第 18 卷第 5 期 2018 年 9 月
西北农林科技大学学报(社会科学版)
Journal of Northwest A&F University(Social Science Edition)
Vol. 18 No. 5 Sep. 2018

农村电商人才胜任力模型构建
——以川陕地区为例

张 鸿[1],杜 童[1],任少军[1],昝梦莹[2]

(1. 西安邮电大学 经济与管理学院,西安 710121;
2. 西北农林科技大学 经济管理学院,陕西 杨凌 712100)

摘 要:数字经济时代,电商促进了区域经济协调发展,人才为缩小数字鸿沟提供了智力支持。运用文献研究法、行为事件访谈法提取农村电商人才胜任力模型要素,对川陕地区农村电商示范县中的电商从业者进行了调研,并通过探索性因子分析及验证性因子分析进行模型检验,构建了农村电商人才胜任力模型。模型包括外显的经营能力、基础能力、从业知识 3 个维度,以及内隐的职业素养、个人品质 2 个维度。基于农村电商人才胜任力模型,从培养机制、培训体系、绩效考核体系以及薪酬管理体系 4 个方面为农村电商人才培养提出相应建议。

关键词:数字经济;农村电商;胜任力模型;电商人才

中图分类号:F325.2 **文献标识码**:A **文章编号**:1009-9107(2018)05-0055-08

引 言

十九大报告指出,数字经济正成为一种新的经济形态,成为国家经济稳定增长的主要推动力。《世界互联网发展报告 2017》显示,我国数字经济规模总量达到 22.58 万亿元,居全球第 2 位,占 GDP 的 30.3%[1]。由于信息化程度及经济发展水平等因素的差异,国内数字经济发展存在区域不平衡,区域间存在数字经济鸿沟。近年来,作为数字经济业态的电子商务发展迅猛。截止 2017 年上半年,电子商务已进驻农村综合示范县中的国家级贫困县。当年其平均网络零售额 1.3 亿元,同比增长 67.7%,是全国贫困县平均水平的 2.2 倍[2]。通过发展农村电子商务,不仅创新了农产品交易方式,而且优化了资源配置、调整了经济结构、促进了产业兴旺。推动数字经济协调发展,已成为实施乡村振兴战略,发展乡村经济的重要力量。

由于农村较为落后的区域产业基础和经济文化环境阻碍了人才流入和发展,加之农村电商企业准入标准低,缺乏人才意识,导致农村电商人才匮乏。农村电商的快速发展与人才供应不足之间的矛盾日益凸显,人才匮乏已经成为农村电商发展缓慢的重要制约因素[3-5],未来两年县域网商对电商人才的需求量将超过 200 万人[6]。目前,因观念及文化水平限制,传统农民难以在短时间向知识化、专业化、职业化的新型职业农民转变。由于落后地区师资缺乏,以及农村电商从业者成长的支撑体系和可操作的培训效果评价体系还不完善,致使农村电商人才培养不能系统化持续实施。因此,补齐人才需求缺口,强化农村电商人才培养显得尤为重要。充分挖掘农村电商人才的潜质,构建农村电商人才胜任力模型,并基于模型提出农村电商人才培育途径,为农村电商人才培养计划的制定及绩效考核提供参考依据,为建立信息化、专业化的农村电商人才队伍助力是本研究的目的。

收稿日期:2018-01-04 DOI:10.13968/j.cnki.1009-9107.2018.05.08

基金项目:国家社会科学基金项目(16BXW080);陕西省面向"十三五"重大理论和现实问题研究项目(2016ZDA10);陕西省软科学研究计划项目(2017KRM153);陕西省教育厅重点项目(17JZ062)

