

乡村振兴背景下涉农大学生返乡电商创业意愿影响因素分析

李 潇, 侯庆丰*

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月11日; 发布日期: 2025年7月8日

摘 要

在乡村振兴战略背景下, 大学生返乡电商创业对于缓解就业压力、推动乡村发展意义重大。本文以兰州市涉农高校(甘肃农业大学和甘肃农业职业技术学院) 319名学生为研究对象, 运用问卷调查法收集数据, 借助信度分析、因子分析和二元Logistic回归等方法, 探究影响涉农高校大学生返乡电商创业意愿的因素。研究发现, 外部支持、个人能力、个人特征、家庭影响和外部影响因素均对大学生返乡创业意愿产生正向影响, 其中外部支持是核心驱动因素。基于此, 文章提出完善政策支持与能力培养体系、加强家庭与社会协同助力、优化信息与示范引领机制等对策建议, 旨在为推动大学生返乡创业、助力乡村振兴提供参考依据。

关键词

乡村振兴, 返乡电商创业, 因子分析, 二元Logistic回归, 影响因素

Analysis of Influencing Factors of Return-to-Hometown E-Commerce Entrepreneurship Willingness among Agriculture-Related College Students under the Background of Rural Revitalization Strategy

Xiao Li, Qingfeng Hou*

School of Marxism, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

*通讯作者。

文章引用: 李潇, 侯庆丰. 乡村振兴背景下涉农大学生返乡电商创业意愿影响因素分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 381-389. DOI: 10.12677/eci.2025.1472179

Abstract

Under the background of the Rural Revitalization Strategy, college students' return-to-hometown e-commerce entrepreneurship is of great significance for alleviating employment pressure and promoting rural development. This study takes 319 students from Lanzhou-based agriculture-related colleges and universities (Gansu Agricultural University and Gansu Vocational and Technical College of Agriculture) as research objects, collects data through questionnaire surveys, and explores the influencing factors of agriculture-related college students' willingness to return to their hometowns for e-commerce entrepreneurship by means of reliability analysis, factor analysis, and binary Logistic regression. The study finds that external support, personal ability, personal characteristics, family influence, and external environment factors all have a positive impact on college students' willingness to return to their hometowns for entrepreneurship, with external support being the core driving factor. Based on this, the paper puts forward countermeasures and suggestions such as improving the policy support and ability training system, strengthening family and social collaboration, and optimizing the information and demonstration leading mechanism, aiming to provide a reference for promoting college students' return-to-hometown entrepreneurship and helping rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Return-to-Hometown E-Commerce Entrepreneurship, Factor Analysis, Binary Logistic Regression, Influencing Factors

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在民族复兴进程中,乡村振兴地位关键。我国大学本科毕业生规模持续扩大,2025年预计达1222万人[1]。在就业市场竞争加剧背景下,《关于实施就业优先战略促进高质量充分就业的意见》强调就业的民生底色与战略意义。大学生作为知识技能载体,返乡创业既契合个人职业发展需求,更是响应国家号召、以实际行动服务乡村振兴的时代选择。

电商作为数字技术与实体经济深度融合的创新业态,已成为乡村振兴战略实施的关键引擎。《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》明确提出“深化农村电商布局,助力乡村振兴”,强调通过电商推动农产品品牌化、完善物流体系、培育新型经营主体。在此背景下,大学生返乡电商创业不仅是响应国家战略的生动实践,更是破解乡村发展困境的创新路径。同时涉农大学生返乡电商创业又具有独特优势显著,专业知识贴合农业需求,对农村有深入了解和情感认同,既能提升农产品溢价空间,又能促进乡村文化与传播。

从理论层面看,大学生返乡创业契合人力资源优化配置理论与创新驱动发展理论:前者通过推动人才城乡双向流动实现资源合理配置,为农村注入知识型劳动力;后者通过引入新技术、新理念、新商业模式,激活农村产业升级的内生动力[2]。从现实意义看,其为乡村振兴开辟新路径——大学生依托专业能力因地制宜布局创业项目,赋能农村经济多元化发展;同时为个人提供“知识转化实践”的舞台,在

