

高校创业教育对大学生 返乡入乡创业意愿的影响机制

——基于有调节的中介效应检验

吴叶林, 徐 涵

(西南大学 教育学部, 重庆 400715)

摘 要:大学生返乡入乡创业是落实乡村振兴战略的重要举措,“意愿”是大学生“下得去、留得住”的前提,创业教育是激活大学生返乡入乡创业意愿、形塑返乡入乡创业能力的可行路径。采用高校创业教育量表、乡村依恋量表、返乡入乡创业意愿量表对5个省市907名大学生开展问卷调查,结果表明:大学生返乡入乡创业意愿处于中等水平,农村大学生返乡创业意愿更高;高校创业教育既可直接影响大学生返乡入乡创业意愿,也可通过乡村依恋的中介作用间接影响;生源地能调节高校创业教育对大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用及乡村依恋的中介作用。为提升大学生返乡入乡创业意愿,要强化乡村振兴战略引领,突出数字赋能、实践融合等,优化高校乡村创业人才培养模式;完善乡土情怀嵌入机制,为乡村依恋提供思想前提;突破传统择业观约束,重塑新时代返乡入乡符号内涵;优化乡村创业环境,增强乡村创业吸引力。

关键词:高校创业教育;返乡入乡创业;创业意愿;乡村依恋;生源地

中图分类号:G647 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2024)06-0131-13

一、问题提出

党的二十大报告强调,要全面推进乡村振兴,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴^[1]。人才是推动乡村全面振兴的关键依托,创业创新是繁荣乡村产业的重要途径。2022年,国务院印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》,指出要推进农村创业创新,支持农民工、大中专毕业生、退役军人等返乡入乡创业。大学生作为接受过高等教育的专业人才和具有创业创新潜质的群体之一,是强化乡村人才队伍建设的重要力量,能为乡村企业提供理念、技术、经营上的支撑,扎实推动乡村产业、人才、文化等振兴,促进城乡融合发展,有利于加快乡村现代化进程。然而,尽管返乡入乡创业学生人数较往年有所提升,整体态势仍显不足,多数大学生毕业后依然选择扎根城市,对乡村就业创业持观望或回避态度。这背后折射出乡村人才“引不进”的困境,构成当前乡村振兴进程中亟待破解的瓶颈。

意愿是引发行为的关键因素^[2]。以往研究发现,大学生到农村创业的意愿并不强烈^[3]。因此,为促进大学生返乡入乡创业,首先要提升他们的返乡入乡创业意愿。目前,国内外关于大学

作者简介:吴叶林,西南大学教育学部,副教授。

基金项目:教育部人文社会科学研究青年基金项目“地方高校创业教育促进区域乡村振兴的机理与路径优化研究”(19YJC880096),项目负责人:吴叶林。

生创业意愿的研究已较为成熟,但对“返乡入乡”这一特定情境下的创业意愿研究较为缺乏,且主要集中在农村大学生的返乡创业意愿上。如吴书新等认为农村大学生的创业主观规范与自我效能感对其返乡创业意愿有显著的正向促进作用^[4];蔺海洋等认为社会资本是驱动农村籍大学生返乡创业意愿生成的必要条件,且地方依恋和亲社会动机是该驱动模型中的重要组成部分^[5]。总体而言,学界对城镇大学生入乡创业的意愿及其背后的复杂动因关注不足。因此,对于大学生返乡入乡创业意愿的研究仍待完善。高校创业教育作为增进创业认知、激发创业激情、提升创业意志的重要手段,是激活大学生返乡入乡创业意愿的可行路径,因而亟须丰富对两者关系的实践探索。同时,主观依恋是驱动大学生返乡的重要非理性因素^[6]。在此基础上,乡村依恋作为大学生与乡村建立的人地情感连接,构成了大学生返乡入乡创业意愿的内在动力。因此,本研究引入乡村依恋要素,考察其在高校创业教育与大学生返乡入乡创业意愿间的中介效应,有助于从情感层面揭示前者影响后者的作用机制。此外,生源地类别的不同背后是城镇与农村学生成长环境的差异,能投射城乡学生在认知、资本、观念、习惯上的区别,这种区别可能影响乡村依恋的中介作用效果。将生源地作为调节变量,能够探明高校创业教育对大学生返乡入乡创业意愿影响机理的群体差异。

综上,本研究整合认知、情感、态度以及外部环境因素,对高校创业教育与大学生返乡入乡创业意愿的关系及内部机制进行探讨,重点考察乡村依恋在其中的中介作用以及生源地的调节作用,以期为促进高校创业教育从注重城市空间向注重乡村空间转型,提升高校创业教育质量与大学生返乡入乡创业意愿提供实证依据和理论参考。

二、理论回顾与研究假设

(一) 高校创业教育与返乡入乡创业意愿的关系

创业教育是“通过向学生传授创业知识和训练学生创业技能,来激发学生创业精神,提升创业意向,培养创业能力的教育活动”^[7]。高校创业教育是高校开展的旨在面向高校学生的创业教育。本研究所关注的“高校创业教育”特指乡村振兴背景下融入了乡村创业内容的高校创业教育。既往研究表明,高校创业教育能够对大学生创业意愿产生积极影响,并降低学生创业中的盲目和非理性因素^[8]。创业教育通过传授创业相关知识、技能,让学生进行创业实践练习等,能够提升大学生的创业胜任力^[9]、机会识别能力,促使大学生产生创业自我效能感^[10],激发学生的创业激情^[11],从而提升创业意愿。

然而,当视角转向“返乡入乡创业”这一特定类型的创业行为,其意愿的形成机制则需予以专门考量。本研究参考何淑贞等对创业意愿的定义^[12],将返乡入乡创业意愿界定为个体对自身是否返回或去到乡村从事创业活动的一种主观态度和心理倾向。返乡入乡创业意愿,作为创业意愿在地域选择上的特定体现,虽本质上隶属于广泛的创业意愿范畴,却展现出独特的地域性与情境依赖性。现有文献虽已充分论证了高校创业教育对普遍创业意愿的积极影响,但在“返乡入乡创业”这一具体情境下,教育干预能否同样激发并引导大学生的创业意愿,以及在这一过程中的具体作用机制,仍缺乏深入的实证研究。基于此,本研究提出假设 H1:高校创业教育能够正向影响大学生的返乡入乡创业意愿。

(二) 乡村依恋与高校创业教育、大学生返乡入乡创业意愿的关系

乡村依恋是环境心理学中“地方依恋”的衍生概念,指“个体与乡村之间积极的情感联结”^[13]。根据 Williams 的地方依恋二维框架理论^[14],乡村依恋可划分为乡村依赖、乡村认同两个维度。其中,乡村依赖强调个体对乡村的客观上的功能性依恋,反映乡村满足个体目标的适宜