作者简介:张鸿(1961-),男,西安邮电大学经济与管理学院教授,主要研究方向为电子商务、产业经济学。

一、相关研究

近年来，随着农村电商的迅猛发展，电商人才培养成为学界关注的重点。朱品文认为思维意识、技术知识、营销能力、平台操作是农村电商人才培训的重点，可通过政企联合、现场指导提高农村电商从业者能力[7]。朱世友提出农村电商物流人才十分缺乏，可通过政府引导、创业示范、专业培训三方面加强农村电商物流人才培养[8]。杨永超提出必须建立和完善农村电商专业人才培养体系，培养具备互联网思维、自组织性、创新意识、文化理念的专业型人才[9]。培养农村电商人才首先要分析其应具备的“胜任力”。胜任力概念最早由 McClelland 提出，他认为胜任力是指能将某一工作中绩效优秀者与平庸者区分开来的个人深层次特征，包括潜在的动机、特质、自我形象以及外显的知识、技能，由此构成五维胜任力结构，即冰山模型[10]。基于此概念，国内外部分学者对职业农民电商人才的胜任力进行了积极探讨，并取得一定研究成果。王乐杰等通过层次分析法与专家访谈法构建了包括基本素质、经营能力、职业认同、生态素质在内的四维度新型职业农民胜任力模型[11]。毛翠云等构建了包括战略胜任力、概念胜任力、网络技能、关系胜任力、知识和品质胜任力、机会胜任力在内的六维度25个指标的网上创业者胜任要素体系，并确定了各级指标权重，提出注重网络技能及沟通能力才能提高创业绩效[12]。Y Wu 等提出农业信息化发展与新型农民的培育相辅相成，提出建立适应农业信息化的新型职业农民培训体系[13]。李君等构建了包括人际公关、职业认同、农业知识技能、个性心理、创业创新和学习发展在内的六维度胜任力模型，并运用德尔菲法对一级指标和和二级指标进行赋权[14]。苏敏肖等以河北省为例，通过问卷调查及因子分析构建了农业素质、基本能力、品质特征、经营管理素质、行业素养五维的新型职业农民的胜任力模型，并提出新型职业农民素质的提升路径[15]。王静怡结合江苏农村的发展现状，提出农村电商人才需要具备电子商务相关技术及操作能力，了解农村经济及农产品情况，同时要具备流通现代化人才的素质。由此提出与高校建立人才对接机制、提升农村待遇、加强现有人员技能培训的农村电商人才培养策略[16]。周劲波等通过因子分析构建了包括执行能力、心理特质、思维能力、知识资本、个人品行在内的五维度的农村电商创业胜任力模型[17]。

现有研究存在的问题是：缺少针对农村电商人才的胜任力研究，缺少对农村电商人才针对性的培养建议。因此本文拟从职业生涯规划的角度出发，采用文献分析法、行为事件访谈法及问卷调查法构建具有区域特征的农村电商人才胜任力模型，以期对培养农村电商人才、提高农村电商从业者素质、建设农村高素质人才队伍起到一定促进作用，并为农村电商人才培养提供理论与决策依据。

二、农村电商人才胜任力模型构建

(一)胜任力要素选取

本文综合分析相关文献资料，筛选出22项农村电商人才胜任力要素。运用行为事件访谈法对川陕地区30名优秀农村电商从业者进行半结构化访谈，通过访谈对象对成功及失败案例进行描述，在原有基础上新增2项胜任力要素，分别是优秀涉农产品发掘能力、农村电商团队管理能力。最后通过咨询农村电子商务领域专家，对筛选指标进行适当修改。最终，通过文献分析及访谈结果确定了农村电商人才胜任力的24项胜任力要素(见表1)。

表1 农村电商人才胜任力要素体系

编号	要素	编号	要素
Q_1	电商运营知识	Q_{13}	职业荣誉感
Q_2	网络营销知识	Q_{14}	创新意识
Q_3	生态农业知识	Q_{15}	正直诚信
Q_4	优秀涉农产品发掘能力	Q_{16}	坚韧不拔
Q_5	快速学习能力	Q_{17}	公平负责
Q_6	抗压能力	Q_{18}	自信乐观
Q_7	互联网思维	Q_{19}	农产品品牌推广能力
Q_8	多方沟通能力	Q_{20}	农村电商团队管理能力
Q_9	法律政策知识	Q_{21}	农村电商资源整合能力
Q_{10}	服务农村意识	Q_{22}	农产品数据统筹运用能力
Q_{11}	电商平台操作能力	Q_{23}	“上下行”流通协调能力
Q_{12}	农产品及文化认知	Q_{24}	市场机会识别能力

