数字素养对农村青年电商创业行为的影响研究*

王海龙[1]，韩佳宁[2]，代兴梅[2]

（1.沈阳农业大学科学技术发展研究院，沈阳 110866；2.沈阳农业大学马克思主义学院，沈阳 110866）

摘 要：数字经济快速发展的背景下，培养农村青年的数字素养，促使其准确获取数字信息、了解数字媒介和认识数字安全成为助推农村青年电商创业的重要手段。研究基于辽宁省绥中县内10个乡镇的504份农村青年电商创业研究数据，采用二元Logistic回归分析系统考查了数字素养对农村青年电商创业行为的影响。研究表明，数字素养对农村青年是否有电商创业行为有正向显著影响。数字内容创建素养和数字应用社交素养对农村青年是否有电商创业行为有正向显著影响。数字素养在受教育程度、风险承受能力和创业培训情况上对农村青年电商创业行为的影响存在差异性。据此，国家应从平台支持和待遇保障上发力，为农村青年创业提供全方位、多领域的服务；鼓励农村青年创业者做有价值的数字内容构建，积极传播优质创业信息资源；做好对农村青年创业者的思想引导，实现其自身发展价值。

关键词：数字素养；农村青年；电商创业

中图分类号：F323.6 **文献标志码**：A **文章编号**：1674-9189(2024)05-0118-11

一、引言与文献综述

习近平总书记在党的二十大报告中作出了加快数字中国建设，全面推进乡村振兴的重大战略部署。这为我国数字乡村建设指明了前进方向。在乡村振兴战略的政策背景下，伴随着《乡村振兴战略规划(2018-2022)》《数字乡村发展战略纲要》的提出，通过数字经济的技术赋能，以“电商+农村”“电商+农户”为代表的新商业模式，推动着我国农村地区掀起电商创业浪潮，电子商务成为乡村振兴中农民增收致富的重要渠道。《“十四五”电子商务发展规划》和2022年、2023年的中央一号文件的相继出台，均提出实施“数商兴农”工程与农村电商高质量发展工程。在相关产业政策的扶持下，农业创业环境的持续优化，未来农村消费需求的进一步释放，2023年全国县域数字农业农村电子商务发展报告指出，我国县域数字农业农村电商的发展表现出强大韧性和活力。2023年农村和农产品网络零售额分别达2.49万亿元和0.59万亿元，增速均快于网零总体①。叠加返乡创业政策等激励，全国返乡创业人数逐年上升、截至2022年底已达1 220万人，其中超半数为农村青年创业者。而电商行业凭借持久的发展动力与较低的准入门槛，受到众多农村青年创业者的青睐，成为广大农村青年创新创业的新蓝海。基于此，农村青年投身于电商创业，能更好地推进乡村振兴战略的稳步实施，实现农村数字经济建设

*项目来源：2023年度辽宁省教育厅基本科研重点攻关项目(JYTZD2023129)。

作者简介：王海龙，男，硕士，副研究员，研究方向：农村发展、科技管理

通信作者：代兴梅，女，博士，教授，研究方向：农村发展、思想政治教育。

① 数据来源于《2023年中国网络零售市场发展报告》，参见https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/5/2024/1/1706682497854.html

与农业经济发展的双向融合（王丛丛等，2022）。

2024年中央网信办等四部门印发《提升全民数字素养与技能行动纲要》将提升农民数字技能，培育乡村数字人才作为主要任务和重点工程。数字素养是反映个体使用数字设备、处理信息、交流和创建内容的能力。据2021年中国社会科学院的《乡村振兴战略背景下中国乡村数字素养调查分析报告》显示，中国居民数字素养平均得分为43.6分，其中，农民群体的数字素养得分仅为18.6分②。可见，在新发展阶段，农村地区的“数字鸿沟”问题也逐渐突显，提升农民数字素养水平迫在眉睫。相关研究表明，数字素养对农民的生产生活具有重要影响，如强化农户电商参与意愿（罗磊等，2024）、促进农民参与乡村治理（上官莉娜等，2024）、提升农村家庭的财富水平（王淑敏等，2024）。因此，将数字经济的大背景与农村青年电商创业相联系，打破与弥合现存的城乡“数字素养鸿沟”，使财政、人力等资源向农村流动和集中的速度加快，为农村青年开展电子商务活动提供了良好的环境。探索建立适合农村青年实际需求的数字素养体系（赵明龙等，2023），能让更多农村青年共享数字经济在电商创业领域中的发展红利。