性以及个体对乡村的趋近倾向;乡村认同强调主观上的精神性依恋,反映乡村能够界定个体身份的自我向度以及个体对乡村意义的认可^[15-16]。

高校创业教育能提升大学生乡村依恋水平。个体对地方的记忆、想象,对地方知识和意义的建构等认知成分是形成地方依恋的基础^[17]。以往研究表明,即使没有到访过某个地方,个体也能够通过获取与此地有关的信息(如历史文化、景观风貌等)增进对地方意象的了解,进而形成地方依恋^[18]。高校创业教育通过增进大学生对返乡入乡创业政策、对乡村的风貌和发展现状的认知,促使大学生理解乡村独特的地理资源以及人文环境对其创业的优势与重要性,从而生成、强化乡村依赖。对于农村生源大学生,他们离开乡村到城市求学,与乡村的联系减弱,这会对他们的乡村认同产生不良影响^[19]。高校创业教育通过强化学生的乡村认知,从而帮助学生重建与乡村的联结,唤醒乡土记忆,重塑乡村认同。对于城镇生源大学生,即使他们没有乡村生活经历,经过创业教育形成的乡村知识经验也能促使他们对乡村产生文化想象,理解乡村的象征性意义,从而对乡村产生认同^[20]。

乡村依恋是推动个体参与乡村建设的重要驱动力量。认知与情感体验是行为意愿产生的两个决定因素^[21],乡村依恋是个体以认知为基础的对乡村的情感联结,因此乡村依恋能够成为促进个体返乡入乡创业意愿的内在动机。以往研究表明,对乡村的认知和情感能够催化农村大学生返乡创业意愿的产生和提升。如黄海平认为,乡土情感、乡镇资源、乡村环境的改善,以及乡村振兴政策等构成的乡村拉力,促使农村青年作出了回嵌乡镇、返乡创业的决策^[22];刘甲坤等发现,乡土情怀能够正向预测农村大学生返乡就业创业意愿,有强烈乡土情怀的农村大学生更愿积极搜集返乡创业政策信息,更易获得创业支持^[23]。需要指出,乡村发展不只需要返乡大学生,也需城镇大学生为乡村注入多元活力。因此,城镇生源地大学生的乡村依恋对其入乡创业意愿的作用也值得探究。

综上,乡村依恋是创业教育的重要结果变量,也是返乡入乡创业意愿的重要前因变量。基于现有研究结论,乡村依恋可能是创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿路径上的重要中介变量。因此,本研究提出假设 H2:乡村依恋在高校创业教育对大学生返乡入乡创业意愿的影响中具有中介作用。

(三)生源地的调节作用

生源地不同意味着大学生的经验、认知与资本等存在差异。农村大学生处在社会资本以及人力资本的双重不利地位,通过创业教育,他们对创业可行性的感知程度提高,当农村大学生在严峻就业环境下感受到更加弱勢的竞争力时,他们更易产生以创业替代或实现就业的动机^[24]。并且,与城镇大学生相比,农村大学生的创业资源相对匮乏,他们在创业地点上会更加偏向自己熟悉的乡村,即选择返乡创业。而城镇大学生由于就业机会供给相对充足,创业选择多,选择入乡创业的概率较小,从而推断高校创业教育对城镇大学生返乡入乡创业意愿的影响可能弱于对农村大学生返乡入乡创业意愿的影响。基于此,本研究提出假设 H3:生源地能够在高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿中起到调节作用。

此外,大学生返乡入乡创业作为一种特殊的人口迁移形式,可以采用推拉理论来解释:城市的就业、生活压力大是推力,而乡村的发展机会、乡村依恋可以成为拉力^[23]。由于我国城乡发展具有不均衡性,农村与城市社会在经济、教育投入和社会观念等方面的差异会对个体的发展产生不同影响^[24]。因此,城乡大学生在就业选择、未来发展方向上都具有差异。相比城市生源地大学生来说,农村学生存在一种“‘逃离’自己生长土地的倾向”^[25],多年来根深蒂固的“离农”“离土”观念势必会减弱乡村依恋对他们回归故土的拉力,导致城乡取舍的两难,因此乡村依恋的

中介作用会减弱。基于此,本研究提出假设 H4:生源地能够调节乡村依恋在创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿中的中介作用。

三、研究设计

(一)研究对象

基于目的抽样与方便抽样的原则,以接受过高校创业教育的大学生为调查对象,在山东、四川、重庆、云南、广西等 5 个省市范围内发放线上问卷,通过“您是否接受过高校创业教育”和“您接受的高校创业教育是否涉及乡村内容”题项对问卷进行筛选,删除信息缺失等无效问卷后,最终得到有效问卷 907 份。在性别上,男生 214 人(占比 23.6%),女生 693 人(占比 76.4%);在年级上,大一 38 人(占比 4.2%),大二 232 人(占比 25.6%),大三 364 人(占比 40.1%),大四 273 人(占比 30.1%);在学科类别上,人文学科类(文学、历史学、哲学、艺术学)171 人(占比 18.8%),社会科学类(经济学、管理学、教育学、法学)425 人(占比 46.9%),理工农医类 311 人(占比 34.3%);在生源地上,农村 407 人(占比 44.9%),城镇 500 人(占比 55.1%)。

(二)研究工具

1. 高校创业教育量表

杜晶晶等从创业教育的习得效果出发^[26],根据 Souitaris 等的研究以及国内现实编制了大学生创业教育量表^[27],从实证层面检验了高校创业教育对大学生创业意向的影响。本研究在此量表的基础上,结合返乡入乡创业特点,编制了高校创业教育量表,从知识获取、志向鼓舞、意识唤醒等方面测量大学生在高校创业教育中的习得效果。经探索性因子分析得出量表的 KMO 值为 0.961, Bartlett 球形度检验显著性为 0.000,经最大方差法旋转提取出 2 个因子,累计方差贡献率为 82.827%。将 2 个因子分别命名为认知提升(共 6 题)、非认知培养(共 8 题),分别测量高校创业教育带给大学生的认知和非认知方面的收益。量表共计 14 个题项,采用 Likert 5 点计分法,从“完全不符合”到“完全符合”分别计 1~5 分,分数越高代表学生习得的高校创业教育效果越好。总量表及两维度的 Cronbach's α 系数分别为 0.973、0.973、0.950, Omega 系数分别为 0.973、0.973、0.952,表明量表具有良好的信度。

