

大学生返乡数字商务创业意愿的影响因素研究

——数字素养的调节作用

刘莹, 郑东升

(大连民族大学经济管理学院, 辽宁大连, 116650;
大连民族大学国际商学院, 辽宁大连, 116650)

[摘要] 大学生返乡数字商务创业已成为推动乡村振兴的重要力量。探讨了乡土情怀、创业环境和数字素养对大学生返乡数字商务创业意愿的影响。采用问卷调查的研究方法, 对辽宁省4所高校的1055名大学生进行调查。结果表明, 乡土情怀和创业环境均对大学生返乡数字商务创业意愿具有显著的促进作用, 大学生的数字素养在乡土情怀与返乡数字商务创业意愿之间的调节作用并不显著, 而数字素养在创业环境与返乡数字商务创业意愿之间起到显著的正向调节作用。基于研究结果, 为高校培养大学生乡土情怀、提升大学生数字素养, 地方政府优化大学生返乡数字商务创业环境提供了针对性的建议。

[关键词] 乡土情怀; 创业环境; 大学生; 返乡数字商务创业; 数字素养

[中图分类号] G644 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2025)02-0020-09

一、引言

乡村振兴作为实现中华民族伟大复兴的关键一环, 其重要性不言而喻。在这一过程中, 发展数字商务成为推动乡村振兴的重要举措。2021年1月, 商务部印发了《关于加快数字商务建设服务构建新发展格局的通知》, 其中提出的“数商兴农”行动, 不仅为农村经济发展注入了新的活力, 更是吸引大学生返乡创业的重要推力^[1]。为了进一步推动乡村振兴, 2023年7月, 商务部联合其他八个部门共同制定了《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》。该计划指出, 将针对返乡大学生开展直播带头人技能培训, 旨在提升他们的直播带货技能, 激发农村直播电商创业的热潮^[2]。

大学生返乡数字商务创业, 不仅有助于推动农业实现高质量发展的目标, 还能助力打造乡村宜居宜业的环境, 最终实现农民富裕富足的生活。尽管学界对大学生返乡创业影响因素的探讨已经相当深入, 但对数字商务创业这一特定创业领域的研究仍然相对不足。现有研究认为, 大学生返乡电商创业的影响因素可以划分为两大类: 个人因素与环境因素。个人因素涵盖了性别、专业背景、社会实践经历、亲戚朋友创业经历^[3]、内在动机以及个人能力等方面^[4]; 而环境因素则包括农村经济社会环境、基础设施状况、政策支持力度、科技文化水平、创业教育与培训环境以及社会文化环境等多个维度^[5]。近年来, 乡土情怀作为影响大学生返乡创业意愿的因素逐渐受到学者们的关注。黄美娇等的实证研究表明, 乡土情怀能有效推动农村籍大学生形成返乡创业意向, 而创业能力在其中起到了部分中介作用^[6]。刘甲坤、万利也指出, 乡土情怀对大学生的返乡创业意愿具有显著的促进作用^[7]。

[收稿日期] 2024-09-11; **[修回日期]** 2024-11-13

[基金项目] 辽宁省社会科学规划基金青年项目“基于地区创新生态系统的辽宁省少数民族及偏远地区远程医疗服务体系建设研究”(L20CGL015)

[作者简介] 刘莹, 女, 黑龙江富锦人, 博士, 大连民族大学经济管理学院讲师, 主要研究方向: 创业管理, 联系邮箱: 20201432@dlnu.edu.cn; 郑东升, 男, 辽宁铁岭人, 大连民族大学国际商学院讲师, 主要研究方向: 国际投资

