

浅析乡村振兴与大学生创新创业的融合发展之路

陈桂谊

广西电力职业技术学院

[摘要]创新创业是解决就业问题的良策，在大众创业、万众创新的新势下，选择自主创业的大学生呈现增长趋势，然而大学生自主创业比例仍比较低，解决就业形势严峻的问题仍任重而道远。乡村振兴战略作为国家发展战略，提出了党和政府的工作重点议程以来，所引发了一场建设农村大潮，这不仅仅是为了为我国农村提供了更多发展机会，也给大学生下乡双创带来了许多机遇。笔者基于广西电力职业技术学院和广西国际商务职业技术学院的调研，得出乡村振兴与大学生创新创业融合发展中存在的主要问题，并从政府、高校、大学生、社会四个角度给出意见，以期对乡村振兴与大学生创新创业的融合发展有所启示。

[关键词]乡村振兴；大学生；创新创业

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.354

一、乡村振兴与大学生创新创业融合发展的背景

（一）中央文件鼓励二者的融合发展

从中央政府到地方政府，发布了许多文件推进大众创业、万众创新，因此创新创业已成为理论界和实践部门的热点，这也反映了党中央对农村、农业、农民问题的高度关注。为使三农问题得到更好的促进与解决，国家出台对农村发展与大学生创新创业等有关政策，给其发展带来了巨大机会。

（二）大学生就业难

大学生区域扎堆现象严重，导致许多地区人才供过于求，诸如“毕业即失业”“大学生就业难”“史上最难就业季”等言论四起，使得大学生就业难成了全社会关注的问题。尽管国家不断出台相关政策鼓励大学生进行自主创业，但目前中国大学生创业尚处在起步阶段，自己创业的人数并不多，占大学生数量的比重也不大。在乡村振兴战略的背景下，大学生如果能在农村进行双创，则既规避了热门地区的就业高峰，减轻了自身就业压力，又培养了奋斗精神，施展自我能力，实现了自我价值，且新农村将为大学生的创业带来了不少机遇，如大学生可以利用自身知识与技能到农村发展旅游产业，挖掘具有地方特色的区域文化，树立乡村文化旅游品牌，吸引更多的人到农村旅游，旅游“反哺”农业，从而带动农村经济发展。

（三）乡村振兴需要人才振兴

我国城镇化进程不断加快，城市充满了机遇和希望，人才吸引力持续上升。多数农村的年轻人人都往城里跑，他们或读书或打工挣钱，期待立足于繁华的都市，城市把这些年轻，精力旺盛，文化水平和综合素质较高的“精英”留了下来。留守居民多为初中及以下文化水平，知识储备不足。而大学生有文化，理解能力较强，对新事物敏感并善于接受新事物，积极探索，敢于创新，且能较为熟练地运用互联网技术。倘若大学生能在农村进行双创，将弥补农村人才短缺的现状，还可以促进农民思想观念的转变。大学生借助互联网技术，优化推进农村的建设工作，也让乡村更智慧，发展的机会越来越多，更多在外的“精英”们就会产生返乡创业，为家乡建设做出一番贡献的想法。

二、乡村振兴与大学生创新创业融合发展中存在的主要问题

为获知大学生创新创业的现状，下一步给出科学、合理的对策建议提供依据，笔者对广西电力职业技术学院和广西国际商务职业技术学院的师生进行了调查，根据调查结果显示，可以发现乡村振兴与大学生创新创业融合发展中存在以下几个主要问题。

（一）政策执行与宣传工作不到位

国家颁布了很多政策支持大学生创业，数量可观，但实际实施情况有待改善。笔者从学院老师那里了解到，学生对政府出台的创新创业相关政策不够了解，政策出台与落实环节存在脱节情况，说明政策在学生当中宣传不到位。此外，一部分学生反映政府扶持资金申请涉及部门比较多，审批流程不够简便，因而不愿意去申请一些创业资金，资金支撑不足，则会削弱学生对创业的积极性。

（二）乡村留不住人才

国家出台了很多政策支持大学生下乡创业，大学生返乡双创的趋势在爬升，但一部分学生是将下乡双创作为跳板，服务期满后真正留在农村就业创业的人少之又少，如：下乡就业可以积累基层工作经验，为以后考公务员做铺垫，且乡村环境较为艰苦，生活方式和思维观念有较大差距，所以实际上一部分人并不想真正扎根于此，人才流失率高。

（三）高校授课方式有待提高

广西电力职业技术学院和广西国际商务职业技术学院均开设有创新创业类课程，让学生可系统地掌握创新创业知识，但有35.99%的学生在“您对学院目前开设的有关创新创业的课程是否满意？”这一问题上选择了“一般”选项，对于“您对学院为在校学生开设创新创业课程的态度如何？”这一问题3.5%的学生表示反对，感觉没什么用，14.49%的学生则认为无所谓，可见一部分学生觉得自己在该类课程上学得欠好或对讲堂教学不满意或自己压根不想学习此类知识。