2. 乡村依恋量表

以 Williams 提出的地方依恋二维框架(地方认同、地方依赖)为基础,参考 Williams、Chen 等的地方依恋量表题目编制本研究的乡村依恋量表^[14,28]。经探索性因子分析得出量表的 KMO 值为 0.956, Bartlett 球形度检验显著性为 0.000,经最大方差法旋转提取出 2 个因子,累计方差贡献率为 84.368%,将 2 个因子命名为乡村认同(共 6 题)、乡村依赖(共 6 题),分别测量大学生对乡村的精神性依恋和功能性依恋。量表共 12 个题项,采用 Likert 5 点计分法,从“完全不符合”到“完全符合”分别计 1~5 分,分数越高代表学生对乡村的地方依恋程度越深。总量表及两维度的 Cronbach's α 系数分别为 0.965、0.961、0.963, Omega 系数分别为 0.964、0.961、0.963,表明量表具有良好的信度。

3. 大学生返乡入乡创业意愿量表

此量表改编自 Thompson 的创业意愿量表^[29],将题目表述中的“创业”改为“返乡入乡创业”,用于反映大学生对于未来返回或前往乡村地区开展创业活动的心理倾向。经探索性因子分析得出量表的 KMO 值为 0.929, Bartlett 球形度检验显著性为 0.000,经最大方差法旋转提取出 1 个因子,累计方差贡献率为 86.773%。量表共 6 个题项,采用 Likert 5 点计分法,从“完全不符合”到“完全符合”分别计 1~5 分,分数越高代表学生返乡入乡创业的意愿越强。量表的 Cron-

bach's α 系数和 Omega 系数分别为 0.969、0.970,表明量表具有良好的信度。

(三)数据处理

使用 SPSS 25.0 对数据进行描述统计分析、相关性分析、探索性因子分析、独立样本 t 检验、单因素方差分析以及可靠性分析,使用 AMOS 23.0 对数据进行共同方法偏差检验、验证性因子分析,使用 SPSS 宏程序 Process 4.1 进行有调节的中介效应分析。

四、研究结果

(一)共同方法偏差检验

采用熊红星、张璟、叶宝娟等提出的“控制未测单一方法潜因子法”检验数据是否存在共同方法偏差^[30]。第一步,建构验证性因子分析模型 M_1 ;第二步,构建有方法潜因子模型 M_2 ;第三步,比较模型 M_1 和 M_2 的主要拟合指数, $\Delta\chi^2/df=1.774$, $\Delta CFI=0.023$, $\Delta TLI=0.022$, $\Delta SRMR=0.016$, $\Delta RMSEA=0.015$,各项拟合指标的变化均小于 0.03,表明加入共同方法因子后,模型并未得到明显改善,证明不存在明显的共同偏差问题。

(二)收敛效度、区分效度、组合信度

对主要变量进行验证性因子分析,三个变量的标准化因子载荷均介于 0.708~0.950 之间,组合信度(CR)分别为 0.973、0.962、0.970,均大于 0.7;平均方差萃取值(AVE)分别为 0.718、0.680、0.843,均大于 0.5,表明测量模型聚合效度良好。同时,各变量分别对应的 AVE 值的开根号值均大于它们之间相关系数(见表 1),区分效度良好。

表 1 描述统计、相关性分析及验证性因子分析结果

	M	SD	标准化因子载荷	CR	AVE	相关系数及区分效度		
						1	2	3
1.高校创业教育	3.580	0.866	0.708~0.907	0.973	0.718	0.847		
2.乡村依恋	3.538	0.864	0.726~0.912	0.962	0.680	0.783***	0.825	
3.返乡入乡创业意愿	3.019	1.046	0.866~0.950	0.970	0.843	0.693***	0.808***	0.918

注:(1)相关系数及区分效度中,对角线粗体字为潜变量 AVE 的开根号值,下三角为 Pearson 相关系数。(2)*** $p<0.001$

(三)描述统计与相关性分析

高校创业教育、乡村依恋以及大学生返乡入乡创业意愿的描述统计与相关性分析结果如表 1 所示。就总体而言,大学生的返乡入乡创业意愿处于中等水平($M=3.019$),意愿不高,习得的高校创业教育效果较好($M=3.580$),对乡村的依恋程度较高($M=3.538$)。对于变量之间的相关性,大学生的返乡入乡创业意愿与高校创业教育、乡村依恋均显著正相关($r=0.693$, $p<0.001$; $r=0.808$, $p<0.001$),这说明习得的高校创业教育效果越好、乡村依恋程度越高,大学生的返乡入乡创业意愿越强;大学生的乡村依恋与高校创业教育显著正相关($r=0.783$, $p<0.001$),说明习得的高校创业教育效果越好,大学生的乡村依恋程度越高。

(四)差异性分析

采用独立样本 t 检验对大学生的乡村依恋、返乡入乡创业意愿在生源地类别上的差异进行检验,结果如表 2 所示。农村和城镇生源大学生的返乡入乡创业意愿、乡村依恋均具有显著差异($p<0.001$)。其中,农村大学生的返乡入乡创业意愿显著高于城镇大学生($t=6.319$, $p<0.001$);农村大学生的乡村依恋及其两个子维度乡村认同、乡村依赖水平也显著高于城镇大学生(乡村依恋: $t=2.023$, $p<0.05$;乡村认同: $t=7.815$, $p<0.001$;乡村依赖: $t=3.919$, $p<0.001$)。

表 2 独立样本 *t* 检验结果

变量	生源地类别		<i>t</i>
	农村	城镇	
返乡入乡创业意愿	3.097±1.028	2.956±1.057	2.023*
乡村依恋	3.732±0.775	3.381±0.900	6.319***
乡村认同	4.022±0.822	3.565±0.937	7.815***
乡村依赖	3.443±0.887	3.196±0.986	3.919***

注：* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

(五) 乡村依恋的中介效应分析

采用 Process 宏程序中的 Model 4, 在控制年级、性别的情况下, 对乡村依恋在高校创业教育与大学生返乡入乡创业意愿之间的中介效应进行检验, 结果如表 3、4 所示。高校创业教育能够显著正向预测大学生返乡入乡创业意愿 ($\beta = 0.655, t = 26.222, p < 0.001$)。加入中介变量乡村依恋后, 高校创业教育仍显著直接预测大学生返乡入乡创业意愿 ($\beta = 0.244, t = 7.592, p < 0.001$), 但效应值明显下降。高校创业教育对乡村依恋的正向预测作用显著 ($\beta = 0.739, t = 32.907, p < 0.001$), 乡村依恋对大学生返乡入乡创业意愿的正向预测作用也显著 ($\beta = 0.557, t = 17.362, p < 0.001$)。