(二)问卷调研

1.问卷设计。调研问卷分为两部分。为提高样本代表性，调研对象必须来自川陕地区111个国家

级电子商务进农村综合示范县,且为农村电子商务从业者,因此调查问卷的第一部分设计了包括年龄、学历、工作地等问题,以便后续进行样本筛选。问卷第二部分为测量农村电商人才胜任力要素体系中各指标的重要程度,问卷采用 Likert 五级量表法进行问题设计,其中 5、4、3、2、1 分别代表非常重要、较为重要、一般重要、不太重要、不重要。

2.数据收集。为提高问卷调研的有效性及准确性,本研究先发放 50 份问卷进行预调研,然后针对调研中发现的问题对有关项目进行了修改,确定了正式调研问卷。正式调研在 2017 年 11－12 月进行。问卷分为在线问卷和线下问卷两种形式,在线问卷通过第三方问卷调研平台、农村电子商务交流群等途径发放,线下调研通过书面及访谈的形式进行。共发放问卷 325 份,回收有效问卷 292 份,有效率为 89.8%,有效调研问卷样本来自陕西、四川两省。其中 57.53%来自陕西,42.47%来自四川。年龄为 29～50 岁居多(58.56%),学历以大专或本科为主(62.33%)。

3.问卷检验。采用同质性检验法对回收的有效问卷数据进行分析,以检验问卷可靠程度。同质性检验包括各个题目与问卷量表总分的相关性、在量表共同因素的负荷量以及整个量表内部一致性信度检验。通过积差相关法求量表总分与各题目相关关系(见表 2)。由表 2 可得,各题目与量表总分的相关系数均大于 0.4,表明各题目与整体量表关系密切,考虑保留所有题目,公因子方差检验问卷是否能够有效解释各题目间的差异,各题目在共同因素上具有一定负荷量,表 3 所示。

表 2　各题目与量表总分相关系数

编号	相关系数	编号	相关系数
Q_1	0.529	Q_{13}	0.580
Q_2	0.556	Q_{14}	0.617
Q_3	0.499	Q_{15}	0.490
Q_4	0.604	Q_{16}	0.531
Q_5	0.599	Q_{17}	0.541
Q_6	0.588	Q_{18}	0.587
Q_7	0.642	Q_{19}	0.727
Q_8	0.638	Q_{20}	0.659
Q_9	0.482	Q_{21}	0.683
Q_{10}	0.627	Q_{22}	0.659
Q_{11}	0.590	Q_{23}	0.616
Q_{12}	0.670	Q_{24}	0.681

表 3　公因子方差

指标	公因子方差	指标	公因子方差
Q_1	0.760	Q_{13}	0.717
Q_2	0.751	Q_{14}	0.715
Q_3	0.747	Q_{15}	0.708
Q_4	0.746	Q_{16}	0.732
Q_5	0.713	Q_{17}	0.753
Q_6	0.648	Q_{18}	0.707
Q_7	0.775	Q_{19}	0.727
Q_8	0.755	Q_{20}	0.727
Q_9	0.693	Q_{21}	0.731
Q_{10}	0.684	Q_{22}	0.679
Q_{11}	0.753	Q_{23}	0.661
Q_{12}	0.751	Q_{24}	0.708

由表 3 知问卷数据中 24 个题目的公因子方差都高于 0.6,说明原始测量变量被共同因素说明的程度较高。样本信度检验通过克隆巴赫 Alpha 系数检验,结果表明克隆巴赫 Alpha 系数为 0.923＞0.8,问卷样本具有较高信度,各指标内部有较高一致性。因此,问卷中的各项题目设置科学合理。