梳理相关文献发现，针对数字素养对农村青年电商创业的研究尚处于起步阶段，目前研究主要集中于以下几个议题。一是数字素养对青年创业行为的促进作用。数字化对创新创业具有促进作用，而数字素养越高的青年，越有可能成为创业者而非雇员。青年创业者正在利用数字技术的力量减少创业阻力，降低创业门槛，识别创业机会（Davidsson et al.，2020）。数字素养能加快人力资本积累，减少信息不对称，提高青年创业竞争力、成功率和满意度（王海军等，2024）。数字经济的发展和数字技术的进步催生了“短视频+直播”的创业模式，使直播带货成为青年创业助农新手段（陈海涛，2024）。短视频作为“新农具”使返乡创业青年自我赋权驱动个人需求满足，显著促进返乡青年开展创业（邱蕾，2024）。二是数字素养对农户创业行为影响。在数字经济时代，新型创业机会快速涌现，数字素养可以通过帮助农户融入信息化的浪潮，促进农户开展创新创业活动并实现增收（周展锋，2024）。数字素养赋能的社会网络和正规金融借贷是进一步影响农户创业行为的两条途径，其中性别和受教育程度两项个体特征对农户创业存在差异性影响（缪甜甜等，2023）；具有较高数字素养的农户拥有较强的数字信息技术意识和数字应用操作能力，他们不仅能够更快地获取信息、资金和政策等要素资源，还能将创业经验和管理手段运用网络传递给其他农户，产生正向空间溢出效应（李晓静等，2022）；具备数字素养的农民对市场感知能力更强，能节省更多创业成本，提升创业预期效果，帮助其他农户进行创业决策（邱韵桦等，2023）；正向的内容创业意向是内容创业行为产生的基础，农民产生正向内容创业意愿的原因在于数字素养提升过程中不断取得的积极反馈（刘盈等，2021）。三是数字素养在经济行为与社会治理之间的中介作用。在乡村经济新业态的背景下，数字素养能帮助农村居民打破创业资源壁垒，更便利、更简洁地进入市场，对缓解多维相对贫困具有显著正向作用（王杰等，2022）。数字素养在农民数字生活参与广度和深度的提高及数字技术赋能效果的改善之间发挥显著的中介效应。农民接受数字化教育有助于提升综合数字素养水平，进而激发其参与乡村治理的积极性、主动性和创造性（苏岚岚等，2021）。

本文的主要边际贡献体现在：一是将数字素养与农村青年电商创业行为构建在一个研究框架内，深入探讨了数字素养与农村青年电商创业行为之间关系，是对现有文献的重要补充；二是尝试从信息与数据素养、数字安全素养、数字内容创建素养、数字应用社交素养和问题解决素养五个方面构建农村青年数字素养评价指标体系，有助于拓宽现有关于农户数字素养评价领域的研究思路；三是由于农村青年个体禀赋之间存在差异，本文从受教育程度、风险承受能力和创业培训情况三个方面分析数字

② 数据来源于《乡村振兴战略背景下中国乡村数字素养调查分析报告》，参见 http://iqte.cssn.cn/yjjg/fstyjzx/xxhyjzx/xsdt/202103/P020210311318247184884.pdf。

素养影响农村青年电商创业行为的异质性。本文在理论上丰富了农户创业研究，实践上从数字素养角度提出了促进当地农村青年电商创业的政策建议。

二、理论机制与研究假设

创业是创业者将创业机会和创业资源进行有效整合，进而达到创业目的的过程（高琳珍，2024）。原有的传统营销创业面临着创业前期筹备时间长、产品销售渠道狭窄以及供应链信息不对称等限制性因素。这些因素于农村青年而言风险较大，制约了其创业活动的展开，并导致其创业的活力无法得到充分激发。此外，创业的成功很大程度上取决于创业者的行为。以舒尔茨为主要代表的经典农民行为理论认为，农民的行为与市场经济中其他微观经济主体的行为并无太大区别，农业活动的决策仍以追求利润最大化为理性基础，农村青年开展电商创业的最终目标是谋求更高收益。农村青年作为创业主体，开展电商创业活动是对经营成本、收益和风险的综合评判，而提升数字素养能使其增强数字资源获取和创业机会识别的能力，更能感知商机，获得更多创业资源，提高创业预期绩效。

数字化技术已渗透到日常生活当中，不断与商业交易、在线学习、就业创业等方面深度融合，这也表明，数字素养可对农村青年电商创业产生积极影响（雒珊，2023）。在数字经济时代，技术、信息和资源等都是数字要素的一部分，而电商创业行为的开展就需要掌握合理配置数字要素的能力。数字素养是数字时代下公民的基础技能，被誉为21世纪的核心技能之一，保罗·吉尔斯特在其著作《数字素养》中正式提出这一术语，定义为搜索、分类和批判数字信息的综合能力（Gilster，1997）。经过实践研究的不断完善，数字素养的内涵进一步丰富为数字技能外的认知技能、情感技能和社交技能（肖俊洪，2006）。常凌翀（2021）也提出潜在的数字学习行为可以让创业者更容易克服知识和资源的限制，从而获得相应的回报。结合相关研究表述，数字素养主要通过影响个体风险偏好（张云亮等，2020）、扩大空间辐射范围（李晓静等，2022）、促进农户收入积累（单德朋等，2022）等行为，促进农民开展创业。数字素养的提升可以帮助农村青年创业者突破知识、认知或资源限制，缓解数字化转型过程中的知识缺乏、技能缺失等问题，增强其数字技术的应用能力，为农村青年开展电商创业活动奠定坚实基础。