服务乡村中实现职业发展与社会价值的双向提升[3]。

本研究聚焦于影响涉农高校大学生返乡电商创业的因素,并通过实证分析明确各因素的影响程度。期望研究成果能够为政府制定更具针对性的扶持政策、高校开展更有效的创业教育、社会提供更完善的创业支持提供科学依据,进一步推动大学生返乡创业,助力乡村振兴战略的全面实施。

2. 文献综述

随着乡村振兴战略的推进,大学生返乡电商创业成为研究热点,国内众多学者围绕此展开研究,成果丰富且各具特色。大致可以分为以下两类。

2.1. 大学生返乡创业的相关研究

刘敏娜指出,乡村振兴中大学生返乡就业创业成为人才回流关键,但面临家庭观念阻碍、高校指导形式化、政策落地“走样”等社会支持短板,需构建家庭情感支撑、高校学科对接、政府政策保障的协同体系[4]。梁海珍、吴海琼构建“内在心理-外部环境”框架,揭示成就动机与目标价值追求驱动创业意愿,个人能力、家庭态度、政策支持等外部因素显著影响决策,强调心理资本的风险应对作用[5]。庄强提出“政策完善-意识强化-环境优化”路径,主张健全薪资福利、户籍教育等保障机制,通过“青春兴晋”等活动转变认知,搭建“一站式”平台整合创业服务,推动产业融合创造多元岗位[6]。姚朝宗等聚焦农村籍大学生“补位”功能,指出其凭借乡土认同在经济、文化、社会领域发挥作用,受经济利益、乡土情结、价值实现驱动,需通过政策“绿色通道”、高校特色专业、典型宣传破除观念束缚[7]。

综合研究,大学生返乡就业创业对乡村振兴意义非凡却挑战重重。影响其决策的因素多且相互交织。后续研究应聚焦构建更完善协同的支持体系,加强家庭、高校、政府等主体合作。同时,依据大学生个体差异与乡村实际需求精准制定政策,提升政策针对性与实效性,助力乡村振兴。

2.2. 大学生返乡电商创业相关研究

蔡滨以福建大学生为对象,通过政策分析与调研发现,政策支持力度和公共服务完善度正向影响创业意愿,而创业主体实践经验欠缺、产品创新能力不足及品牌创建意识薄弱是主要困境[8]。赵雪梅基于东三省15所高校852名大学生样本,构建五维度农村创业环境指标体系,实证表明政策支持与经济社会环境显著提升返乡电商创业意愿,金融服务环境影响不显著,且男性、经管类专业、有社会实践经历者意愿更强[9]。余雅晶归纳出四种创业实践模式,指出现有模式推广面临高校创业教育与产业需求脱节、政策落地效率不足的瓶颈[10]。梁雪结合政策解读与消费升级理论,分析指出大学生返乡电商创业可推动农村消费升级,但需解决资金短缺与人才流失问题[11]。

总体而言,现有研究从创业环境、实践模式、政策支持等维度揭示了大学生返乡电商创业的驱动机制与现实挑战,但在样本区域多样性、创业长期效应及数字技术赋能等方面仍需深化,未来研究可聚焦跨区域比较、技术融合路径与长效政策评估体系构建。

3. 乡村振兴背景下涉农大学生返乡电商创业意愿调查分析

3.1. 问卷的设计与调查

本研究以甘肃农业大学和甘肃农业职业技术学院学生为对象,运用随机抽样法,借助“问卷星”平台线上发放问卷收集数据。问卷设计参考了国内外研究成果与实际案例,围绕乡村振兴战略背景下大学生返乡电商创业影响因素,分为个人基本信息、外部环境、家庭情况和自身情况四个部分。调查对象为两校大一至大四的专科生和本科生,涉及多学科领域。此次共发放问卷340份,经筛选得到有效问卷319

份，有效率 94%，为研究提供了数据支持。不过，本次样本局限于两所涉农高校，未来研究可扩大样本范围至不同地区、层次高校的学生，提升研究结论的普遍性和适用性。

3.2. 所用研究方法的特征

因子分析：因子分析是从众多原始变量中提取少数综合因子的统计方法。在本研究中，其意义在于将影响大学生返乡电商创业意愿的诸多复杂变量进行降维处理，浓缩信息。通过提取公共因子，简化数据结构，把多个具有相关性的变量归结为几个核心维度，使研究人员能够更清晰地把握影响大学生返乡电商创业意愿的关键因素类别，深入了解这些因素之间的潜在联系，为后续精准分析和制定策略奠定基础。