(三)探索性因子分析

1.信度及效度检验。本研究运用 SPSS23.0 软件对回收的 5%有效问卷调研数据进行探索性因子分析,目的是运用少数因子反映原始变量大部分信息。对被测样本数据进行效度检验,KMO 值为 0.829,大于 0.7,符合标准。巴特利特球形度检验的显著性水平 $sig=0.000$,远小于 0.05,结果十分显著,被测样本隆巴赫 Alpha 系数值为 0.834,大于 0.8,且在所有公因子上的因子负荷量都高于0.6,说明每个指标至少在一个公因子上有较大载荷,在其他公因子上负荷较小。因此样本数据适合进行因子分析。

2.提取胜任因子。对有效数据进行主成分分析,通过最大方差法输出旋转后的解,提取特征值大于 1 的因子。结果显示 SPSS 软件共抽取 5 个公因子,累计贡献率为 73.586%,因此提取的 5 个公因子能较好的解释 24 个胜任要素的含义。得到的旋转后的成分矩阵见表 4。

为进一步探索数据有效性及可靠性,对探索性因子分析后提取的 5 个公因子分别进行信度检验,检验结果显示,5 个公因子的克隆巴赫 Alpha 值在 0.88～0.917 之间,已达到理想状态。根据公因子胜任力要素的内容,将公因子按表 4 中顺序依次命

名为经营能力、职业素养、基础能力、从业知识及个人品质。

表4 旋转后的成分矩阵

要素	成分				
Q_{19}	0.884				
Q_{20}	0.864				
Q_{23}	0.824				
Q_{21}	0.820				
Q_{24}	0.813				
Q_{22}	0.789				
Q_{7}		0.893			
Q_{10}		0.862			
Q_{13}		0.847			
Q_{12}		0.844			
Q_{14}		0.842			
Q_{11}			0.862		
Q_{4}			0.853		
Q_{8}			0.838		
Q_{6}			0.802		
Q_{5}			0.784		
Q_{1}				0.891	
Q_{2}				0.884	
Q_{3}				0.858	
Q_{9}				0.825	
Q_{17}					0.865
Q_{15}					0.863
Q_{16}					0.857
Q_{18}					0.829

(四)验证性因子分析

1.一阶验证性因子分析。本研究通过探索性因子分析建立了5个维度的农村电商人才胜任力模型,为检验构建模型的拟合程度是否符合标准,通过AMOS统计软件进行分析,用以验证农村电商人才胜任力模型。通过选取其余50%的有效样本数据于结构方程模型中。农村电商人才胜任力模型验证性因子分析拟合度指标及标准化估计后的一阶验证性因子分析模型见表5、图1。

表5 一阶因子模型拟合度指标

	χ^2/df	*GFI*	*AGFI*	*NFI*	*IFI*	*CFI*	*RMSEA*
理想值	<3	>0.9	>0.8	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08
测量值	1.406	0.849	0.813	0.872	0.959	0.959	0.053

表5中,χ^2/df、*AGFI*、*IFI*、*CFI*、*RMSEA*均达到推荐值,*GFI*、*NFI*略小于推荐值,但仍然处于可接受范围[0.7,0.9)内,因此农村电商人才胜任力模型拟合程度较好[18-23]。由图1可知,经营能力、职业素养、基础能力、从业知识、个人品质5个维度中存在两两相关。经营能力与其余4个维度的相关系数均在0.75以上,说明职业素养、基础能力、从业知识、个人品质对经营能力都存在显著的潜在效果,因此职业素养、基础能力、从业知识及个人品质的提升均可潜在提高农村电商人才的经营能力,其中经营能力与职业素养间相关系数最高为0.83,说明随着经营能力的提升,职业素养提升最为明显,同时职业素养的提升对经营能力也有明显的提升效果。该一阶验证性因子分析中,5个因子两两间的相关系数均大于0.6,理论上存在二阶因子结构,可在此基础上构建二阶因子模型,从而验证模型假设。

2.二阶验证性因子分析。在已经通过验证的含有5个因子的农村电商人才胜任要素一阶因子模型基础上抽取二阶因子。二阶验证性因子分析结构模型各项拟合度指标及标准化估计后的二阶验证性因子分析模型见表6、图2。