基于此，提出如下假说：

H1：数字素养对农村青年电商创业行为有正向显著影响。

良好的数字素养是农村青年应用数字技术的关键要素和参与数字经济的必要路径，数字素养会促使农村青年熟练驾驭新技术和掌握前沿信息，变革农村青年传统的思维模式与知识体系，从而逐渐改变其原有的思维方式，使其可以感受到数字技术所赋予的优势，更好地开展电商创业。数字素养本身也包含以信息技术为基础的社会互动，农户在开展创业行为之前会存在大量的信息来往，信息与数据素养作为一种新的创业要素，减少了中间环节和交流沟通成本（宋瑛等，2021），使农村青年创业者可以搜索到更多有利于创业的信息或支持政策，有助于农民融入信息化时代（刘飞等，2024）。数字安全素养的提升使得农村青年创业者对互联网的认知更加理性，农村青年创业者积极采取措施保护个人数据及隐私、识别网络诈骗的意识也会显著提高，电商创业行为的开展也会更谨慎。问题解决素养可以一定程度上提升农村青年对各方面水平的清晰认知，极大改变了思想观念，缓解了其风险厌恶态度，也促进了创业行为的发生（Knight，1921）。数字内容创建素养为农村青年提供了更准确、更丰富和更实用的创业指导和创作思路，减少了其对未知环境与未知领域的恐惧，个人的能力和信心得到提升。数字应用社交素养通过信息的交互，使不同地域人们彼此联系，买卖双方平等沟通，也助推着电商创业行为的发生。

基于此，提出如下假说：

H2：数字安全素养对农村青年电商创业行为有正向显著影响。

H3：信息与数据素养对农村青年电商创业行为有正向显著影响。

H4：问题解决素养对农村青年电商创业行为有正向显著影响。

H5：数字内容创建素养对农村青年电商创业行为有正向显著影响。

H6：数字应用社交素养对农村青年电商创业行为有正向显著影响。

三、数据来源、变量选取与模型设定

（一）数据来源

本文以辽宁省绥中县农村青年电商创业行为作为研究重点，以数字素养以及农户行为理论为理论机制，研究辽宁省绥中县农村青年的个体特征、家庭环境、社会环境等相关变量，构建数字素养评价体系，探讨数字素养对农村青年开展电商创业活动的影响，并提出针对性建议。调研样本范围分布于辽宁省绥中县内10个乡镇，运用线上问卷星发放与线下实地调研相结合的方法进行问卷调研，共发放问卷544份，筛选后有效问卷502份，有效率为92.3%。

（二）变量选取

1. 被解释变量

农村青年电商创业行为。农村青年电商创业行为是以农村青年为行动主体，通过识别机会、利用资源，在电子商务领域，实现价值创造并获得预期收益的过程。许仁发(2016)认为，在农村青年电商培育工程的支持下，青年电商创业的前景光明，新时代青年电商创业将成为大众创业主要“战场”。电子商务的蓬勃发展、技术资源的完备更新等都为新时代青年电商创业奠定了良好的基础(徐彬，2021)。陈俊鹏(2020)提出，农村青年电商创业的内生动力之一是观念与时代趋势的演变。农村青年走上电商创业的道路是将城市经济体征与自我发展意识统一起来，把握乡村振兴战略的发展契机，迎合农村数字建设潮流的结果。农村电子商务的建设，能有效弥补欠发达地区实体店面和服务不足，为农村地区青年创业打开市场，同时，物流等相关配套设施引入与发展，也使得农村青年的电商创业过程更加完善(冯明，2017)。

本文采用“您是否正在进行电商创业或曾经电商创业过”的问卷题目来询问农村青年电商创业行为，如果回答“是”，则表明其开展了电商创业活动，反之则表明未开展电商创业活动。

2. 核心解释变量

数字素养。本文的数字素养的测量指标参考现有的数字素养框架并借鉴李晓静(2022)、苏岚岚(2021)等的研究设计，在综合以往内涵界定的基础上，结合本地农村实际和青年发展状况，将数字素养定义为农村青年个体所掌握的数字技术方法和对数字安全和交往的基本认知以及在社会生活过程中所展现的数字应用与解决能力。因此，选定信息和数据素养、数字应用社交素养、数字内容创建素养、数字安全素养和问题解决素养构建数字素养评价指标体系。

信息和数据素养由三个项目度量，分别为我会使用网络浏览、搜索和筛选创业所需的数据及信息(A1)、我可以区分在网络中获取数据及信息内容来源的可信度(A2)和我会储存与提取所获取的数据及信息(A3)。数字应用社交素养由四个项目度量，分别为我会使用聊天软件与他人线上交流(B1)、我会利用数字工具分享网络中所获取的有益信息(B2)、由于地区风俗文化差异我能理解表达内容和方式的不同(B3)和我能通过数字 APP 或微信群等平台进行购物消费(B4)。数字内容创建素养由三个项目度量，分别为我会撰写文字在朋友圈发布并销售产品(C1)、我会制作相关短视频并发布(C2)、我会使用网络社交直播平台进行(产品销售)直播(C3)。数字安全素养由三个项目度量，分别为我会采取相关措施保护个人数据及隐私(如设置密保等)(D1)、我在数字环境中具有风险判断和预警意识(例如识别网

