分布表

参与电商后的销售渠道变化	占比 (%)
没有扩大	9.33
有，但效果不明显	21.33
有且效果很明显	69.34

资料来源：问卷调查数据统计

2.4.2 促进旅游发展

昭苏县农村电商发展虽然滞后于先进的省区，但是拥有着特殊的地理位置与优势的资源发展潜力。首先昭苏县拥有得天独厚的自然风景，发展特色旅游占很大的优势。如表 2-5 所示，有将近 69.33%的农户认为依托本地资源，通过电商宣传，扩大对外知名度，对乡村旅游的发展有很明显的促进效果。这说明农村电商除了销售农产品，特色产品之外，还能通过发展旅游来促进农民增收。

表 2-5 调查依托本地资源，通过电商宣传促进旅游发展效果表

参与电商后旅游发展变化	占比 (%)
没有明显效果	4
一般	26.67
效果很明显	69.33

资料来源：问卷调查数据统计

总体来看，农村电商在农产品，特色产品销售方面可以扩宽销售通道，给农户生产经营方面提供了更多便利，同时也通过扩大就业，带动农户自主创业等渠道促进农村市场扩大，增加农村居民收入。通过调查发现，

60%的农户认为农村电商可以促进就业，81.33%农户认为可以扩宽产品交易渠道。在旅游发展方面扩大了旅游景点对外知名度，有 53.33%农户认为参与农村的电商后有了稳定的客源。可以说农村电子商通过改变传统的产品销售趋势及扩大产品销售渠道，带动旅游发展，促进农户就业、吸引返乡人才回村创业等渠道，促进农村居民实现增收，给昭苏县农村带来了很好的发展机会。

2.5 支持电商发展情况

2.5.1 当地政策支持情况

农村电商发展中政府的引导和大力支持至关重要，通过实地调研访谈了解到，当地政府通过与大型企业合作，通过发放补贴补助，培育网货品牌，培养电商人才等政策支持电子商务的发展。目前，昭苏县以电商公共服务中心为基准，在各乡（镇）村因地制宜建设电商服务站点，采用以点带面的方式拉近了城乡距离。然而，由于参与农村电商的农户文化程度较低，对电子商务经营技术不太了解，因此需要政府提供大量的培训机会，为农村电商源源不断地输送专业人才。根据调查问卷数据统计，80%左右的农户认为，目前政府关于电商方面的培训不到位。因此昭苏县应进一步完善电商人才培养，多完善相关政策，更好的发展农村电商。

2.5.2 当地物流体系与网络基础支持情况

物流体系与网络基础是发展农村电商中至关重要的基础设施，电子商务所需要物流支持应该满足农户两方面的需求，首先快速回应农户农产品配送需求，其次是将物流成本要控制在合理范围内。如表 2-6 所示，有 70%以上农户认为当地物流体系较为完善，对此比较满意。由于昭苏县地理位置属于新疆较为偏僻的地区，缺乏一些物流公司，因此有 28%以上的农户认为缺乏物流支持，认为物流企业数量较少，缺少物流企业的相互间的竞争，配送时间较长等。另外，有些农户表示配送成本较高，希望政府能够多投入资金，降低配送成本才会让当地的电子商务发展更加健全。

表 2-6 调查对象对当地基础设施的满意度分布表

指标	分类	占比（%）
调查对象对物流体系满意度	比较满意	34.67
	一般满意	37.33
	不太满意	17.33
	不满意	10.67
调查对象对网络基础满意度	非常好	26
	比较好	37.34

	一般	23.33
	不好	13.33

资料来源：问卷调查数据统计

通过对昭苏县农村地区参与电子商务的农户对当地网络基础建设的满意度的调查情况统计，发现占 50%以上的调查对象认为当前的网络基础建设能满足与当地电子商务发展需求，26%的调查对象认为当地网络基础支持较为优越，13.33%的调查对象认为当地网络基础支持较为缺乏，缺少完善的网络基础，不能满足电商发展需求。这主要是由于昭苏县各区基础建设不同所导致，因此后续应进一步加强网络设施落后地区的基础建设，助力电子商务帮助更多的农户增收。

3 昭苏县农村电商发展中存在的问题

3.1 缺少政府资金支持与发展政策

在发展农村电商中政府支持是至关重要的，通过问卷调查统计发现，昭苏县在资金支持和发放补贴方面做得不够全面。虽然政府有补贴政策，但是一方面没有对补贴政策给予足够的宣传，让更多的农户通过开展电商活动获取政府补贴；另一方面补贴没有做到全面发放，仅有部分农户有补贴，有些家庭状况较为困难的农户，文化程度又不高农户由于缺乏资金还是没有办法参与到电商活动中。