此外, 本研究设定 Bootstrap 法自助抽样 5 000 次和 95% 的置信区间进一步验证乡村依恋的中介效应, 结果如表 4。高校创业教育影响大学生返乡入乡意愿的直接效应及乡村依恋的中介效应的 95% 置信区间分别为 [0.174, 0.311]、[0.356, 0.471], 均不包含 0, 表明乡村依恋在高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿路径上起到了部分中介作用。其中, 乡村依恋的中介效应为 0.411, 高校创业教育的直接效应为 0.244, 分别占总效应的 62.75%、37.25%。

表 3 乡村依恋的中介效应检验结果

结果变量	预测变量	β	<i>t</i>	Bootstrap 95% CI		R^2	<i>F</i>
				下限	上限		
返乡入乡创业意愿	年级	-0.048	-1.922	-0.097	0.001	0.440	236.162***
	性别	0.156	2.657**	0.041	0.271		
	高校创业教育	0.655	26.222***	0.606	0.704		
乡村依恋	年级	-0.011	-0.495	-0.055	0.033	0.547	363.505***
	性别	0.038	0.717	-0.061	0.141		
	高校创业教育	0.739	32.907***	0.678	0.798		
返乡入乡创业意愿	年级	-0.042	1.933	-0.084	0.003	0.580	311.412***
	性别	0.135	2.653**	0.035	0.230		
	高校创业教育	0.244	7.592***	0.174	0.311		
	乡村依恋	0.557	17.362***	0.495	0.620		

注：(1) 模型中各变量均进行标准化处理后带入回归方程, 下同。(2) * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

表 4 中介效应、直接效应、总效应 Bootstrap 检验结果

效应类型	效应值	Boot SE	Boot 95% CI		相对效应值
			下限	上限	
总效应	0.655	0.025	0.606	0.704	
直接效应	0.244	0.035	0.174	0.311	37.25%
中介效应	0.411	0.029	0.356	0.471	62.75%

(六) 有调节的中介效应检验

在乡村依恋的中介效应得到验证的基础上, 检验生源地的调节效应。

首先, 在控制年级、性别的情况下, 采用 Process 宏程序中的 Model 59 对有调节的中介效应进行检验, 结果如表 5 与图 1 所示。高校创业教育与生源地的交互项对乡村依恋、大学生返乡入乡创业意愿的预测作用显著 (乡村依恋: $\beta = 0.134, t = 3.085, p < 0.01$; 返乡入乡创业意愿: $\beta = -0.204,$

$t = -3.128, p < 0.01$), 且 Bootstrap 95% 置信区间分别为 $[0.013, 0.254]$ 、 $[-0.358, -0.063]$, 均不包含 0; 乡村依恋与生源地的交互项对大学生返乡入乡创业意愿的预测作用也显著 ($\beta = 0.215, t = 3.154, p < 0.01$), Bootstrap 95% 置信区间为 $[0.078, 0.362]$, 不包含 0。以上结果表明生源地不仅能够调节高校创业教育对大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用, 还能调节高校创业教育对乡村依恋、乡村依恋对大学生返乡入乡创业意愿的预测作用。进一步的判定指标结果显示, 生源地对乡村依恋中介效应的调节判定指标 $INDEX = 0.230$, Bootstrap 95% 置信区间为 $[0.106, 0.258]$, 表明乡村依恋的中介效应存在显著的生源地差异。

表 5 有调节的中介效应检验

结果变量	预测变量	β	t	Bootstrap 95% CI		R^2	F
				下限	上限		
乡村依恋	年级	-0.026	-1.189	-0.068	0.017		
	性别	0.029	0.563	-0.067	0.124		
	高校创业教育	0.659	20.532***	0.566	0.742	0.585	253.700***
	生源地	-0.770	-5.600***	-1.164	-0.373		
	高校创业教育 × 生源地	0.134	3.085**	0.013	0.254		
返乡入乡创业意愿	年级	-0.035	-1.600	-0.078	0.011		
	性别	0.130	2.570*	0.027	0.229		
	高校创业教育	0.341	7.160***	0.229	0.461		
	乡村依恋	0.452	8.484***	0.332	0.564	0.588	183.262***
	生源地	0.067	0.435	-0.214	0.367		
	高校创业教育 × 生源地	-0.204	-3.128**	-0.358	-0.063		
	乡村依恋 × 生源地	0.215	3.154**	0.078	0.362		

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

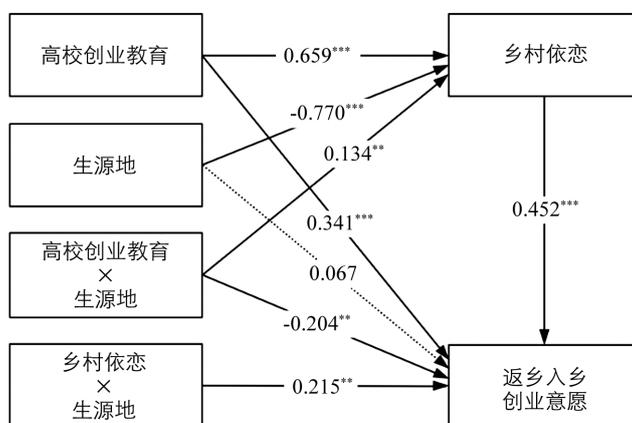


图 1 高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿的有调节的中介模型

其次, 为更直观地解释生源地在高校创业教育影响大学生返乡入乡意愿不同路径上的调节效应, 需进行简单斜率检验。如图 1 所示, 高校创业教育对城镇和农村生源大学生的返乡入乡创业意愿均有正向预测作用(城镇: $simple\ slope = 0.137, t = 3.075, p < 0.01$; 农村: $simple\ slope = 0.341, t = 7.160, p < 0.001$), 相较于农村大学生, 高校创业教育对城镇大学生返乡入乡创业意愿的预测作用显著减弱。如图 2 所示, 高校创业教育对城镇大学生乡村依恋的预测作用显著高于农村大学生(城镇: $simple\ slope = 0.793, t = 27.281, p < 0.001$; 农村: $simple\ slope = 0.659, t = 20.532, p < 0.001$), 但无论是高校创业教育低分组还是高校创业教育高分组, 农村大学生的乡村依恋始终高于城镇大学生。如图 3 所示, 乡村依恋对城镇大学生返乡入乡创业意愿的预测作用显著高于农村大学生(城镇: $simple\ slope = 0.667, t = 15.662, p < 0.001$; 农村: $simple\ slope =$

0.452, $t=8.484, p<0.001$), 表明随着乡村依恋的提高, 城镇大学生的返乡入乡创业意愿提升更大。由以上结果可知, 相较于农村大学生, 高校创业教育对城镇大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用更小, 而乡村依恋的中介效应更加显著。