二元 Logistic 回归：二元 Logistic 回归用于分析自变量对二分类因变量的影响。本研究中，因变量为大学生返乡电商创业意愿(愿意或不愿意)，通过构建该模型，能够明确不同影响因素对大学生返乡电商创业意愿的影响方向和程度。可以量化每个因素在多大程度上促进或抑制创业意愿，判断各因素的重要性，进而为制定针对性地促进大学生返乡电商创业政策和措施提供数据支持和科学依据。

4. 变量选取及模型构建

4.1. 分析模型变量选取

在选取这些变量时，充分考虑了其大学生返乡电商创业意愿之间的潜在联系(见表 1)。例如，选取“独生子女”作为变量，是因为独生子女在家庭中的资源分配、家庭期望等方面可能存在特殊性，进而影响其返乡创业决策“中共党员”这一变量，考虑到党员往往具有更强的社会责任感和奉献精神，可能会对返乡创业意愿产生影响。通过对这些变量的分析，能够更全面地探究影响大学生返乡电商创业的因素。

Table 1. The selection and meaning of research variables
表 1. 研究变量的选取与含义

变量名称	含义	变量定义
个人特征	性别	1 = 男, 0 = 女
	年龄	1 = 18 岁以下, 2 = 19~21 岁, 3 = 22~24 岁, 4 = 24 岁以上
	学历	1 = 专科, 2 = 本科
	专业类型	1 = 经管类, 2 = 农林类, 3 = 理工类, 4 = 教育学类, 5 = 文史艺术类, 6 = 医学类, 7 = 其他
	U1 独生子女	1 = 非常不重要, 2 = 比较不重要, 3 = 一般, 4 = 比较重要, 5 = 非常重要
	U2 中共党员	1 = 非常不重要, 2 = 比较不重要, 3 = 一般, 4 = 比较重要, 5 = 非常重要
	U3 成绩优异	1 = 非常不重要, 2 = 比较不重要, 3 = 一般, 4 = 比较重要, 5 = 非常重要
	U4 学生干部	1 = 非常不重要, 2 = 比较不重要, 3 = 一般, 4 = 比较重要, 5 = 非常重要

续表

家庭情况	家庭年收入	1 = 4 万以下，2 = 4~6 万，3 = 8~10 万，4 = 10 万以上
	T1 家庭支持创业	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	T2 亲朋好友中有电商创业成功	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	T3 家庭电商认知度	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	T4 家人希望返回家乡就业	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	T5 家庭给予资金支持	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
外部环境	S1 电商政策支持	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S2 当地创业有规范的法律保障	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S3 物流便利性	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S4 家乡基础设施比较完善	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S5 电商平台资源获取	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S6 电商培训参与度	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S7 学校电商创业引导力度	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S8 电商创业技术指导	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S9 更便捷的政务关系	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	S10 帮助协调村民关系	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
个人能力	U5 电商运营技能	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	U6 数字技术应用能力	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要
	U7 电商实践经历	1 = 非常不重要，2 = 比较不重要，3 = 一般， 4 = 比较重要，5 = 非常重要

4.2. 二元 Logistic 回归模型构建

在探究乡村振兴战略背景下涉农高校大学生返乡电商创业意愿影响因素时，二元 Logistic 回归模型

构建是深入分析的关键环节。本研究以返乡电商创业意愿(二分类变量, 1 = 愿意, 0 = 不愿意)为因变量, 基于因子分析提取的公因子为自变量构建二元逻辑回归模型。二元逻辑回归模型公式为:

$$\text{logit}(p) = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + \beta_3 F_3 + \cdots + \beta_n F_n$$

其中, p 代表大学生返乡电商创业的意愿概率, 即因变量取 “1” (愿意返乡创业) 的概率; $1-p$ 表示大学生不返乡电商创业的概率。 β_0 是常数项。

5. 实证结果

5.1. 因子分析结果

在研究乡村振兴战略背景下涉农高校大学生返乡电商创业意愿时, 为确保研究结果的可靠性和有效性, 对问卷进行了信度和效度分析, 并开展因子分析以提炼关键影响因素。

信度分析采用学术界常用的 Cronbach’s α (克隆巴赫) 系数, 以 0.7 为界限衡量问卷稳定性和可靠性。本研究问卷总克隆巴赫系数达 $0.914 > 0.7$, 且删除项后系数小于删除前, 这表明问卷的内在信度良好, 所收集的数据质量较高, 可用于后续深入分析。