3.2 电商专业人才缺失

昭苏县的农村电商发展缺乏专业人才，虽然当地也有许多农户比较年轻，对电子商务有一定的了解，但是对电商平台构建、特色农产品经营、农产品网络销售等方面还缺乏专业的知识，对电子商务的认识水平还不够高，对电商平台的应用还不成熟，容易产生许多网络隐患，当地更多接受过高等教育的人才多数留在城市，缺乏专业的电子商务人才经营和指导农产品的网络销售。

3.3 物流体系与网络基础不够完善

昭苏县属于新疆偏远县城，地广人稀，农村现有的技术有限，缺少一些快递公司，因此物流配送时间较长且配送成本较高，农产品保质期较短，导致运输过程中容易受到损害，出现一系列售后问题。在网络基础方面，由于有些农村还没有整体普及宽带网络，有些农户认为现有的网络基础没法满足村里发展电子商务的条件，因此物流体系与网络基础也阻碍了农村发展电子商务。

4 发展昭苏县农村电商的相关建议

4.1 国家应加大对农村电商的支持政策

农村电子商务的发展离不开政府的支持,政府可以通过加强法律法规监管力度以及制定电商政策,提高电子商务经营的积极性,鼓励农民参与电子商务,扩大自己产品销售渠道,实现增收。地区也要建立自己的电商法规,要多学习借鉴国内外的电商立法的经验,不断完善电商法律法规,为农户发展电子商务提供保障。还应该加强财政支持,具体要根据地方电子商务发展的需求,对在农村发展电商的企业或农户要给予补贴,信贷等支持,并且要给予农户和企业一定的税收优惠,从事电子商务的企业或农户可以申请降低或者免除税收等优惠政策。

加强农村电商专业知识培训,加大对电子商务培训的资金投入,可以邀请专业团队培训人才,对电子商务基础知识薄弱的农户进行培训,也可以通过政策福利吸引大学生返乡及电商人才来昭苏县创业,带动昭苏县农村电子商务的发展;还有一方面需要相关服务机构可以深入农村,帮助农户解决困难,农村合作社以及村组织也要经常组织农民参观农村电商做得好的乡镇,组织参与电商的农户进行相关的学习。

4.2 大力培养优秀电商人才

加强农村电商专业知识培训,加大对电子商务培训的资金投入,可以邀请专业团队培训人才,对电子商务基础知识薄弱的农户进行培训,也可以通过政策福利吸引大学生返乡及电商人才来昭苏县创业,带动昭苏县农村电子商务的发展。同时,相关服务机构可以深入农村,帮助农户解决困难,农村合作社以及村组织也要经常组

织农民参观农村电商做得好的乡镇,组织参与电商的农户进行相关的学习。

4.3 加强农村电子商务基础设施建设

网络设施基础建设方面,昭苏县相关部门需要加强网络管理,为农户以后的电子商务环境提供安全,稳定并完善的网络基础,并在完善网络基础的同时确保网络安全,防止并预防在网络交易过程中出现用户和其他信息泄露等情况,村组织或合作社多组织农户进行防诈骗培训,预防受用人员在使用相关平台与软件时遇到网络诈骗等情况。在物流体系方面,昭苏县要重视起物流配送时间,降低农村物流成本,加快道路的修建,政府可以申请资金购入大批的快递车,为物流公司的运营提供良好的渠道。

参考文献

- [1] 苏晓明. 乡村振兴背景下农村电子商务发展存在的问题及对策[J]. 山西农经, 2021(21): 55-57.
- [2] 陈宇虹, 曹塑梅. 浅谈农村电商对农村居民增收的影响[J]. 经济研究导刊, 2019(36): 7+20.
- [3] 李文文, 郭鹤超, 沈思羽, 刘孝国, 王岩. 乡村振兴背景下农村电子商务对农民增收的调查研究——以靖宇县为例[J]. 现代商业, 2021(28): 39-41.
- [4] 杨红玉. 电子商务对中国农民收入的影响研究[D]. 云南财经大学, 2022.
- [5] 范玉贞. 我国电子商务发展对经济增长作用的实证研究[D]. 上海: 上海师范大学, 2010.
- [6] 王福伟, 颀孙丰勤. 新疆农村电商发展的困境及对策[J]. 现代营销(下旬刊), 2020(01): 187-188