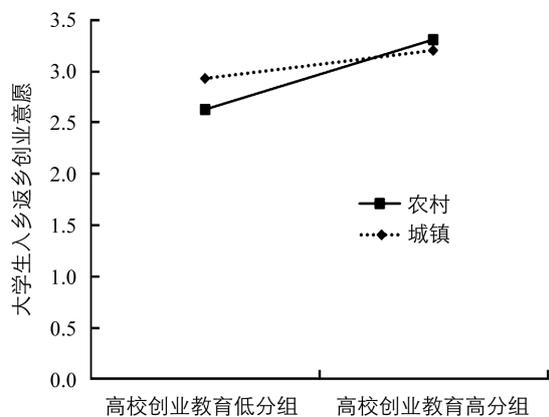


图2 生源地在高校创业教育与大学生返乡入乡创业意愿间的调节作用

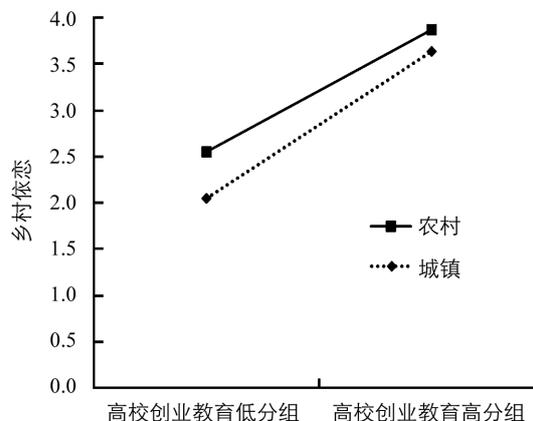


图3 生源地在高校创业教育与乡村依恋间的调节作用

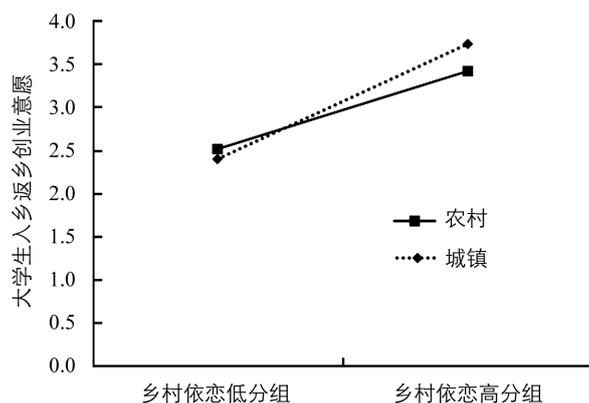


图4 生源地在乡村依恋与大学生返乡入乡创业意愿间的调节作用

五、研究结论

(一) 大学生返乡入乡创业意愿处于中等水平, 农村生源地大学生意愿更高

研究表明, 大学生的返乡入乡创业意愿中等, 具有较大提升空间。这说明, 在持续推进“双创”的战略导向下, 大学生逐渐将目光转向自主创业, 而乡村对人才的大量需求以及广阔的发展空间为大学生创业提供了新的发展机遇, 因此大学生有意愿去到或返回乡村进行创业。尽管如此, 由于乡村经济基础薄弱, 吸纳和承载创业项目的能力有限^[31], 加之存在传统文化式微、生态环境恶化等问题^[32], 乡村对大学生的吸引力遭到削弱, 因此大学生返乡入乡创业的意愿不够强烈, 具有较大提升空间。

研究结果还显示, 农村生源地大学生的返乡入乡创业意愿显著高于城镇生源地大学生。造成此差异的原因可能是: 第一, 中华民族自古以来便有归乡情怀, 相较于城镇大学生, 农村大学生对生养自己的乡村更有一份责任感, 希望通过创业的方式反哺桑梓, 助力乡村振兴。第二, 血缘与地缘关系是农村大学生情感的寄托与现实考量的砝码, 这对他们有着一股天然的拉力。因而在面临就业抉择时, 考虑到家庭邻里的期盼、资源的积累, 他们更倾向于回归故里。第三, 社会资

本、人力资本的城乡不均给农村大学生带来了巨大的城市就业压力,但也成为他们回乡创业的推力。以往的研究显示,城镇大学生的就业率与就业质量都显著好于农村大学生^[33-34]。相比之下,城镇大学生受到此类推力的影响较小,因此其入乡创业的意愿相对较低。

(二)高校创业教育能够正向影响大学生返乡入乡创业意愿

研究结果表明,高校创业教育能正向影响大学生返乡入乡创业意愿,验证了假设 H1。一方面,高校通过理论课程、实践训练等形式实施创业教育,将乡村创业的知识、技能及文化积淀内化为大学生内在的认知框架与行动指南,在显性与隐性的交融中构建大学生对乡村创业的思维认知与情感认同,激发返乡入乡创业意愿。面向乡村振兴,高校创业教育让大学生感受乡村新风貌,看到乡村的创业机会以及新的更可持续的经济增长点,改变其对返乡入乡创业的传统观念、看法,改变其城市创业的单一视角以及对传统职业路径的固有偏好。在此过程中,大学生的乡村创业意识得到唤醒,返乡入乡创业意愿得以提升,展现出回归乡土、投身创业的积极态度。另一方面,对创业的陌生感是大学生强化返乡入乡创业意愿的重要阻滞因素。通过创业教育,大学生能获取乡村创业相关知识,增强创业能力认知^[35],提高对乡村创业的熟悉度,减轻对创业失败的恐惧,进而激发乡村创业自我效能感,提升返乡入乡创业意愿。同时,高校创业教育本身也能看作学校对大学生的社会支持,为大学生返乡入乡创业提供不可或缺的资源与情感支持,能够显著提升大学生的返乡入乡创业意愿^[36]。

(三)乡村依恋在高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿中有中介作用

研究结果表明,乡村依恋在高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿中发挥了中介作用,验证了假设 H2。同时,结果还显示乡村依恋的中介效应高于直接效应,说明高校创业教育通过提升大学生的乡村依恋,能更好地提高大学生返乡入乡创业意愿,这验证了乡村依恋是大学生形成返乡入乡创业意愿过程中不可或缺的情感因素与重要驱动力,是乡村振兴战略上的重要纽带。首先,创业教育通过解构创业过程,使大学生认识到乡村作为创业场域的独特性、潜在价值,以及乡村对自身发展、社会收益的重要性,增进其乡村认同,使其乡村依恋水平由此提升^[37]。其次,创业教育不仅能提升大学生的创业知识技能水平,还能促使其从文化理论层面反思“三农”问题,从更宏观的视角审视乡村的现状与挑战,将乡村认同融入自我认同的构建之中,希望通过返乡入乡创业的途径解决乡村问题^[38]。这种内在驱动,源自于对乡村文化的深刻理解和对社会责任的自觉承担,体现了高校创业教育在培育大学生人文关怀与社会担当方面的重要作用。最后,创业教育通过增进大学生对乡村文化、风土的认知与理解,促成他们对乡村的正面情感投射,唤起城乡学生的乡愁情结及对乡村疗愈作用的渴求,产生对乡村的依恋感^[39],吸引大学生返乡入乡创业。返乡入乡创业意愿的产生是认知、情感共同影响的结果,创业教育与乡村依恋所带来的知识技能提升、情感迸发与价值观形成等作为合力,共同推动大学生产生返乡入乡创业意愿。