表6 二阶因子模型拟合度指标

	χ^2/df	*GFI*	*AGFI*	*NFI*	*IFI*	*CFI*	*RMSEA*
理想值	<3	>0.9	>0.8	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08
测量值	1.418	0.844	0.810	0.869	0.957	0.957	0.054

二阶因子模型的拟合度指标中,7项拟合度指标除*GFI*(0.844)及*NFI*(0.869)略低于理想值,其余各项指标均达到理想值,二阶模型的子模型与样本数据拟合度较好。回归系数由大到小分别为经营能力0.96、职业素养0.85、基础能力0.84、个人品质0.84,从业知识0.81、因此经营能力是农村电商人才胜任要素中的核心维度,说明农村电商人才胜任力受经营能力的影响最大,其次是职业素养,再次是基础能力和个人品质,最后是从业知识。在经营能力中各要素标准路径系数最大为Q_{21},说明农村电商资源整合能力对经营能力影响最大。在职业素养中Q_{12}的标准路径系数最高,因此农产品及文化认知对职业素养影响最大。基础能力中,多方沟通能力标准化系数最大,其对基础能力影响最大。同理,对从业知识影响最大的为电商运营知识,对个人品质影响最大的为坚韧不拔。二阶验证性因子分析结果表明模型中5个潜变量对同一个高阶因子有直接作用,该高阶因子即为本研究的农村电商人才胜任要素。