值得注意的是,在农村数字商务这一相对不受空间限制的创业领域的学术研究中,大学生的乡土情怀尚未被作为关键的影响因素进行深入研究。此外,数字商务创业的成功离不开数字素养的支持,但对这一重要变量,现有研究同样探讨不足。基于此,本研究确立了以下两个研究问题。研究问题一:乡土情怀与创业环境对大学生返乡数字商务创业意愿产生怎样的影响;研究问题二:数字素养在乡土情怀与大学生返乡数字商务创业意愿之间,以及在创业环境与大学生返乡数字商务创业意愿之间发挥着怎么样的调节作用。解决研究问题一的旨意是:为高校培养大学生乡土情怀提供建设性建议,同时,也为地方政府如何优化大学生返乡数字商务创业环境提供针对性的建议,以更好地激发大学生返乡数字商务创业意愿,从而为乡村振兴贡献力量。解决问题二的旨意是:为高校创新创业课程如何有效提升大学生的数字素养提供可行的建议,以助力培养更多具备数字化创业能力的新时代青年。

二、理论基础与研究假设

(一) 概念界定

1. 乡土情怀

现有研究对乡土情怀的界定主要聚焦于个人对故乡自然环境与民俗风情的深厚情感,以及对于推动家乡经济社会发展所承担的责任与使命。李景韬、刘华荣指出,乡土情怀泛指每个人基于与生俱来的地缘、血缘、乡愿、乡情,对家乡(无论城市或乡村)的历史、乡贤、风土民情、物产名胜所产生的自豪、骄傲与热爱之情。乡土情怀不仅蕴含着个人对家乡的眷恋,还蕴含着对父老乡亲、左邻右舍的感恩之情,以及对家乡发展与进步的关心与回馈^[8]。黄美娇等认为,乡土情怀是一种对家乡的热爱和愿意为之奉献的心境,包含了乡土情结、乡土认同以及乡土责任三个方面的内容。本研究认为,乡土情怀是指每个人内在自然流露出的对家乡的深切热爱,具体体现在对家乡宗族、血缘、亲缘、地缘等关系的眷恋,对家乡自然生态和人文环境的认同与尊重,以及对家乡建设所承担的责任与使命。

2. 数字商务创业

数字商务是电子商务的升级概念,是以数字技术和数据要素为驱动,聚焦商产融合这条主线,数字技术与商务活动深度融合,实现商品和服务交易数字化、网络化、智能化的新型商务活动^[9]。朱江指出,数字商务是将现代信息化技术、商务经济活动以及政府监管等紧密结合,形成基于互联网技术的数字化、智能化、融合化的商务发展新格局,使交易突破时间和空间的限制,实现产业融合^[10]。基于此,本研究对数字商务的定义是,借助数字技术与数据要素,突破交易在时间与空间上的限制,推动商品和服务交易向数字化、网络化和智能化方向转型升级的一种新型商务模式。本研究参照2021年5月国家统计局颁布的《数字经济及其核心产业统计分类(2021)》中数字商贸所包含的内容^[11],将数字商务划分为数字化批发(含互联网批发)、数字化零售(含互联网零售)、数字化住宿、数字化餐饮、数字化租赁以及数字化商务服务(如票务代理、旅游、会议展览等)。数字商务创业则是围绕这些产业展开的创业活动。

3. 创业环境

现有研究已经就创业环境的概念与构成要素展开了深入的探讨。张玉利、陈立新认为,创业环境是在创业活动中发挥关键作用的要素组合。具体而言,创业环境包括四大要素:政府政策与工作程序、社会经济条件、创业与管理技能,以及金融与非金融支持^[12]。蔡莉等将供应资源的环境定义为直接匹配环境要素,将确保资源获取的环境定义为间接匹配环境要素。直接匹配环境要素包括技术、人才及资金;间接匹配环境要素则包括政策法规环境、中介服务体系、市场环境、信息化环境以及文化环境^[13]。

由此可见,创业环境是影响创业意愿产生以及创业行为的一系列外部环境要素构成的整体,是一

个多维度的概念。因此,不同学者根据各自的研究领域和重点,对其进行了不同维度的划分。在探讨大学生创业环境的研究中,朱蕾蕾从行政环境、教育与培训环境、融资环境以及社会文化环境四个方面对创业环境进行了分类^[14]。林周周等人则将创业环境划分为金融支持、政府支持、教育支持和文化环境四个维度^[15]。本研究在综合现有研究成果和大学生返乡数字商务创业实际环境的基础上,将创业环境划分为政策环境、融资环境、专业基础设施、教育与培训环境以及文化环境五个维度。