(四)生源地能调节创业教育对大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用及乡村依恋的中介作用

研究结果表明,生源地能调节创业教育对大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用以及乡村依恋的中介作用,验证了假设 H3 和 H4。生源地的调节作用,既凸显了个体经历对高校创业教育效果的潜在影响,也强调了乡村依恋作为情感纽带与驱动力量的不可替代性。

第一,生源地能调节创业教育对大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用。结果显示,相较于城镇大学生,高校创业教育对农村大学生返乡入乡创业意愿的直接预测作用更加明显,这与以往研究结果不一致^[40]。究其原因,返乡入乡创业因地点的特殊性,要求大学生考虑成长环境的影响及乡村发展实际。通过创业教育,大学生更能深刻体会社会资本、各方资源等对创业的重要

性,并评估自身在不同地域背景下的创业优势与挑战。在“差序格局”的社会结构与文化场域中,农村大学生在城市中往往处于社会资本竞争的弱势地位,缺乏创业支持与资源,因而会更倾向于选择与自己亲缘与地缘关系更近、社会关系网络更加紧密的乡村作为创业起点,在某种程度上弥补了城市创业中可能遭遇的社会资本不足。因此,相比于城镇大学生,高校创业教育对农村大学生返乡创业意愿的直接提升作用会更明显。

第二,生源地能调节乡村依恋在高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿中的中介作用。相较于农村大学生而言,乡村依恋在高校创业教育影响城镇大学生返乡入乡创业意愿路径上的中介效应占比更大。首先,相较于农村大学生,高校创业教育对城镇大学生的乡村依恋的预测作用更强。城镇大学生由于生长在城市,与乡村的地理、心理距离较远,对乡村的认知程度较低,因此其初始的依恋水平不高。城镇大学生对乡村的认知和态度塑造更多是从创业教育中获得,因而创业教育对其乡村依恋的影响作用更明显。其次,乡村依恋对城镇大学生的返乡入乡创业意愿预测作用也比农村大学生更强。对于大多数农村大学生来说,高等教育常被视为逃离乡土、迈向城市的重要途径,希望通过考学冲破乡土藩篱^[41]。在此背景下,他们对乡村的依恋与“跳农门”的观念相互拉扯,“离土”与“归乡”的双重冲动相互碰撞,形成了复杂的情感冲突。不仅如此,农村大学生返乡创业的意愿还受传统观念影响,他们返乡创业需要克服乡邻的固有角色化偏见认知^[37]。因此,相较于城镇大学生,乡村依恋对农村大学生返乡入乡创业意愿的影响作用更弱。

六、研究建议

(一)强化乡村振兴战略引领,优化高校乡村创业人才培养模式

作为催化大学生返乡入乡创业意愿的关键动力,高校创业教育需紧扣时代脉搏与社会需求,完善面向乡村空间的创业人才培养体系,提升大学生返乡入乡创业意愿与能力,助力乡村振兴与区域经济高质量发展。第一,强化战略引领。高校创业教育要以乡村振兴战略推进为核心,全面对接文化、产业、生态、人才、组织五大目标,突出乡村创业基础理论与技能训练,确保教育内容契合乡村社会经济发展动态需求,通过与地方政府、乡村企业及社会团体深度合作,实现创业教育同乡村振兴战略有效衔接。第二,突出数字赋能。高校可依托在线教育平台、虚拟现实实验室、智能导师系统等工具,为学生提供个性化、沉浸式乡村创业学习体验,加深创业流程理解,增强对乡村创业的效能感,为返乡入乡创业奠定基础。第三,强调实践融合。校企合作建立返乡入乡创业实训基地或乡村创业园区,面向真实创业情境培养学生风险意识、机会识别能力,增长管理知识与社会经验。强化案例教学,建立乡村创业典型案例库。通过案例剖析,学生能直观理解乡村创业的独特机遇与复杂挑战,激发返乡入乡创业兴趣与信心,提升投身乡村创业实践意愿。第四,聚力乡村新质生产力。新时代的返乡入乡创业呼唤创新与变革,应超越传统框架引导大学生探索乡村新能源、数字经济、生物技术等前沿领域,以新质生产力驱动乡村发展。通过产教协同、跨学科课程设计与实践平台搭建,培养大学生的创新思维与实践能力,激励大学生探索乡村发展新路径,将创新构想转化为符合新质生产力要求的乡村创业项目,从而引领大学生返乡入乡创业新潮流,推动乡村经济转型升级与可持续发展。

(二)完善乡土情怀嵌入机制,为大学生乡村依恋生成提供情感前提

乡村依恋是高校创业教育影响大学生返乡入乡创业意愿路径上至关重要的情感因素,完善高校创业教育的乡土情怀嵌入机制有利于建立大学生与乡村之间的情感联结,提升大学生乡村依恋水平,进而提升其返乡入乡创业意愿。第一,乡土文化嵌入高校创业教育。高校创业教育应将乡土文化视为教育体系中的重要维度,将有关乡村的知识、理念、价值观等融入教育全过

程^[42],使大学生改变因城乡物理距离而造成的乡村情感疏离,增强乡土文化认同。对于城镇大学生,可以采用图频媒介、乡村叙事等方式增进他们对乡村文化、乡村创业的了解,满足他们对乡村的美好想象与期待,提升其对乡村的认同,从乡村的旁观者变成行动者,构筑精神的“拟态乡愁”,达到创业情怀与乡土情怀相通相融;对于农村大学生,高校创业教育需要消除他们对乡土文化的自卑感,通过乡土文化的再认识与再诠释,重塑其乡土文化自信与身份认同,从而加强他们在返乡创业中的主角意识。第二,乡土认知嵌入高校创业教育。高校创业教育要全面展现乡村风貌、乡村美学,打破大学生对乡村的片面认知,使其认识到乡村独特的地理位置和资源要素优势对创业的重要性,提升乡村依恋水平。同时,高校创业教育要从乡村视角切入,为大学生揭示创业活动在乡村语境下的新可能,引导大学生积极探索乡村环境,从中找寻创业的新机遇,期待在新视域、新空间实现自我价值。第三,推动高校思政教育与乡村创业教育整合。投身乡村是当代青年服务国家的重要情感表征,引导青年学生返乡创业是新时代的“上山下乡”,是高校思政教育的重要内涵和维度。高校创业教育同思政理论与实践相结合,培育大学生服务乡村、回馈社会的使命感与担当精神,不仅能够促进青年学生的个人成长,还能够为乡村振兴注入新鲜血液,形成教育与社会发展的良性互动。