络诈骗)(D2)、我能避免数字接触对身心带来的威胁(如长时间看手机引起身体不适)(D3)。问题解决素养由三个项目度量，分别为我能利用数字化工具解决在创业中遇到的实际问题(E1)、我能理解认识自己需要在哪些方面提升数字素养(E2)、我能借助数字化工具清晰识别自身所面临的问题(E3)。

表1 信度效度检验

变量	Cronbach's α系数	KMO值	Bartlett球形度检验		
			近似卡方	*df*	*P*值
信息和数据素养	0.710				
数字应用社交素养	0.762				
数字内容创建素养	0.795	0.913	2 926.524	78	0.000***
数字安全素养	0.530				
问题解决素养	0.801				

由表1可知，采用李克特量表，按完全不符合、不太符合、一般符合、比较符合、完全符合五种程度，赋值从“1”到“5”来表示农村青年对数字素养的个人评价。利用SPSS软件对上述项目进行因子分析，共提取出5个因子，累积方差贡献率为74.227%，KMO值为0.913，卡方值在1%水平上显著，说明样本适合进行因子分析，且剔除无关因子后所有项目的因子载荷值均大于0.4，Cronbach's alpha系数大部分大于0.6，表明变量测度具有较好的信度和效度。由表2和表3可知，进行验证性因子分析后，除数字安全素养略有欠佳，其余四项所在因子分析数据收敛效度和区分效度良好。

表2 收敛效度：模型AVE和CR指标结果

变量	平均方差萃取AVE值	组合信度CR值
信息和数据素养	0.586	0.733
数字应用社交素养	0.521	0.759
数字内容创建素养	0.568	0.797
数字安全素养	0.343	0.505
问题解决素养	0.582	0.806

表3 区分效度：Pearson相关与AVE平方根值结果

变量	信息和数据素养	数字应用社交素养	数字内容创建素养	数字安全素养	问题解决素养
信息和数据素养	0.764				
数字应用社交素养	0.648	0.690			
数字内容创建素养	0.464	0.512	0.752		
数字安全素养	0.536	0.624	0.441	0.586	
问题解决素养	0.586	0.675	0.599	0.593	0.763

3. 控制变量

控制变量主要内容包括农村青年的个体特征、家庭特征和社会特征三个方面。其中，农村青年的个体特征选取婚姻状况、受教育程度、健康状况、是否曾外出务工和风险承受能力五个变量。农村青年的家庭特征选取家庭总人数作为变量，社会特征选取有无亲戚朋友创业成功、电商政策了解程度和是否参加过创业培训三个变量。各变量描述性统计结果见表4。

表4　变量定义及描述性统计

变量类型及名称		赋值(以数字为主)	均值	标准差
被解释变量	是否有电商创业行为	是=1，否=0	0.247	0.432
解释变量	数字素养	因子分析计算	0.000	0.460
	信息与数据素养	因子分析计算	7.198	0.999
	数字应用社交素养	因子分析计算	−3.185	0.997
	数字内容创建素养	因子分析计算	2.278	0.998
	数字安全素养	因子分析计算	−2.689	0.998
	问题解决素养	因子分析计算	−3.408	0.995
控制变量	X_1 婚姻状况	未婚=1，已婚=2	1.606	0.489
	X_2受教育程度	小学及以下=1，初中=2，高中(中专、职高)=3，大专=4，本科及以上=5	3.359	1.161
	X_3 健康状况	健康=1，良好=2，一般=3	2.622	0.576
	X_4 是否曾外出务工	是=1，否=0	0.363	0.481
	X_5 风险承受能力	风险厌恶=1，风险中立=2，风险偏好=3	2.076	0.708
	X_6 家庭总人数	1~3人=1，4~6人=2，>6=3	1.574	0.570
	X_7有无亲戚朋友创业成功	有=1，无=0	0.602	0.490
	X_8对电商政策的了解程度	完全不了解=1，了解较少=2，一般了解=3，比较了解=4，完全了解=5	2.713	0.897
	X_9是否参加过创业培训	是=1，否=0	0.259	0.439

（三）模型设定

由于被解释变量“农村青年电商创业行为”是分类变量，通常研究行为主体的行为特征和行为意愿运用二元Logistic线性回归分析模型，表达式如下：

$$P_i = 1/\{1 + \exp[-\alpha + \sum_{i=1}^{m}\beta_i x_i)]\} \quad (1)$$

(1)式整理可得：

$$\ln\frac{P_i}{1-P_i} = \alpha + \sum_{i=1}^{m}\beta_i x_i \quad (2)$$

农村青年电商创业行为的选择一般分为两种情况：“是”定义为“Y=1”，“否”定义为“Y=0”。因此，Y表示绥中县农村青年电商创业行为的因变量，P_i表明农村青年有电商创业行为的概率，X_i代表自变量的集合，根据交叉分析，选取婚姻状况、受教育程度、健康状况、是否曾外出务工、风险承受能力、家庭总人数、有无亲戚朋友创业成功、政策了解程度和创业培训情况等9个变量为控制变量。