4. 创业意愿

创业意愿这一概念自 Bird 于 1988 年提出以来,一直被视为预测创业行为最为可靠和精确的指标。Bird 将创业意愿定义为能够促使个体自发地投入大量时间和精力,采取一系列实际行动达成特定目标的心理状态^[16]。此后, Krueger、刘海鹰等学者对于创业意愿的内涵进行了补充,认为创业意愿是潜在创业者是否愿意从事创业活动的一种主观态度,也是对人们具备创业者特质的程度和能力的一般描述^[17-18]。目前,对于创业意愿的测量,主要存在两种观点:一是从个体期望或计划等单维度来测量,另一种则是对兴趣、考虑、自由职业偏好、受限制时的职业偏好、行为期望等五个方面进行综合测量^[19]。鉴于部分大学生尚未确立明确的职业生涯规划,或即便已有目标和规划,亦因诸多不确定性因素致使其目标频繁变动,缺乏稳定性,本研究从兴趣、考虑、自由职业偏好、受限制时的职业偏好、行为期望五个方面来测量创业意愿。

5. 数字素养

数字素养这一概念最初由以色列学者 Alkalai 于 1994 年提出^[20],随后, Gilster 对数字素养的概念进行了较为全面的界定。Gilster 认为,数字素养是理解并读懂通过电脑显示的各种数字资源及信息真正含义的能力^[21]。凌征强则将数字素养视为一个综合性的概念,它涵盖了人们自信地使用数字通信技术、批判性地检索和利用数字资源,以及自由参与数字社会活动等方面的综合能力^[22]。从以上定义可以看出,现有研究强调数字素养是人们批判性地使用数字通信技术的能力。然而,素养并不单单指能力,还涵盖个人为适应特定的社会环境所具备的认知和心智。因此,本研究认为,数字素养是人们为满足数字社会需求所具备的综合素质。拥有数字素养的人不仅能正确认知并理解数字技术与内容,更能批判性地获取并合理应用数字技术与内容。此外,他们还能针对学习、就业以及社会参与等各个领域的具体任务,创造富有价值的数字内容。

(二) 研究假设

1. 乡土情怀和大学生返乡数字商务创业意愿之间的关系

在外求学的大学生,无论身处何地,内心深处总有一种乡土情怀。这种乡土情怀源于对宗族、血缘、亲缘、地缘等关系的深厚眷恋,使得他们乐于与家乡人保持联系,了解家乡数字商务产业的现状及相关优惠政策,从而萌生出创业的念头。同时,大学生对家乡自然生态和人文环境的认同与尊重,也促使他们愿意通过数字技术向外界展示家乡的美丽风光与独特的习俗。他们愿意依托家乡的自然资源和文化特色,开展数字商务创业。近年来,众多返乡大学生通过拍摄短视频,宣传家乡的风土人情和特色产品,成功开展数字商务创业的例子不胜枚举。并且,大学生对养育自己的家乡怀有的感激之情,以及希望为家乡经济发展做出贡献的心情,可能会激发他们返乡数字商务创业的意愿。综上所述,大学生的乡土情怀为他们的返乡数字商务创业注入了强大的动力。由此,提出如下假设:

H1: 乡土情怀能够显著地增强大学生的返乡数字商务创业意愿。

2. 创业环境和大学生返乡数字商务创业意愿之间的关系

在政策环境方面,为推进数字商务的快速发展,商务部办公厅于 2021 年 1 月发布了《关于加快

数字商务建设服务构建新发展格局的通知》。该通知要求各地积极开展“数商兴农”行动和丝路电商行动。基于此,众多地区纷纷出台了旨在激励数字商务发展的相关政策。在融资环境方面,地方政府和相关机构为激励大学生创业出台了一系列相关政策,包括税收优惠、担保贷款和贴息政策、资金扶持政策等。在专业基础设施建设方面,潘宏亮等的研究结果表明,我国的数据基础支撑水平,如宽带接口端数、域名数以及网页数等,均呈现波动上升态势^[23]。此外,各地积极建设电商产业园,为创业者提供完善的办公场地与设施。在教育与培训环境方面,众多大学已开设与数字商务相关的专业,培养了优质的数字商务人才。在文化环境方面,GEM 全球创业报告表明,在我国,约有 60%的成年人在面临创业选择时,不会因为担忧失败而放弃^[24]。这一数据表明了我国的创业文化为鼓励创新、宽容失败。这种环境为我国创业活动的发展提供了有力的支撑。综上所述,从政策、融资、专业基础设施、教育与培训以及文化等方面来看,当前的环境为大学生返乡数字商务创业提供了良好的条件。因此,大学生在感知到这样的环境后,将更有可能把握机遇,选择返乡创业。由此,提出如下假设:

H2: 创业环境感知能够显著地增强大学生的返乡数字商务创业意愿。

3. 数字素养的调节作用

具有良好数字素养的大学生更有能力运用数字技术来识别和评估家乡的创业机会。这种能力有助于他们将乡土情怀转化为切实可行的创业行动,从而提升了他们返乡创业的意愿。数字素养的内涵并不仅限于对数字工具的熟练操作,更包括了对数字经济环境的敏锐洞察力。这使得拥有良好数字素养的大学生能够紧密结合家乡的实际情况,创造性地设计和实施数字商务模式。同时,良好的数字素养还为大学生通过数字平台构建人际关系网络、整合各类资源提供了有力的支持。这种资源的累积对于创业成功至关重要,并进一步激发了他们运用数字技术返乡创业的意愿。由此,提出如下假设:

H3a: 良好的数字素养在乡土情怀与大学生返乡数字商务创业意愿间起正向调节作用。

具备良好数字素养的大学生对于数字商务创业环境有着更为敏锐的洞察力。他们不仅能够精准地把握创业激励政策、融资条件以及市场需求等关键因素,更能凭借这种环境洞察力,敏锐地捕捉到创业机会,从而激发出强烈的返乡数字商务创业意愿。同时,这些大学生在数字素养的加持下,能够游刃有余地运用互联网及其他数字工具,高效、精准地搜集、分析并利用与创业紧密相关的各类信息。这样的能力不仅使他们对创业环境有了全面而深入的了解,更在无形中激发了他们的创业热情与决心。由此,提出如下假设:

H3b: 良好的数字素养在创业环境感知与大学生返乡数字商务创业意愿间起到正向调节作用。

三、研究设计

(一) 变量测量

在本研究所构建的理论模型中共有 4 个变量,分别是乡土情怀、创业环境、返乡数字商务创业意愿和数字素养。其中,返乡数字商务创业意愿为因变量,乡土情怀与创业环境为自变量,数字素养为调节变量。乡土情怀的测量主要借鉴了黄美娇等的量表,创业环境的测量主要借鉴了任泽平等的报告^[25]和王红军的研究^[26],返乡数字商务创业意愿的测量主要借鉴了李永强的量表,数字素养的测量主要借鉴了姚争、宋红岩的量表^[27]。各量表的题项均采用李克特 5 点评分法,1 表示完全不符合,2 表示不太符合,3 表示有点符合,4 表示较为符合,5 表示完全符合。

(二) 问卷收集

2024 年 1 月至 3 月,本研究向大连民族大学、大连工业大学、大连大学和东北财经大学的部分农村籍本科生发放问卷 1 500 份,共回收 1 058 份,其中有效问卷 1 055 份,有效回收率 70.33%。之所

以选择从上述四所大学中收集样本，原因在于这四所高校分别为民族类、综合类、工业类以及财经类高校，聚集了来自不同学科背景与多民族的大学生群体，因此，从这些大学收集的数据相对具有代表性。从样本的年级分布来看，样本中大一学生占比 22.2%，大二学生占比 38.9%，大三学生占比 31.2%，大四学生占比 7.1%，大五学生占比 0.7%；从专业构成来看，文史哲类专业占比 8.6%，经济类专业占比 21.5%，管理类专业占比 45.4%，理工类专业占比 21.5%，其他专业占比 3%；从性别构成来看，男生占比 34.3%，女生占比 65.7%。