效度评估则借助 KMO 法和巴特球面法。通常要求巴特莱特球形检验显著性水平低于 0.5, KMO 值高于 0.5, 此时数据适合做因子分析。本研究中, KMO 值为 0.888, Bartlett 球形度检验近似卡方值为 6273.499, p 值为 0.000 小于 0.05, 说明问卷设计合理, 能有效测量研究变量, 数据的结构效度良好, 为后续研究奠定了坚实基础。

在此基础上, 研究运用主成分分析法进行因子分析。通过最大方差正交旋转简化因子结构, 从原始的 22 个指标中提取出 5 个特征值大于 1 的因子。这 5 个因子旋转后方差解释率分别为 37.751%, 19.254%, 9.471%, 7.484%, 4.804% 累计方差解释率达 78.763%, 有效浓缩了原始数据信息。根据旋转成分矩阵, 将 22 个指标信息归纳到 5 个公共因子中, 分别命名为外部支持因素、个人能力因素、个人特征因素、家庭影响因素和外部影响因素。并且, 问卷中的 “性别返乡创业” “年龄” 等个人特征基本信息与 “个人特征因素” 变量归类相符, 进一步验证了问卷设计的效度, 确保能有效测量相关变量, 为后续探究各因素对大学生意愿的影响提供了有力支撑。

5.2. 二元 Logistic 回归

本研究通过 SPSS 进行二元 logic 来探究自变量: 外部支持因素、个人能力因素、个人特征因素、家庭影响因素和外部影响因素对因变量返乡创业意愿的影响程度。下表中模型系数的 Omnibus 检验以及内戈尔科 R 方, 主要用于判断模型拟合优度(见表 2)。本案例中, Omnibus 检验卡方为 58.269, $p < 0.05$, 且内戈尔科 R 方 = $0.235 > 0.05$, 说明模型的拟合较好(见表 3)。

Table 2. Omnibus test for model coefficients
表 2. 模型系数的 Omnibus 检验

		卡方	自由度	显著性
步骤 1	步骤	58.269	5	0.000
	块	58.269	5	0.000
	模型	58.269	5	0.000

Table 3. Model summary
表 3. 模型摘要

步骤	-2 对数似然	考克斯 - 斯奈尔 R 方	内戈尔科 R 方
1	338.475	0.167	0.235

由此得出回归方程： $\log(\text{返乡创业意愿程度}) = 1.002 + 0.776 * \text{外部支持因素} + 0.282 * \text{个人能力因素} + 0.523 * \text{个人特征因素} + 0.34 * \text{家庭影响因素} + 0.321 * \text{外部影响因素}$ 。在显著性检验，五个因子都通过了，可以进入回归方程模型。外部支持因素的回归系数值为 0.776，个人能力因素的回归系数值为 0.282，个人特征因素的回归系数值为 0.523，家庭影响因素的回归系数值为 0.34，外部影响因素的回归系数值为 0.321，说明五个因子对于返乡电商创业意愿程度都有正向影响，其中外部支持因素是影响返乡创业意愿的最重要因素(见表 4)。

Table 4. Binary Logistic regression analysis
表 4. 二元 Logistic 回归分析

	B	标准误差	瓦尔德	自由度	显著性	Exp (B)	EXP (B)的 95%置信区间	
							下限	上限
外部支持因素	0.776	0.156	24.631	1	0.000	2.173	1.6	2.953
个人能力因素	0.282	0.128	4.823	1	0.028	1.326	1.031	1.706
个人特征因素	0.523	0.158	10.948	1	0.001	1.688	1.238	2.301
家庭影响因素	0.34	0.154	4.871	1	0.027	1.406	1.039	1.902
外部影响因素	0.321	0.159	4.057	1	0.044	1.378	1.009	1.883
常量	1.002	0.148	45.848	1	0.000	2.724		