四、实证分析

（一）基准回归结果

由表5可知，实证分析结果有效。数字素养对农村青年是否有电商创业行为具有显著影响。数字素养的五个指标中两个指标对农村青年是否有电商创业行为具有显著影响。

数字素养对农村青年是否具有电商创业行为的影响呈现正向显著，假说1得证。数字素养的提升对农村青年电商行为产生一定促进作用，表明农村青年的数字素养程度越高，其参与电商行为的可能性则越大。数字素养帮助青年创业者突破知识、认知或资源限制，增强数字技术的运用能力，成为促进其电商创业的重要方式。

信息和数据素养、数字安全素养和问题解决素养不会对农村青年是否正在进行电商创业或曾经

电商创业产生影响，假说H2、H3、H4不成立。可能的原因是这两项素养已经渗透到农民日常生活之中，对其生活有了潜移默化的影响。也可能在于本调查数据中，此三类素养数据趋于平缓无显著差异。

数字内容创建素养对农村青年是否有电商创业行为的影响正向显著，通过1%的显著性检验。表明在其他条件不变的情况下，农村青年创业者数字内容创建水平越高，越容易发生电商创业行为。

数字应用社交素养在模型中通过1%水平的显著性检验，系数为正。这表明应用社交素养越高，交流沟通越顺畅，越能促进农村青年开展电商创业。主要原因在于较高的应用社交素养可使创业者运用数字工具分享和学习网络中所获取的有益信息，同时相互沟通和交流，使不同地域人们彼此联系。网购既涉及对购物APP的应用又涵盖与店家、客服的沟通，网络购物水平是衡量数字应用社交素养的重要指标。

通过表5发现，在控制变量方面，农村青年婚姻状况对其是否有电商创业行为有显著正向影响，已婚农村青年创业可能性更高的原因在于另一半可能给予的人力、物力及情感上的支持。农村青年的受教育程度对农民是否有电商创业行为有显著负向影响，可能是因为受教育程度较低的受调查者，进入社会时间更长，导致其积累的创业资金相对较多、人脉较广。因此，创业可能性更高。健康状况上通过1%水平的显著性检验，系数为正，健康水平越高，创业可能性越高。农村青年外出务工经历对其是否有电商创业行为有显著正向影响，原因在于外出务工增长青年见识使其视野开阔，提升其创业能力，从而有利于其开展电商创业行为。风险承受能力对农村青年是否有电商创业行为有显著正向影响。家庭总人口数量对农村青年是否有电商创业行为有显著正向影响。是否参加过创业培训或电商创业培训对农村青年是否有电商创业行为有显著正向影响，原因在于有关电商的知识与培训能提高创业青年的个人综合素质，更好地认识电商创业，从中发现自身创业优势，开展创业行为。

表5 二元Logistic回归分析结果

变量	模型1	模型2	变量	模型1	模型2	变量	模型1	模型2
数字素养	2.307*** (0.451)	–	问题解决素养	–	0.192 (0.989)	风险承受能力	0.554* (0.223)	0.769** (3.127)
信息与数据素养	–	0.031 (0.186)	婚姻状况	1.557*** (0.449)	2.009*** (3.864)	家庭总人数	1.266*** (0.291)	1.518*** (4.693)
数字应用社交素养	–	0.618*** (3.338)	受教育程度	−0.692*** (0.181)	−0.618** (−3.227)	有无亲戚朋友成功创业	1.216** (0.407)	0.868* (2.014)
数字内容创建素养	–	1.248*** (5.705)	健康状况	1.482*** (0.410)	1.994*** (4.304)	对电商政策的了解程度	0.363* (0.179)	0.307 (1.685)
数字安全素养	–	−0.173 (−0.926)	是否曾外出务工	0.941** (0.321)	1.076** (3.126)	是否参加过创业培训	2.318*** (0.382)	2.731*** (6.078)

注：*、**、***分别表示在10%、5%和1%的水平上显著；无标注表示不显著；括号内容为标准误。下同。

（二）稳健性检验

基于前文回归结果，将被解释变量“是否有电商创业行为”替换为“是否有电商创业意愿”。由此可知，用多元有序Logistic和逐步回归法依次在模型中加入农村青年个体特征、家庭特征的控制变量后，数字素养对农村青年电商创业意愿仍有显著正向影响，表明前文相关回归结果较为稳健。

（三）异质性分析

农村青年间的数字素养水平并非均衡分布，可能导致在不同特征群体中存在分化。因而有必要从婚姻状况和受教育程度角度分析数字素养对不同禀赋农村青年电商创业行为的影响。借鉴郭昊男等（2023）、王杰（2022）等的划分方法，将样本按照受教育程度、风险承受能力和创业培训情况进行划分，其中受教育程度分为“小学及以下”“初中”“高中（中专、职高）”“大专”“本科及以上”五个子样本，风险承受能力划分为“风险厌恶”“风险中立”“风险偏好”三个子样本，将创业培训情况划分为两个子样本，以