(三) 测量量表信度与效度检验

为了检验问卷的内部一致性信度，本研究采用 SPSS 26.0 来计算 Cronbach's α 系数。 α 系数的值越高，表明问卷数据的信度越高。从表 1 中可以看出，乡土情怀、创业环境和创业意愿量表的 α 值均超过了 0.9，而数字素养量表的 α 值也接近 0.9，表明各量表具有很好的信度。本研究采用的所有量表均借鉴现有的成熟量表制定而成，这些量表经过多次验证和应用，因此具有良好的内容效度。在进行聚合效度和区分效度检验之前，对各量表的题项进行因子分析。结果显示，所有量表的 KMO 指数均大于 0.8，且 p 值小于 0.001，因此适合做因子分析。从表 1 中还可以看到，各量表的因子载荷的 CR 值均大于 0.9，AVE 值均大于 0.6，表明各量表的聚合效度良好。其后，采用 AVE 法对区分效度进行检验，结果如表 2 所示，各变量的 AVE 的平方根值均大于与其他变量的相关系数，表明变量之间具有良好的区分效度。

表 1 信度与效度分析

变量	题项	α	KMO	最小因子载荷	CR	AVE
乡土情怀	10	0.930	0.927	0.677	0.941	0.618
创业环境	15	0.957	0.956	0.735	0.960	0.631
创业意愿	5	0.934	0.879	0.846	0.950	0.791
数字素养	4	0.899	0.831	0.787	0.930	0.769

表 2 各变量间的区分效度

	乡土情怀	创业环境	创业意愿	数字素养
乡土情怀	0.786			
创业环境	0.406**	0.794		
创业意愿	0.455**	0.615**	0.889	
数字素养	0.282**	0.770**	0.578**	0.877

注：*表示 $p<0.05$ ，**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$ ；加粗数值为各变量 AVE 的平方根值。

四、数据分析与结果

(一) 描述性统计分析

采用 SPSS26.0 对问卷数据进行描述性统计分析，结果如表 3 所示。其中，大学生乡土情怀的平均值达到了 3.89，标准偏差为 0.89，这说明大学生普遍怀有较为深厚的乡土情感。同时，创业环境的平均值为 2.86，标准偏差为 0.92，这表明大学生对创业环境的整体感知处于一般水平。创业意愿的平均值为 2.90，标准偏差为 1.12，这反映出大学生对返乡数字商务创业的意愿处于中等水平。而大学生数字素养的平均值为 2.74，标准偏差为 1.05，这意味着他们的数字素养尚处于一般水平。

表 3 描述性统计分析结果

	样本数	最小值	最大值	均值	标准偏差
乡土情怀	1055	1	5	3.89	0.89
创业环境	1055	1	5	2.86	0.92
创业意愿	1055	1	5	2.90	1.12
数字素养	1055	1	5	2.74	1.05

(二) 乡土情怀、创业环境与创业意愿的回归分析

本研究旨在探讨乡土情怀与创业环境对大学生返乡数字商务创业意愿的影响。为确保研究的严谨性,本研究设定年级、专业、性别、民族、本人创业经历为控制变量,返乡数字商务创业意愿为因变量,乡土情怀与创业环境为自变量,并运用多元回归分析方法进行数据分析。分析结果如表 4 所示。结果显示,所有变量的容差均大于 0.1, *VIF* 均小于 10, 这表明不存在多重共线性问题。模型 1 的结果显示, $F=1.815$, $p>0.05$, 模型不具有统计学意义;而模型 2 的结果显示, $F=116.211$, $p<0.001$, 模型具有统计学意义, $R^2=0.433$, 意味着模型能解释大学生返乡数字商务创业意愿 43.3%的方差,模型效果较好。其中,本人创业经历这一控制变量对大学生返乡数字商务创业意愿具有显著影响。具体而言,相较于没有创业经历的大学生,有创业经历的大学生的返乡数字商务创业意愿更强($p<0.01$)。分析结果还表明,乡土情怀对大学生返乡数字商务创业意愿具有显著的正向影响($p<0.001$),乡土情怀每上升 1 个单位,大学生返乡数字商务创业意愿就提升 0.257 个单位,因此 H1 成立。同时,创业环境也对大学生返乡数字商务创业意愿具有显著的正向影响($p<0.001$),创业环境每改善 1 个单位,大学生返乡数字商务创业意愿就提升 0.511 个单位,因此 H2 成立。