（四）大学生缺乏下乡进行双创的动力

国家虽然出台了许多相关政策文件鼓励大学生到农村就业

创业,但调查中发现95.06%的学生表示自己毕业后会到城市工作,农村经济发展水平相对落后,条件较为艰苦(54.27%)、缺乏好的创业项目(52.76%)是阻碍他们到农村发展的至关重要因素。仅有4.94%的学生毕业就业意向去向为农村,且在这约5%的比例中有农业户口的学生占多数,为家乡建设做出一番贡献(54.84%)及家人需要照顾(38.71%)成了他们返乡创新创业的重要原因。此外,高校毕业生实现自主创业的实际人数不多,每一年约占毕业生总数的3%,由此看来,我国高校毕业生本身的创业意识不足。

(五) 大学生能力不足

调查中发现,35.18%的学生因为对农村情况和农村需求不甚了解而不愿意到农村就业或创业,这其中多数学生为农村户口(农村户口的学生占据总调查学生人数的83.92%),从农村走出来的学生尚且对农村情况了解不足,更别说成长在城市里的孩子了。50.25%的学生因为专业不对口,缺乏必要的经营管理知识,不愿意到农村进行双创。空有理想和抱负,缺少农村生活和生产经验、管理知识和技能,使得大学生的农村双创发展之路受阻。

三、乡村振兴与大学生创新创业融合发展的对策建议

(一) 推进政府政策宣传落实工作

一方面,政府要创新宣传载体,拓宽宣传渠道,通过各种形式大力宣传推出的政策、给予的优惠措施,扩大政策知晓度,打通政策落地“最后一公里”,把信息及时提供给大学生,推动政策执行到位;另一方面,尽量削减不必要的审批制度,简化行政办事程序,切实提高行政效率,既能避免大学生因繁杂程序产生挫败感,又能够在一定程度上让大学生体会到政府支持其下乡创业的真诚,起到激励的作用。

(二) 发挥高校的引导和支持性作用

调查显示,48.25%学生最希望通过自我实践途径获取创新创业知识和技能,24.04%的学生则希望学院开设“企业家进校园”等系列讲座,学院可进一步开发创新创业教育的师资、教学环境的建设,将教师讲授与学生自我实践相结合,校内开展创业大赛,校外与一些乡村企业合作共同搭建创新创业实践平台,定期邀请知名企业为学生开展专题讲座,与学生进行交流。通过这些方式营造浓厚的校园创新创业文化氛围,推动大学生乡村就业创业观念的转变,切实提高大学生创新创业的意识和技能。

(三) 营造支持大学生下乡双创的社会环境

要将知识内化为能力需要进行实践。很多用人单位奉行“拿来主义”的用人观,不愿意招收实习生,因为他们需要为人才的培养付出时间和精力,而培养出的人才最终并不一定会留下来,所以他们并不乐意花费代价去培养。但无论是在校的大学生还是刚毕业的大学生往往缺乏工作经验,动手能力较

弱,相关乡村企业应该为大学生提供进行实践和实习的机会,为大学生了解农村建设提供窗口。社会各界媒体应加大对“大众创业,万众创新”重要性宣传引导,报导大学生下乡创业的先进典型案例,鼓励大家从中汲取正能量为其点赞,从而营造出鼓励大学生下乡双创的社会氛围。

(四) 转变大学生自身的就业观念

大学生需明白乡村振兴任重而道远,中国是一个农业大国,三农问题关系到国家富强、民族复兴、社会稳定,建设新农村不仅仅只是政府和农民的事,而是包括自己在内中国所有公民的事情。大学应转变就业观念,根据自身爱好参加各类创新创业大赛等实践活动,锻炼自身在沟通、说服、组织等方面的能力,平时打好基础课根基、学习好本专业课的同时提高自己的动手和实战能力。假以时日,能够结合自身所学的专业,发挥自身的专长到乡村发光发热,为乡村发展贡献自己的一份力量。

结语

一定要把乡村振兴与大学生创新创业的融合发展这件事当成一件很重要的事并且去认真对待,因为大学生下乡双创不仅能够有效缓解就业压力,而且能加快推进农村基础设施的建设和完善,引领当地农民走上发家致富的道路,推进新农村建设。政府、高校、社会应加强联系与合作,各司其职,将政策优惠真正落实,积极为大学生营造创新创业的良好环境,不断建立健全长效机制,相信会有越来越多的大学生下乡创新创业,造福农村。

参考文献

- [1] 黄丹粟. 乡村振兴背景下大学生创新创业路径探究[J]. 科技风, 2021(31): 169-170+195.
- [2] 王晓静, 樊蕊, 王赛, 白贵玉. 大学生创业现状调查及能力提升策略[J]. 创新与创业教育, 2020, 11(06): 128-132.
- [3] 涂圣伟. 脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接: 目标导向、重点领域与关键举措[J]. 中国农村经济, 2020(08): 2-12.
- [4] 李梅, 姚碧玲. 大学生志愿服务乡村振兴的意愿研究——以金华地区高校为例[J]. 教育现代化, 2019, 6(52): 138-140.
- [5] 张素杰. 新时代地方高校助力乡村振兴战略的着力点探析[J]. 北京农业职业学院学报, 2019, 33(02): 69-73.
- [6] 张菁. 大学生创新创业与乡村振兴融合发展路径探索——评《农业创业理论与实践研究》[J]. 中国瓜菜, 2020, 33(08): 109.
- [7] 王萍, 蒙榴. 大学生创新创业与乡村振兴融合发展路径探索[J]. 现代营销(信息版), 2020(01): 96-97.