考查数字素养对不同受教育程度和风险承受能力及创业培训状况的农村青年电商创业行为的影响差异。

表7报告了受教育程度类别分析结果。可以看出，数字素养分别对具有初高中教育背景的农村青年电商创业起显著促进作用，但对“小学”“大专”“本科及以上”教育程度的农村青年电商创业的促进作用不显著。说明受教育程度一般的农村青年，面临就业压力更大，获取创业信息的偏好较强，机会成本会更低，从而数字素养对其电商创业行为的影响明显。表8体现了风险承受能力的分析结果。经过组间差异分析及单因素方差分析得出，数字素养对风险承受偏好更高的农村青年创业行为更起显著作用。可能的解释是较高的风险承担能力能让人自如应对不确定的外在环境，更有可能创业成功。表9报告了农村青年创业培训状况的结果。经过组间差异分析及独立样本t检验得出，数字素养对接受过创业培训的农村青年作用更显著。创业培训是创业工作的首要内容，拥有创业的基础知识，才能更好地进行创业实践。

表6　稳健性检验

变量	模型1	模型2	模型3	模型4	变量	模型1	模型2	模型3	模型4
数字素养	1.405*** (5.815)	2.621*** (7.781)	–	–	数字安全素养	–	–	0.036 (0.342)	0.049 (0.415)
信息与数据素养	–	–	0.756*** (6.769)	0.602*** (4.945)	问题解决素养	–	–	0.428* (3.970)	0.342* (2.517)
数字应用社交素养	–	–	0.701*** (6.370)	0.646*** (4.932)	个体特征	–	已控制	–	已控制
					家庭特征	–	已控制	–	已控制
数字内容创建素养	–	–	0.861*** (7.368)	0.855*** (6.629)	N	502	502	502	502

表7　异质性分析：受教育水平

项目	1.0	2.0	3.0	4.0	5.0
数字素养	0.282 (1.196)	0.568*** (6.832)	0.497*** (8.030)	0.112 (0.932)	0.103 (1.377)
样本量	16	106	188	66	126
R^2	0.093	0.310	0.257	0.013	0.015
调整R^2	0.028	0.303	0.253	−0.002	0.007
F值	F(1,14)=1.431	F(1,104)=46.679	F(1,186)=64.486	F(1,64)=0.868	F(1,124)=1.896
P值	P=0.252	P=0	P=0	P=0.355	P=0.171

表8　异质性分析：风险承受能力

项目	1.0	2.0	3.0	项目	1.0	2.0	3.0
数字素养	0.171* (2.612)	0.219** (3.946)	0.362** (4.218)	调整R^2	0.052	0.056	0.104
样本量	108	248	146	F值	F(1,106)=6.823	F(1,246)=15.567	F(1,144)=17.790
R^2	0.060	0.060	0.110	P值	P=0.010	P=0.000	P=0.000

表9　异质性分析：创业培训情况

项目	0.0	1.0	项目	0.0	1.0
数字素养	0.161** (4.022)	0.255* (2.339)	调整R^2	0.039	0.033
样本量	372	130	F值	F (1,370)=16.176	F (1,128)=5.470
R^2	0.042	0.041	P值	P=0.000	P=0.021

五、结论与政策建议

（一）结论

农村青年数字素养的缺乏是制约农村青年电商创业行为的一个重要因素。本文基于国内外专家学者关于数字素养和电商创业行为的理论研究，利用辽宁省绥中县的调查数据，实证分析了数字素养对农村青年电商创业行为的影响研究结论如下。

第一，数字素养对农村青年电商创业行为具有与假设一致的显著正向影响，表明农村青年数字素养水平越高，其参与电商创业的行为的可能性越高。提高农村青年对数字技术的了解和认识，增强其在生产生活实践中自主采纳数字工具和平台的意识与能力，通过数字化平台渠道提高电商创业信息认知度，农村青年作为理性经济人会主动追求更高的利润，进而选择电商创业来增加自身收入。

第二，数字素养对不同特征的农村青年电商创业行为影响存在异质性。主要体现在受教育程度、风险承受能力和创业培训情况上，数字素养对中等学历农村青年的电商创业行为起更显著作用。同时，也更能促进参与过创业培训和风险承受能力较高农村青年开展电商创业行为。

第三，数字内容创建素养对农村青年是否有电商创业行为有显著正向影响。数字内容创建素养的提高能让农村青年跳出固有思维，利用数字技术重塑现有资源。通过学习并创建电商创业相关内容，农村青年可以从现代数字经济带来的数字消费变化中找到创业灵感，探索适合自身特点的创业项目。数字应用社交素养对农村青年是否有电商创业行为有显著正向影响。数字应用社交素养水平的提高，使得数字技术与大众生活日渐融合，地域联系不断增强。在此基础上，推动了大众消费习惯的转变，增加了更多电商创业机遇。