(三)突破传统择业观约束,重塑新时代返乡入乡符号内涵

面对快速工业化、城市化进程以及教育中存在的“离土”倾向,大学生创业就业呈现出明显的城市聚集效应。尤其是农村大学生“离农”“农转非”等观念对乡村依恋的削弱致使大学生群体返乡入乡创业意愿提升受阻。但迈入新时代,乡村不再是信息闭塞的代名词,而是充满了无限机遇的新天地。因此,为有效提升大学生返乡入乡创业意愿,需改变大学生传统择业观,从注重城市空间转向聚焦乡村场域,增强乡村依恋对大学生返乡入乡创业意愿的提升作用。第一,打破乡村长期以来的“失语”状态,重塑返乡入乡创业的正面形象。政府、社会、高校应协同推进乡村振兴战略,致力于乡村面貌的现代化转型,打造新乡村话语,塑造社会各主体对返乡入乡的新观念:到乡村创业不再是一种落后,而是一种蕴含浪漫与时尚的生活方式选择^[43],更是响应国家乡村振兴号召的积极行动。同时,要高度肯定并积极宣传大学生投身乡村建设的重要性与紧迫性,形成支持与鼓励大学生返乡入乡创业的积极文化语境,清除观念上的障碍,为大学生返乡入乡创业提供强有力的思想支撑。第二,高校应引领大学生职业生涯规划与乡村振兴战略接轨。首先,要推动吃俸禄、事业编、跳农门等传统择业观转型,引导大学生结合个人兴趣、志向追求、自我价值、社会贡献等进行职业规划。其次,高校应发挥职业生涯规划引导与创业教育合力,紧扣乡村振兴这个时代命题,通过多元化的宣传教育手段,生动展现乡村发展的无限可能,鼓励大学生以国家复兴和乡村振兴为己任,实现个人价值与社会贡献的统一。

(四)优化乡村创业多元环境,增强乡村创业吸引力

乡村舒适、安全的环境及其所能提供的生产获取是形成乡村依恋的基础^[44]。因此,创业政策支持与乡村建设需协同发力,为大学生提供更加优良的创业环境、生活环境以及更加便利的经济生产条件,从而提升乡村创业的吸引力,强化乡村依恋、激发创业意愿,让大学生返乡入乡创业“引得来”“留得住”。第一,加大大学生返乡入乡创业政策扶持力度。首先,完善大学生返乡入乡创业优惠政策。如地方政府可以采取提供场地支持、简化落户流程、实行税收减免、给予金融支持等政策措施吸引大学生投身乡村创业。其次,完善大学生返乡入乡创业保障政策。政府要建立对大学生返乡入乡创业的持续跟踪机制,动态评估企业需求并适时提供帮扶;助力大学生在乡创立企业的成果宣传与推广,提高大学生在乡创业的社会声望;建立科学合理的创业风险消解与分担机制等。第二,推进乡村设施、文化、产业建设,全面优化乡村环境。首先,完善乡村基础设

施建设。地方政府要推进乡村交通、用电、卫生等物质环境的改善,减轻大学生返乡入乡后的生活条件落差感;加强对乡村医疗、教育、社会保险等公共服务项目的保障,补齐乡村地区的短板,提升乡村生活质量。其次,重振乡土文化。政府、高校、社会需联动关注农村地区物质不发达背后的技能滞后、精神单一和文化缺位,持续提升乡村本土人才素质,丰富其精神生活,促进其技能提升,为大学生乡村创业提供更有效的本土支持。同时,充分利用现代科技赋能乡村产业,打造智慧农业、绿色经济和生态旅游等新型产业,让大学生看到乡村发展的广阔前景,从而激发大学生返乡入乡创业的热情,实现个人成长与乡村振兴的双向赋能。

参考文献:

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报,2022-10-26(1).
- [2] AJZEN I. The theory of planned behavior[J]. *Organizational behavior and human decision processes*,1991(2):179-211.
- [3] 彭鹏,候佳萌. 乡村振兴背景下促进高校毕业生农村就业创业的对策研究[J]. *经济纵横*,2021(12):123-128.
- [4] 吴书新,刘洋. 乡村振兴背景下大学生返乡创业意向研究——基于修正的 TPB 模型[J]. *河北师范大学学报(教育科学版)*,2023(5):95-103.
- [5] 蔺海洋,左谢兴,刘碧华. 农村籍大学生返乡创业意愿的驱动路径——基于复杂适应系统理论的 fsQCA 组态探索[J]. *大学教育科学*,2024(1):66-76.
- [6] 张蕾,刘晓旋. 返乡的理性与非理性——城市外来大学毕业大学生的返乡意愿及其影响因素研究[J]. *中国青年研究*,2012(2):56-61.
- [7] 潘炳超,陆根书. 高校创业教育与大学生创业意向和创业自我效能的关系研究[J]. *复旦教育论坛*,2020(5):47-54.
- [8] 朱红,张优良. 北京高校创业教育对本专科生创业意向的影响机制——基于学生参与视角的实证分析[J]. *清华大学教育研究*,2014(6):100-107.
- [9] 毋靖雨. 乡村振兴战略中大学生创业胜任力的结构模型与培育策略[J]. *黑龙江高教研究*,2021(4):6-12.
- [10] 徐菊,陈德棉. 创业教育对创业意向的作用机理研究[J]. *科研管理*,2019(12):225-233.
- [11] 黄忠东,陶媛. 创业教育与创业情感:研究综述及展望[J]. *江苏高教*,2021(12):40-51.
- [12] 何淑贞,龚英翔. 创业政策影响大学生创业意愿的机制研究:一个有调节的中介模型[J]. *高教探索*,2022(2):113-121.
- [13] 陈婷,陈忠暖,黄梦真,等. 新市民乡村依恋与乡村特性的关系研究——以大学生为例[J]. *华南师范大学学报(自然科学版)*,2018(6):75-81.
- [14] WILLIAMS D R,VASKE J J. The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach [J]. *Forest science*,2003(6):830-840.
- [15] 徐虹,周泽鲲. 气味景观感知对乡村地方依恋的影响机制研究——兼论怀旧的中介作用[J]. *人文地理*,2020(4):48-55.
- [16] 黄剑锋,金红燕,陆林,等. 旅游本真性对旅游者地方依恋的影响研究——目的地形象和 risk 感知的作用[J]. *旅游学刊*,2020(12):38-51.
- [17] 王芳,薛涛,王婷,等. 抗疫音乐视频中的地方意象对潜在旅游者地方依恋与行为意愿的影响[J]. *西南大学学报(自然科学版)*,2020(9):14-25.
- [18] 王婷,吴必虎,王芳,等. 重大疫情下潜在旅游者风险承受力对出游意愿的作用机制[J]. *西南大学学报(自然科学版)*,2020(9):1-13.
- [19] 戴旭俊,刘爱利. 地方认同的内涵维度及影响因素研究进展[J]. *地理科学进展*,2019(5):662-674.
- [20] 古丽扎伯克力,辛自强,李丹. 地方依恋研究进展:概念、理论与方法[J]. *首都师范大学学报(社会科学版)*,2011(5):86-93.
- [21] HUANG Y M,LOU S J,HUANG T C,et al. Middle-aged adults' attitudes toward health app usage: A comparison with the cognitive-affective-conative model[J]. *Universal access in the information society*,2019(3):927-938.
- [22] 黄海平. 返乡青年回嵌乡镇:双重理性、城乡推力与生产重建[J]. *青年探索*,2023(3):33-43.
- [23] 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(3):36-46.
- [24] 梁春晓,沈红. 创造力对创业意愿的影响研究——城乡大学生的比较[J]. *科技管理研究*,2021(9):77-83.
- [25] 王乐,张乐. 为什么上大学——乡村学生“离土”选择的教育发生考察[J]. *教育研究*,2021(11):107-118.
- [26] 杜晶晶,王晶晶. 创业教育对大学生创业意向影响的实证研究[J]. *高校教育管理*,2015(5):113-119.
- [27] SOUITARIS V,ZERBINATI S,AL-LAHAM A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning,inspiration and resources[J]. *Journal of business venturing*,2007(4):566-591.
- [28] CHEN N C,DWYER L,FIRTH T. Conceptualization and measurement of dimensionality of place attachment[J]. *Tourism a-*