表 4 回归分析结果

变量	模型 1					模型 2				
	<i>B</i>	<i>SE</i>	β	容差	<i>VIF</i>	<i>B</i>	<i>SE</i>	β	容差	<i>VIF</i>
年级	0.000	0.039	0.000	0.978	1.023	-0.047	0.029	-0.038	0.972	1.029
专业	0.029	0.018	0.052	0.882	1.134	0.001	0.014	0.002	0.877	1.140
性别	0.064	0.078	0.027	0.861	1.161	0.116	0.059	0.049	0.849	1.178
民族	-0.119	0.070	-0.053	0.981	1.020	-0.043	0.053	-0.019	0.978	1.022
本人创业经历	0.178	0.142	0.039	0.979	1.022	0.278	0.107	0.061**	0.972	1.029
乡土情怀						0.323	0.032	0.257***	0.811	1.232
创业环境						0.624	0.031	0.511***	0.819	1.222
R^2			0.009					0.437		
adj. R^2			0.004					0.433		
F			1.815					116.211***		

注: **表示 $p<0.01$, ***表示 $p<0.001$ 。

(三) 数字素养的调节效应检验

由于 Bootstrap 方法提供的置信区间更精确且更具统计检验力,所以本研究采用 Bootstrap 检验方法来检验数字素养在乡土情怀与大学生返乡数字商务创业意愿,以及创业环境感知与大学生返乡数字商务创业意愿之间的调节效应。具体来说,设定 Bootstrap 次数为 5 000,置信区间为 95%,并将年

级、专业、性别、民族、本人创业经历作为控制变量加入模型分析中。调节效应的检验结果如表 5 所示，数字素养在大学生的乡土情怀与返乡数字商务创业间的调节作用不显著，因此 H3a 不成立。而数字素养也在大学生的创业环境感知与返乡数字商务创业意愿间起到正向的调节作用，这意味着，学生的数字素养水平越高，创业环境对返乡数字商务创业意愿的影响就越大，因此 H3b 成立。

表 5 Bootstrap 调节效应检验结果

调节效应	假设路径	β	SE	p 值	95%置信区间	检验结果
调节效应 1	乡土情怀×数字素养	0.046 3	0.026 3	0.079 3	[-0.005 4, 0.098 0]	不显著
调节效应 2	创业环境×数字素养	0.059 5	0.021 5	0.005 7	[0.017 3, 0.101 7]	显著

(四) 稳健性检验

本研究通过引入新的控制变量来检验分析结果的稳健性。鉴于父母有创业经历对大学生创业意愿存在显著正向影响^[28]，本研究将家庭创业经历纳入模型中作为控制变量，多元线性回归的结果并未发生改变，如表 6 所示。由此可见，分析结果具有一定的稳健性。

表 6 稳健性检验结果

变量	模型 3					模型 4				
	B	SE	β	容差	VIF	B	SE	β	容差	VIF
年级	0.000	0.039	0.000	0.977	1.023	-0.047	0.029	-0.038	0.971	1.030
专业	0.029	0.018	0.052	0.881	1.134	0.001	0.014	0.002	0.877	1.140
性别	0.064	0.078	0.027	0.861	1.161	0.116	0.059	0.049	0.849	1.178
民族	-0.119	0.070	-0.053	0.981	1.020	-0.043	0.053	-0.019	0.978	1.023
本人创业经历	0.176	0.144	0.039	0.947	1.056	0.286	0.109	0.063**	0.942	1.061
家庭创业经历	0.006	0.073	0.003	0.965	1.036	-0.022	0.055	-0.009	0.960	1.041
乡土情怀						0.322	0.032	0.257***	0.809	1.237
创业环境						0.625	0.031	0.512***	0.815	1.226
R^2			0.009					0.437		
adj. R^2			0.003					0.433		
F			1.512					101.623***		