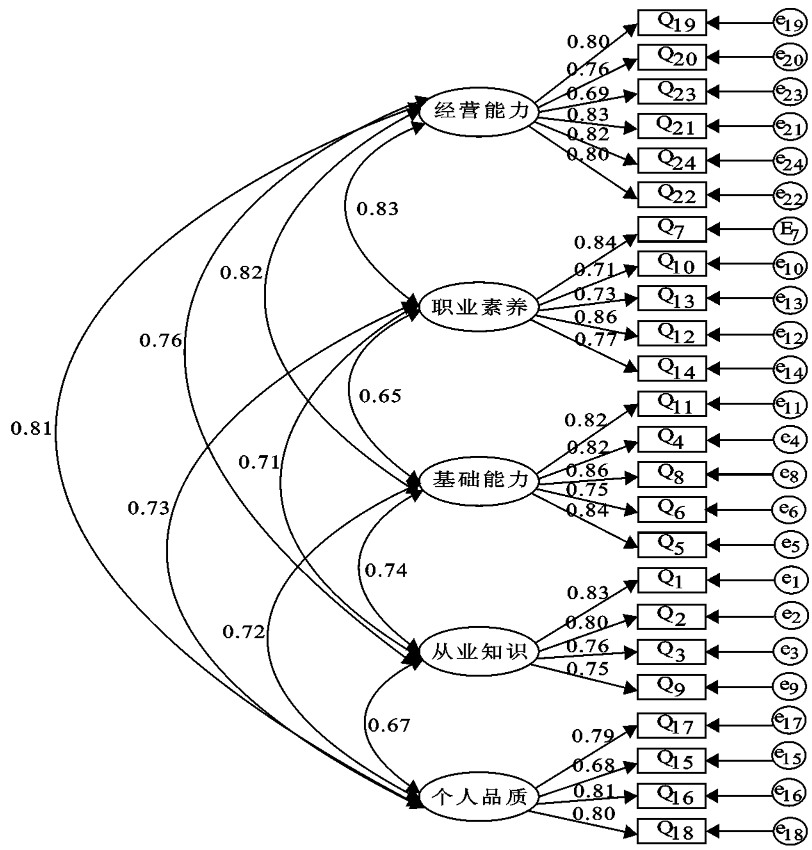

图 1　农村电商人才胜任要素一阶因子模型

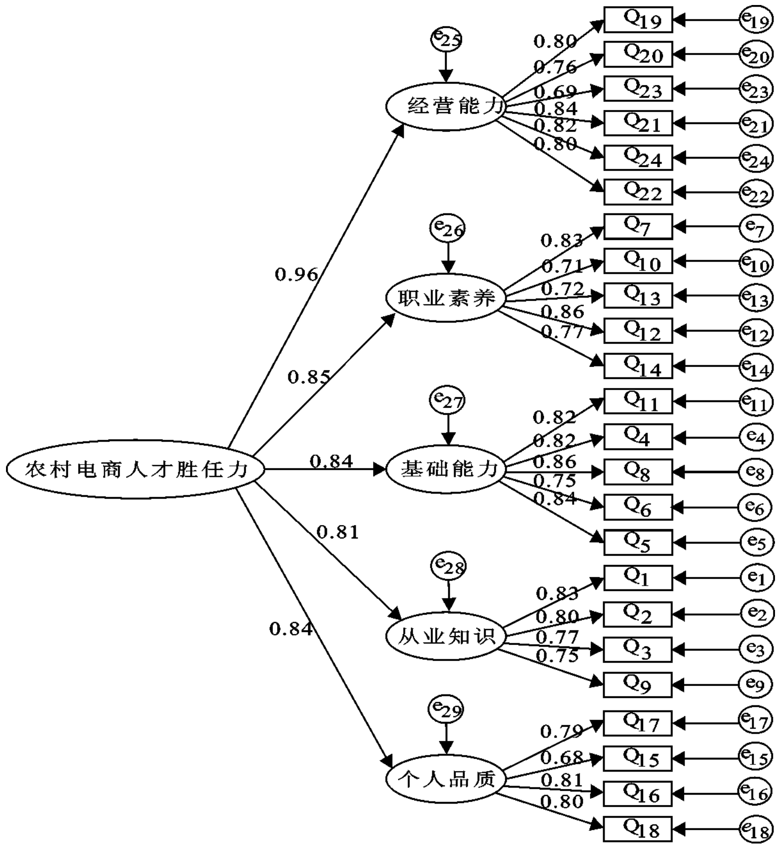

图 2　农村电商人才胜任要素二阶因子模型

三、结论及对策建议

(一)结论

农村电商人才胜任力模型由5个维度构成,根据其是否能被直接测量,将5个胜任力要素划分为外显及内隐两部分。

1.外显胜任力。外显胜任力包括经营能力、基础能力及从业知识3个维度。经营能力是农村电商人才胜任力模型中的核心要素,农村电商从业者通过运用大数据进行统筹规划、及时把握市场机会,进行农产品品牌推广及“上下行”流通协调,充分挖掘农村有限的资源,增强农产品竞争力。基础能力是电商从业者实践工作的根本,其中电商平台的操作能力是其必备技能,适时挖掘有销售潜力的农产品,很好地与客户沟通,都是电商从业者应具备的能力。在面对困难与压力时,农村电商人才还要能自我调适。随着数字经济的快速发展会衍生出各类新生事物,因此快速学习能力对农村电商人才尤为重要,农村电商人才需要以从业知识为根基,重点掌握电商运营知识及网络营销知识以及有关法律与政策。农村电商人才必须明确行动目标,通过运作电商平台形成生态与经济的良好循环。

2.内隐胜任力。内隐胜任力包括职业素养和个人品质2个维度。职业素养是农村电商人才所表现出的个体行为的综合素质,职业荣誉感及服务农村意识是他们做好本职工作、达成既定目标的内因,互联网思维、创新意识、对当地农产品及文化的认知是农村电商人才开拓性开展工作的关键。农村电商人才需在实践中不断学习、不断创新、不断进步,从而不断提高其职业素养。个人品质是个人道德的反映,包括正直诚信、公平负责、坚韧不拔、自信乐观等。正直诚信、公平负责是为人之本,也是电商人才必备的品德。电商扶贫需扎根农村,创业者更要付出巨大的精力和时间,因此坚韧不拔是农村电商人才的核心品质。良好的个人品质有利于农村电商人才被大众认可,从而顺利开展工作。