- nalysıs,2014(3):323-338.
- [29] THOMPSON E R. Individual entrepreneurial intent:Construct clarification and development of an internationally reliable metric[J]. Entrepreneurship theory and practice,2009(3):669-694.
- [30] 熊红星,张璟,叶宝娟,等. 共同方法变异的影响及其统计控制途径的模型分析[J]. 心理科学进展,2012(5):757-769.
- [31] 中国青年创业就业基金会,泽平宏观. 中国青年创业发展报告(2022)[R/OL]. [2023-11-10]. <http://www.yee.org.cn/qy-wtzzg/202302/P020230216391280142325.pdf>.
- [32] 李明,么加利,张健,等. 基于内源性机制的我国乡村发展新问题与新实践——以西南民族地区乡村振兴为例[J]. 贵州民族研究,2021(6):96-101.
- [33] 赵锦山. 城乡生源地、高校层次与大学生职业获得研究——基于17所高校2768名大学毕业生的实证[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版),2015(5):76-82.
- [34] 王霆. 大学生高质量就业的影响机制研究:人力资本与社会资本的视角[J]. 高教探索,2020(2):108-114.
- [35] 沈楚楚,许明星,张迅捷,等. 大学生“双创”项目成功者的决策偏好探索[J]. 苏州大学学报(教育科学版),2021(1):98-107.
- [36] CODURAS A, URBANO D, ROJAS Á, et al. The relationship between university support to entrepreneurship with entrepreneurial activity in Spain: A gem data based analysis[J]. International advances in economic research, 2008(4):395-406.
- [37] 黄江泉. 主体性视角下大学生返乡创业角色化形成的现实考量及路径[J]. 黑龙江高教研究,2020(9):111-116.
- [38] 何慧丽,苏志豪. 返乡青年何以返乡?——基于主体性视角的考察[J]. 贵州社会科学,2019(10):72-78.
- [39] 白凯. 乡村旅游地场所依赖和游客忠诚度关联研究——以西安市长安区“农家乐”为例[J]. 人文地理,2010(4):120-125.
- [40] 黄颖,张淑林,古继宝. 创业教育对专业学位研究生创业意愿影响研究[J]. 研究生教育研究,2017(1):36-42.
- [41] 丁京. 从“离土”到“入乡”:农村青年精英反向流动的空间逻辑[J]. 中国青年研究,2022(8):76-84.
- [42] 黄巨臣,焦晨东. 地方高校参与乡村振兴的“多重嵌入”路径[J]. 湖南师范大学教育科学学报,2022(6):60-67.
- [43] 徐进,李小云.“人才回乡”:乡村人才问题的历史叙事与现实遭遇[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版),2022(6):155-164.
- [44] 徐雅倩,王刚.“流动”的乡情:农民流动性、收入公平感与乡村地方依恋[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版),2021(11):197-204.

Impact Mechanism of Entrepreneurship Education in Universities on College Students' Willingness to Return to Start Businesses in Rural Areas: Based on Moderated Mediation Test

WU Yelin, XU Han

(Faculty of Education, Southwest University, Chongqing 400715, China)

Abstract: College students returning to and starting businesses in rural areas is a strategic initiative for China's rural revitalization while "willingness" is a prerequisite for college students to be able to go back and stay. Entrepreneurship education in universities is a feasible path to activate college students' willingness to return to and start businesses in rural areas, as well as to shape their capabilities for such endeavors. A questionnaire survey was conducted on 907 college students from five provinces using the Entrepreneurship Education Scale, Rural Attachment Scale, and the Willingness to Return-to-and-Start-Businesses-in-Rural-Areas Scale. The results showed that the willingness of college students to return to and start businesses in rural areas is at a moderate level. But the willingness of rural college students was higher. Entrepreneurship education can directly influence college students' willingness to return to and start businesses in rural areas, and indirectly through the mediating effect of rural attachment. The place of origin can regulate the direct predictive effect of entrepreneurship education on college students' willingness to return to and start businesses in rural areas, as well as the mediating effect of rural attachment. To enhance the willingness of college students to return to and start businesses in rural areas, it is necessary to strengthen the strategic guidance of rural revitalization, highlight digital empowerment and practical integration, and optimize the training model for rural entrepreneurial talents. The embedding mechanism of rural sentiment needs to be improved to provide a mental prerequisite for rural attachment. Efforts are also needed to break through the constraints of traditional career choices and reshape the symbolic meaning of returning to and starting businesses in rural areas in the new era. Additionally, strategies should aim to optimize the rural entrepreneurial environment and increase the appeal of rural entrepreneurship.

Key words: entrepreneurship education in universities; return to run businesses in rural areas; willingness to run business; rural attachment; place of student source

责任编辑 蒋秋
网 址: <http://xbbjb.swu.edu.cn>