第四，婚姻状况、健康状况、外出务工经历和风险承受能力都有正向显著的推动农村青年参与电商创业行为的可能。受教育程度会显著负向影响农村青年参与电商创业行为，受教育程度更高的农村青年创业者更倾向于专业性创业。家庭总人数对农村青年参与电商创业行为有显著正向影响，周边亲友是否创业成功与是否参与电商创业培训显著正向推动农村青年参与电商创业行为。

（二）政策建议

第一，国家应当重视数字素养对于促进农民青年电商创业行为的重要作用。首先，推动数字化平台嵌入，优化创业服务。采取政府资金与社会资本相结合等方式，因地制宜地打造集聚发展平台和信息资源平台。构建集聚发展平台旨在为农村青年创业者提供数字化创业培训、指导、咨询等服务，吸引电商创业团队入驻，推动其资源共享、合作共赢。信息资源平台可以促进各类产业相关信息资源与农村青年创业者互联互通，同时依托大数据信息技术，为其提供市场信息服务。其次，实施创业兜底政策，完善创业保障。鼓励提升农村青年创业者的个人和社会待遇，在住房保障、医疗、子女教育等方面提供支持，力争让农村青年创业者后顾无忧，致力于创业（冯定国等，2024）。

第二，关注数字内容创建与应用社交素养。首先，鼓励农村青年创业者开展有价值的数字内容构建。创业者可以结合自身的经历加以整合、修改，创造出属于自己的特色数字内容（马建富，2024）。同时，深度挖掘产品背后的文化和价值，赋予家乡好物以文化底蕴和时代内容，运用剪辑、拼接、转换、滤镜、美化等各类数字技术，制作集聚文化底蕴和时代价值的包装推广视频，更好激发受众群体的购买欲望。其次，缓解农村青年创业主体转型过程中的网络社交知识缺乏问题（马丽等，2022）。社交软件和主流媒体应积极引导农村青年创业者传播优质创业信息内容，不断丰富其在语言结构、咨询处理、观点提炼等相关方面的知识，实现社会责任和经济效益的动态平衡和良性发展。

第三，在调研农村青年创业者的受教育程度、风险承受能力及创业培训状况等情况的基础上，利用乡村振兴战略的契机，鼓励并引导农村青年树立正确的创业观和价值观，为其心理建设提供支持。

创业过程充满了不确定性和挑战，要求农村青年创业者具备较高的心理承受能力和逆境适应能力。通过学会如何在压力下保持冷静、如何在面对失败与挫折中吸取经验、调整策略，才能够有效提升他们的创业成功率。未来也应进一步探索和激发农村青年的潜能，培养电商创新创业新生军，使其推动新时代电商创业的发展浪潮。

参考文献

[1] 王丛丛, 李晓宇. 乡村振兴视域下农村青年电商创业研究[J]. 山东农业工程学院学报, 2022, 39(9): 87-91.

[2] 罗磊, 傅新红, 刘宇荧, 等. 新冠肺炎疫情风险感知、数字素养与农户电商参与意愿——基于柑橘种植农户调查数据分析[J]. 农业技术经济, 2024(2): 56-72.

[3] 上官莉娜, 魏楚珂, 杜玉萍. 数字素养促进农民参与乡村治理吗?——基于主观社会经济地位和政治效能感的中介作用分析[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2024, 25(1): 54-63.

[4] 王淑敏, 屈彩萍, 万明浩. 数字素养与农户财富积累——基于中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J/OL]. 重庆工商大学学报(社会科学版), 1-10[2024-04-20]. http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1154.C.20231120.2025.002.html.

[5] 赵明龙, 杨柠泽, 周静, 等. 数字素养对农民工举家迁移的影响——基于CFPS数据的实证分析[J]. 农业经济, 2023(9): 88-90.

[6] 王海军, 葛晨. 数字素养促进了青年高质量充分就业吗?[J]. 上海财经大学学报, 2024, 26(3): 49-64.

[7] 陈海涛. “短视频+直播”的农村电商创业优势、困境与对策分析[J]. 商展经济, 2024(1): 63-66.

[8] 邱蕾. 返乡创业青年短视频赋权与乡村振兴主体角色协商[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(2): 48-57.

[9] 周展锋. 互联网使用对农村青年创业决策的影响研究——基于5期CGSS数据的实证分析[J]. 青年发展论坛, 2024, 34(3): 6-17.

[10] 缪甜甜, 张国庆. 数字素养对农户创业行为的影响研究——基于CFPS家庭追踪调查数据[J]. 河北科技师范学院学报(社会科学版), 2023, 22(3): 46-52+60.

[11] 李晓静, 陈哲, 夏显力. 数字素养对农户创业行为的影响——基于空间杜宾模型的分析[J]. 中南财经政法大学学报, 2022(1): 123-134.

[12] 邱韵桦, 杨海丽, 郭昊. 农民数字素养对农户创业决策影响的逻辑机理研究——以重庆数字乡村试点区县为调查对象[J]. 当代农村财经, 2023(4): 29-34.