农村电商人才开展电商扶贫工作,外显及内隐两个方面的能力缺一不可,且两者相互作用、互相影响,共同促进农村电商人才素质的提升、电商扶贫落地以及乡村振兴的实施及实现。

(二)对策建议

1.构建农村电商人才协同培养机制。有效的培养机制是农村电商人才培养的基础保障。在农村电商人才的培养中,要建立政、校、企三方协同培养机制。政府应当发挥主导作用,整合培训资源,制定推进农村电商人才能力提升的优惠政策,建立优秀农村电商人才的奖项机制,以发挥示范和拉动作用,并形成完善的扶持政策体系。各地区高校要承担起人才培养的重任,开设电子商务专业,系统传授电商专业知识及技能,特别是电商运营知识,另外可针对性地开设培训班、专题课程等,对农村电商从业者进行再教育,提升其知识技能及职业素养。培养农村电商人才还需要农产品电商企业的参与和支持。一方面,企业可提供岗位,使其熟悉相关生产经营流程,在实践中培养从业者的经营能力;另一方面,在开发农村市场的同时可促进农村电商发展壮大,企业可通过建立农村电商服务站点延伸销售渠道。

2.建设有针对性的人才培训体系。农村电子商务的开展要因地制宜。深谙当地风土文化、掌握农产品特性并熟悉当地交通环境是从事农村电商的基础,这就需要培训对象具备从事农村电商的综合知识及能力。为保证农村电商人才培育的质量及成效,在筛选过程中需选择具有较好学习能力和行为能力的人员。培训对象确定的同时应以农村电商人才胜任力模型为基础进行培训需求分析及课程体系建设。根据农村电商人才胜任力模型,经营能力是农村电商人才的核心胜任力维度,为实现人才培养的针对性及有效性,在培训内容设计上应当更加注重经营能力的培养,要结合当地实际情况及现实需要优化培训内容,确保有良好的适配度,确保培训对象在经营能力、职业素养、基础能力、从业知识、个人品质等方面全面提升。同时要进行培训方式及模式创新,针对不同胜任要素设计不同的培训方式。外显性的胜任要素可通过课堂教学、实战模拟、现场指导的方式进行培训,而内隐性的胜任要素可通过对培训对象的观察、分析,参照优秀农村电商人才胜任

素质，对其进行培训提高。

3.建立农村电商人才绩效考核制度。构建农村电商人才胜任力模型的目的在于发挥模型在人才培训过程中的参照作用。为保证农村电商人才培训的质量，需要以胜任力模型为基础，建立有针对性的人才绩效考核体系。在绩效考核中，不仅要关注培训对象在胜任模型指标水平下的行为，更要重视培训对象核心能力及综合素质的培养和提高，要将行为表现及潜能开发纳入考核规范。以农村电商人才胜任力要素为考核指标，根据胜任要素的重要程度确定权重，建立打分制绩效考核体系，同时将培训对象的成长速度纳入参考。通过培训前的能力测评了解培训对象初始能力素质水平，与培训结束后培训对象的考核结果进行对比，了解其成长状况，并在培训后设置考核结果最低标准线，向通过者颁发农村电商人才资质。通过建立绩效考核制度并推进资质认证，确保农村电商人才培训的成效。

4.设计农村电商人才薪酬管理模式。薪酬管理模式必须能对农村电商人才创造的价值进行科学评价，并且能满足不同层次的农村电商从业者的需求。以农村电商人才胜任力模型为基础进行的薪酬管理模式设计，是以胜任力模型为参照，根据农村电商从业者的实际表现确定其薪酬水平，使农村电商从业者的能力素质与薪酬水平相匹配，从而实现农村电商从业者主动提升自身能力素质的目的。能够使农村电商从业者充分发挥个人能力，有助于形成农村电商团队核心能力。因此，通过对农村电商从业者能力素质进行考核，将考核结果与薪酬福利相匹配，从而激发个人潜能，使电商人才用得上，留得住。

参考文献：

[1] 中华人民共和国国家互联网信息办公室.世界互联网大会蓝皮书：数字经济成为中国经济增长新引擎[EB/OL].[2017-12-23]. http://www.cac.gov.cn/2017－12/23/c_1122154746.htm.

[2] 中华人民共和国商务部.商务扶贫在行动[EB/OL].[2017-10-16]. http://www.mofcom.gov.cn/article/ae/ai/201710/20171002656537. shtml? from = singlemessage.