注：因变量：返乡电商创业意愿程度。

5.3. 结果分析

在乡村振兴战略深入推进的背景下，外部支持因素对涉农高校大学生返乡电商创业意愿的影响最为显著，回归系数达 0.776，居五大影响因素之首。因子分析显示，该因素通过政策、基建、平台、高校及基层协同等 10 个维度(S1~S10)，构建起立体化支撑网络，全面激发创业动能。政府政策与制度保障是降低创业门槛的核心驱动力。电商政策支持(S1)通过专项补贴、税收减免和孵化基地建设，缓解资金压力；规范的法律保障(S2)与“一站式”政务服务(S9)，降低制度性风险，提升行政效率，增强创业信心。物流与基础设施是电商创业落地的硬件基石。物流便利性(S3)通过提升网点覆盖率、降低农产品物流成本，直接影响生鲜电商创业意愿；家乡网络覆盖、冷链仓储等基础设施(S4)，为高附加值农产品运营提供支撑，保障供应链稳定高效。电商平台与资源对接是激活创业动能的关键纽带。接入主流电商平台农产品专区(S5)可获流量扶持与市场拓展机会，助力项目触达消费者；电商培训参与度(S6)通过系统性技能培训，提升数字技术应用与电商运营能力，增强创业胜任力。学校引导与技术赋能是提升创业胜任力的核心路径。高校加大电商创业引导力度(S7)，通过专业课程与实践活动推动教育融合；提供数据分析、供应链管理等技术指导(S8)，提升项目可行性与存活率，筑牢理论技术根基。社会网络与基层协同是优化创业生态的柔性支撑。地方政府或村集体协调村民关系(S10)，帮助大学生融入乡村社会网络，降低初期人际协作成本，营造良好创业环境。

此外这些外部支持因素相互作用, 为大学生返乡创业提供了全方位的保障, 是推动乡村振兴的重要力量。从社会认知理论来看, 政府的电商政策和物流便利性降低了创业风险, 增强了大学生的自我效能感, 契合班杜拉的观点, 即积极的环境认知能够激发创业意愿[12]。这表明外部支持通过优化创业环境, 为大学生返乡创业提供了信心和动力。从社会资本理论出发, 电商平台资源获取为大学生提供了丰富的社会资本, 降低了创业成本, 契合林南的观点, 即社会资本是创业者获取资源、实现目标的关键[13]。这说明社会关系网络在大学生返乡创业过程中起到了重要的“土壤养分”作用。从人力资本理论角度, 学校电商创业引导力度与技术引导增强了大学生的创业胜任力, 契合舒尔茨的观点, 即人力资本的增值能够提升个体的竞争力, 从而增强创业意愿。这体现了高校在提升大学生创业能力方面的关键作用[14]。

6. 研究结论及建议

6.1. 结论

本研究围绕乡村振兴背景下涉农大学生返乡电商创业意愿展开实证分析, 通过对兰州两所涉农高校319名学生的调研数据进行因子分析与二元 Logistic 回归, 得出以下结论: 外部支持、个人能力、个人特征、家庭影响和外部环境因素均对大学生返乡电商创业意愿产生正向影响, 其中外部支持因素(回归系数0.776)为核心驱动要素, 涵盖政策保障、基础设施、平台资源等多维支撑; 个人能力中的电商运营技能与实践经历、个人特征中的党员身份与学生干部经历等对创业意愿有显著促进作用; 家庭支持与外部环境通过情感认同和资源协同进一步强化创业倾向。基于此, 研究建议从完善政策支持体系、加强家庭社会协同及提升学生创业能力三方面发力, 为推动大学生返乡电商创业、助力乡村振兴提供实践路径。

6.2. 建议措施

6.2.1. 完善政策支持与能力培养体系

政府应持续完善政策支持。一方面, 加大财政扶持力度, 提高创业补贴标准, 延长补贴期限, 拓宽税收减免范围, 针对不同类型的涉农创业项目给予精准优惠。另一方面, 强化金融支持, 引导金融机构开发专属信贷产品, 简化贷款审批流程, 降低贷款门槛, 为大学生返乡创业提供充足的资金保障。高校要优化创业教育体系。构建涵盖创业理论、实践操作和案例分析的课程体系, 增加实践课程比重, 让学生在实际操作中积累经验。加强师资队伍建设, 选拔培养一批兼具理论知识和实践经验的教师, 同时邀请创业成功人士走进校园分享经验。此外, 设立创业实践基地, 为学生提供场地、设备等资源, 助力创业项目孵化[15]。