[13] 刘盈, 薛淑坤, 晏金凤, 等. 数字素养提升对农民内容创业的影响研究[J]. 创新创业理论研究与实践, 2021, 4(18): 192-198.

[14] 王杰, 蔡志坚, 吉星. 数字素养、农民创业与相对贫困缓解[J]. 电子政务, 2022(8): 15-31.

[15] 苏岚岚, 彭艳玲. 数字化教育、数字素养与农民数字生活[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2021, 20(3): 27-40.

[16] 高琳珍. 乡村振兴背景下天水地区农村青年返乡创业就业调查研究[J]. 山西农经, 2024(14): 105-107.

[17] 雒珊. 生活取向: 县域返乡青年创业的实践逻辑及风险[J]. 当代青年研究, 2023(2): 1-13+84.

[18] 肖俊洪. 数字素养[J]. 中国远程教育, 2006(5): 32-33.

[19] 常凌翀. 数字乡村战略下农民数字化素养的价值内涵与提升路径[J]. 湖南社会科学, 2021(6): 114-119.

[20] 张云亮, 冯珺, 赵奇锋, 等. 风险态度对中国城乡家庭创业的影响分析——来自中国家庭金融调查3期面板数据的证据[J]. 财经研究, 2020, 46(3): 154-168.

[21] 单德朋, 张永奇, 王英. 农户数字素养、财产性收入与共同富裕[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2022, 49(3): 143-153.

[22] 宋瑛, 杨露, 宋帅. 互联网嵌入、社会资本与农户电商创业渠道选择——基于黔渝350份农户微观调查数据[J]. 宁夏社会科学, 2021(6): 169-179.

[23] 刘飞, 何舸帆. 培育数字素养的价值与路径: 基于农村共同富裕的分析[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2024, 54(3): 27-37.

[24] 许仁发. 扶持青年自主创业加快农村电商发展[J]. 现代商业, 2016(1): 54-55.

[25] 徐彬. 新旧动能转换背景下新时代青年电商创业路径研究[J]. 科技经济市场, 2021(6): 134-135.

[26] 陈俊鹏. 乡村振兴视角下农村青年电商创业的问题与对策[J]. 农业经济, 2020(11): 134-136.

[27] 冯明. “互联网+”时代农村青年电商创业实践研究[J]. 青年探索, 2017(3): 90-95.

[28] 郭昊男. 数字素养对农户农机社会化服务采纳行为的影响研究[D]. 沈阳: 沈阳农业大学, 2023.

[29] 冯定国, 吴江. 乡村振兴战略视角下青年创业人才政策形塑——以浙江省农创客政策为中心的考察[J/OL]. 当代经济管理,1-9[2024-10-25].http://kns.cnki.net/kcms/detail/13.1356.F.20241011.1148.004.html.

[30] 马建富. 新质生产力与数字新农人培育: 耦合逻辑、现实困境与破解策略[J]. 当代职业教育, 2024(3): 4-13.

[31] 马丽, 杨艳梅. 农民数字素养赋能乡村振兴的理论机制与路径研究[J]. 农业经济与管理, 2022, 76(6): 46-54.

[32] Davidsson P, Recker J, Von B F. External enablement of new venture creation: A framework[J]. Academy of Management Perspectives, 2020, 34(3): 311-332.

[33] Gilster P. Digital literacy[M]. New York: Wiley Publishing, 1997.

[34] Knight F H. Uncertainty and profit[M]. Boston: Houghton Mifflin, 1921.

（责任编辑：肖舒苑）

A Study of Impact of Digital Literacy on E-commerce Entrepreneurial Behaviour of Rural Youths

WANG Hailong[1], HAN Jianing[2], DAI Xingmei[2]

(1. Institute Science and Technology Development of Shenyang Agricultural University, Shenyang 110866, China;
2. School of Marxism, Shenyang Agricultural University, Shenyang 110866, China)

Abstract: Against the background of the rapid development of digital economy, cultivating rural youth's digital literacy and prompting them to accurately access digital information, understand digital media and recognize digital security has become an important means of boosting rural youth's e-commerce entrepreneurship. Based on 504 research data on rural youth e-commerce entrepreneurship in 10 townships within Suizhong County, Liaoning Province, the impact of digital literacy on rural youth e-commerce entrepreneurial behavior was examined using a binary logistic regression analysis system. The study showed that digital literacy had a positive and significant effect on whether rural youth had e-commerce entrepreneurial behavior. Digital content creation literacy and digital application social literacy had a positive and significant effect on whether rural youth had an e-commerce entrepreneurial behavior. Digital literacy had differential effects on rural youth's e-commerce entrepreneurial behavior in terms of education level, risk tolerance and entrepreneurial training. Accordingly, make efforts in terms of platform support and treatment guarantee to provide all-round and multidisciplinary services for rural youth entrepreneurship. Encourage rural youth entrepreneurs to do valuable digital content construction and actively disseminate high-quality entrepreneurship information resources. Do a good job of guiding the thinking of rural youth entrepreneurs to realize the value of their own development.

Key words: digital literacy; rural youth; e-commerce entrepreneurship