注：**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$ 。

五、研究结论与展望

(一) 研究结论

本研究深入探讨了乡土情怀与创业环境对大学生返乡数字商务创业的影响，并揭示了数字素养在其中的调节作用。具体研究结论如下：①大学生的乡土情怀对返乡数字商务创业意愿具有显著的促进作用。②创业环境显著地促进了大学生返乡数字商务创业意愿的产生。③大学生的数字素养在乡土情怀与返乡数字商务创业意愿之间的调节作用并不显著。④大学生的数字素养在创业环境与返乡数字商务创业意愿之间起到显著的正向调节作用。

(二) 管理启示

研究结论对于激发大学生的乡土情怀，改善创业环境，提升数字素养水平，鼓励大学生返乡数字商务创业，具有以下启示：第一，高校要鼓励大学生结合所学专业知识，充分利用数字技术为家乡的

发展贡献力量, 激发其返乡数字商务创业意愿。将全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛等与数字商务创业相关的赛事嵌入创新创业课程, 鼓励大学生结合家乡的自然资源和文化资源参与数字商务比赛, 在此过程中, 引导学生发现家乡的数字商务创业机会。第二, 地方政府需制定一系列旨在激励大学生返乡数字商务创业的政策措施, 涉及数字商务创业专项经费资助、贷款担保、贷款贴息补助、冷链物流管理设施和场地、办公场地、创业培训等方面。同时, 地方政府需加大宣传力度, 确保这些优惠政策能够广为人知, 从而引导大学生认识到家乡优质的创业环境, 提升其返乡数字商务创业的意愿。第三, 高校创新创业课程的授课教师应将数字化供应链管理技能、电商直播技术、短视频制作方法以及网店运营数据分析方法等融入课程体系, 引导学生运用数字技术进行创业实践, 从而提高学生的数字素养。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国商务部. 商务部办公厅关于加快数字商务建设服务构建新发展格局的通知[EB/OL]. (2021-01-03) [2024-06-16]. <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/h/redht/202101/20210103035240.html>.
- [2] 中华人民共和国商务部. 商务部等9部门办公厅(室)关于印发《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》的通知 [EB/OL]. (2023-08-27) [2024-06-16]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202308/content_6898207.htm.
- [3] 赵雪梅. 大学生返乡电商创业意愿的影响因素分析: 基于农村创业环境视角[J]. 商业经济研究, 2021(7): 103-106.
- [4] 荣婷婷, 盛晏. 基于 MAIR 模型的农村籍大学生返乡电商创业意愿研究[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(1): 242-245.
- [5] 徐慧婷, 黄春松, 胡永红. 乡村振兴背景下大学生农村电商创业意愿影响因素研究: 基于厦门市 644 名大学生的调查[J]. 西安石油大学学报(社会科学版), 2023, 32(3): 46-51, 80.
- [6] 黄美娇, 章月萍, 李中斌. 乡土情怀对农村籍大学生返乡创业意向的影响[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2020, 34(1): 126-132.
- [7] 刘甲坤, 万利. 发展环境与乡土情怀并行: 乡村振兴战略背景下大学生返乡就业创业意愿研究[J]. 创新与创业教育, 2022, 13(3): 36-46.
- [8] 李景韬, 刘华荣. 基于乡土情怀培育的大学生爱国主义教育模式[J]. 兰州交通大学学报, 2018, 37(1): 137-141.
- [9] 欧阳日辉. 2022 年中央一号文件解读: “数商兴农”是农村电子商务发展的新方向[J]. 科技与金融, 2022(4): 49-53.
- [10] 朱江. 论发展数字商务推动经济动能转换[J]. 营销界, 2022(18): 38-40.
- [11] 中华人民共和国国家统计局. 数字经济及其核心产业统计分类(2021)[EB/OL]. (2021-05-27) [2024-06-16]. https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5625996.htm.
- [12] 张玉利, 陈立新. 中小企业创业的核心要素与创业环境分析[J]. 经济界, 2004(3): 29-34.
- [13] 蔡莉, 崔启国, 史琳. 创业环境研究框架[J]. 吉林大学社会科学学报, 2007(1): 50-56.
- [14] 朱蕾蕾. 创业环境对大学生创业意向的影响研究[D]. 济南: 山东财经大学, 2014.
- [15] 林周周, 马晓多, 李盛楠. 创业环境对大学生创业意愿的影响研究: 以苏州大学为例[J]. 高教论坛, 2024(1): 101-106, 124.
- [16] BIRD B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention[J]. Academy of Management Review, 1988, 13(3): 442-453.
- [17] KRUEGER JR N F, CARSRUD A L. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour[J]. Entrepreneurship & Regional Development, 1993, 5(4): 315-330.
- [18] 刘海鹰. 大学生创业意向影响因素研究[J]. 科技进步与对策, 2010, 27(18): 154-156.
- [19] 李永强, 白璇, 毛雨, 等. 基于 TPB 模型的学生创业意愿影响因素分析[J]. 中国软科学, 2008(5): 122-128.
- [20] ALKALAI E Y. Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era[J]. Journal of Educational Multimedia & Hypermedia, 2004(1): 93-107.
- [21] GILSTER P. Digital literacy[M]. New York: Wiley Publishing, 1997: 25-48.
- [22] 凌征强. 我国大学生数字素养现状、问题与教育路径[J]. 情报理论与实践, 2020, 43(7): 43-47, 53.