6.2.2. 加强家庭与社会协同助力

家庭在大学生返乡电商创业中起着关键作用。家长应转变观念, 给予子女充分的精神鼓励和必要的资金支持, 帮助他们坚定创业信心。同时, 利用家庭的社会关系网络, 为创业项目牵线搭桥, 拓展业务渠道。社会各界也应积极参与。行业协会、商会等组织要搭建交流合作平台, 组织创业论坛、项目对接会等活动, 促进大学生创业者之间的经验交流和资源共享。企业可以与大学生创业项目开展合作, 通过技术支持、订单合作等方式, 帮助创业项目解决技术和市场难题。媒体要加大对大学生返乡创业成功案例的宣传, 营造良好的社会氛围, 提升创业的社会认可度[16]。

6.2.3. 优化信息与示范引领机制

政府和高校应建立统一的创业信息服务平台, 整合政策、市场、行业等信息, 利用大数据实现个性化推送, 为大学生提供精准的创业信息。同时, 设立在线咨询和指导服务, 及时解答创业过程中的疑问。树立创业成功典型, 发挥示范引领作用。深入挖掘成功案例, 通过举办事迹报告会、编写案例集等形式,

广泛传播创业经验。组织大学生实地参观学习,与创业者面对面交流,激发他们的创业热情和创新思维,为乡村振兴注入新动力[17]。

参考文献

- [1] 中华人民共和国教育部政府门户网站. 2025 届全国普通高校毕业生就业创业工作会议召开[EB/OL]. http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/moe_1485/202411/t20241114_1162975.html, 2024-11-14.
- [2] 刘晓红. 乡村振兴视角下乡村人力资源开发研究[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 44(4): 216-224.
- [3] 金秋实, 邓超楠. 乡村振兴视域中大学生返乡创业的时代困境与现实出路[J]. 农业经济, 2024(12): 113-115.
- [4] 刘敏娜. 乡村振兴下大学生返乡就业创业实践研究[J]. 中国果树, 2022(6): 114.
- [5] 梁海珍, 吴海琼. 乡村振兴背景下大学生返乡创业意愿分析与对策[J]. 乡村论丛, 2025(1): 19-24.
- [6] 庄强. 大学生返乡就业创业实现路径研究[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(12): 211+230.
- [7] 姚朝宗, 苗江欢, 李丹. 乡村振兴中农村籍大学生的“补位”功能及其实现[J]. 农业经济, 2023(2): 121-124.
- [8] 蔡滨. 大学生返乡电商创业: 困境、典型案例及启示[J]. 发展研究, 2024, 41(12): 71-76.
- [9] 梁雪. 乡村振兴背景下大学生返乡电商创业对农村消费升级的影响——评《农村籍大学生返乡创业推进机制研究》[J]. 商业经济研究, 2023(17): 2.
- [10] 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.
- [11] 余雅晶. 乡村振兴视角下大学生农村电商创业实践模式研究[J]. 农业经济, 2021(2): 122-124.
- [12] 徐兴强, 潘伟业, 彭伟. 个体-环境交互视角下大学生返乡创业意愿的激发机制——基于混合方法的研究[J]. 江苏高教, 2024(7): 96-106.
- [13] 赵琴, 朱满德. 关系网络与新农人创业绩效: 影响效应及作用机制[J]. 江西财经大学学报, 2025(3): 83-95.
- [14] 王轶, 熊文, 黄先开. 人力资本与劳动力返乡创业[J]. 东岳论丛, 2020, 41(3): 14-28+191.
- [15] 鲍锐, 王睿, 蒋雪伟, 等. 乡村振兴战略背景下应用型高校涉农专业学生返乡创业意愿实证研究[J]. 江苏农业科学, 2023, 51(24): 239-244.
- [16] 金秋实, 邓超楠. 乡村振兴视域中大学生返乡创业的时代困境与现实出路[J]. 农业经济, 2024(12): 113-115.
- [17] 李维鹏, 石娟娟. 乡村振兴视域下农村创业与农业经济提升的互动关系研究[J]. 农业经济, 2020(12): 46-47.