- [23] 潘宏亮, 赵兰香, 叶璐. 我国数据要素发展水平的测度及时空演进研究[J]. 科学学研究, 2025, 43(1): 205–216.
- [24] Global Entrepreneurship Monitor. 2022/2023 Global Report[EB/OL]. (2024-02-13) [2024-06-16]. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>.
- [25] 任泽平, 白学松, 刘煜鑫, 等. 中国青年创业发展报告(2021)[J]. 中国青年研究, 2022(2): 85–100.
- [26] 王红军. 科技人才涉农数字商务创业能力提升路径的扎根研究: 基于政策契合、资源整合与技能拓展的视角[J]. 农业科技管理, 2023, 42(6): 56–60.
- [27] 姚争, 宋红岩. 中国公众数字素养评估指标体系的开发与测量: 以传媒类大学生为考察对象[J]. 中国广播电视学刊, 2022(8): 26–31.
- [28] 沈皆希, 申瑞, 姚钰涵. 父母职业背景对大学生创业意愿的影响[J]. 合作经济与科技, 2022(8): 107–109.

Research on factors influencing college students' willingness to returning to hometowns for digital commerce entrepreneurship: The moderating role of digital literacy

LIU Ying, ZHENG Dongsheng

(School of Economic and Business, Dalian Minzu University, Dalian 116650, China;
International Business College, Dalian Minzu University, Dalian 116650, China)

Abstract: College students returning to their hometowns to start digital commerce businesses has become an important force in promoting rural revitalization. This study explores the influence of rural sentiment, entrepreneurial environment, and digital literacy on college students' willingness to return to their hometowns and start digital commerce businesses. Using a questionnaire survey method, 1 055 college students from 4 universities in Liaoning Province were surveyed. The results show that both rural sentiment and entrepreneurial environment have a significant positive effect on college students' willingness to return to their hometowns and start digital commerce businesses. While digital literacy does not have a significant moderating effect between rural sentiment and the willingness to return to hometowns for digital commerce entrepreneurship, it does have a significant positive moderating effect between entrepreneurial environment and this willingness. Based on the research results, targeted suggestions are provided for universities to cultivate college students' rural sentiment and enhance their digital literacy, as well as for local governments to optimize the entrepreneurial environment for college students returning home to start digital commerce businesses.

Key words: rural sentiment; entrepreneurial environment; college students; returning to hometowns for digital commerce entrepreneurship; digital literacy

[编辑: 何彩章]