[3] 洪勇.我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J].商业经济研究，2016(4)：169-171.

[4] 潘朝阳，聂清德.现代农村电商人才精准扶贫策略研究[J].中国成人教育，2017(18)：157-160.

[5] 王昕宇，黄海峰.我国农民网商的演进路径及发展对策[J].中州学刊，2016(8)：41-44.

[6] 中国电子商务研究中心.分析：农村电商人才现状、问题与建议[EB/OL].[2017-08-03]. http://b2b.toocle.com/detail－－6408307.html.

[7] 朱品文.农村电商发展困境及对策分析[J].商业经济研究，2016(10)：68-69.

[8] 朱世友.农村电商发展对物流业的影响及农村物流体系构建[J].价格月刊，2016(3)：75-78.

[9] 杨永超.供给侧改革背景下我国农村电商发展动态及创新发展研究[J].商业经济研究，2017(5)：58-60.

[10] Mc Clelland D C. Testing for Competence Rather Than for Intelligence [J]. American Psychologist，1973(1)：1-14.

[11] 王乐杰，沈蕾.城镇化视阈下的新型职业农民素质模型构建[J].西北人口，2014，35(3)：90-95.

[12] 毛翠云，束翠丽.网上创业者胜任力要素体系构建[J].商业时代，2014(13)：61-62.

[13] 吴易雄.农业信息化发展与新型职业农民培养——以湖南省的实践为例[J].职业技术教育，2015，36(22)：49-54..

[14] 李君，陈万明，蔡瑞林.新型职业农民胜任力模型的构建[J].贵州农业科学，2016，44(7)：166-170.

[15] 苏敬肖，焦伟伟，李红利，等.基于胜任力模型的新型职业农民素质提升路径——以河北省为例[J].江苏农业科学，2017，45(18)：338-343.

[16] 王静怡.当前农村电子商务人才发展现状分析——以江苏省为例[J].现代商业，2017(35)：26-27.

[17] 周劲波，郑艺杰.农村电商创业胜任力模型的构建与实证研究[J].当代经济管理，2017，39(10)：23-31.

[18] 侯杰泰.结构方程模型及其应用[M].北京：教育科学出版社，2004：154-161.

[19] Bentler P M. Bonnett DG：Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures[J]. Psychological Bulletin，1980，88：588-606.

[20] Bentler P M. Comparative Fit Indexes in Structural Models [J]. Psychological bulletin, 1990, 107(2): 238-246.

[21] M W Browne, R Cudeck. Single Sample Cross-validation Indices for Covariance Structures [J]. Multivariate Behavioral Research, 1989,24(4):445-455.

[22] Tiffany A Whittaker. A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling [J]. Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 2011, 18(4): 694-701.

[23] Joreskog K G, Sorbom D. Recent Developments in Structural Equation Modeling[J]. Journal of Marketing Research, 1982, 19:404-416.

Construction of Competency Model for Rural E-commerce Talents

——Taking Sichuan and Shaanxi as Examples

ZHANG Hong[1], DU Tong[1], REN Shaojun[1], ZAN Mengying[2]

(1. *College of Economics and Management, Xi'an University of Posts and Telecommunications, Xi'an* 710121;
2. *College of Economics and Management, Northwest A&F University, Yangling, Shaanxi* 712100, *China*)

Abstract: In the era of digital economy, e-commerce industry promotes the coordinated development of regional economy, and talents provide intellectual support to narrow the digital divide. In this paper, the literature research method and behavioral interview method are used to establish the competency factors for rural e-commerce personnel. Distributing 325 survey questionnaires to e-commerce practitioners in rural e-commerce demonstration counties in Sichuan and Shaanxi, 292 valid questionnaires were collected. The model tests were conducted through exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis. The rural e-commerce talent competency model was constructed, which includes three external dimensions: operating ability, basic ability, and professional knowledge, and the inner two dimensions: professionalism and personal quality. Based on this model, suggestions were raised for the cultivation of rural e-commerce talents from four aspects: building a collaborative training mechanism, establishing a targeted training system, building a performance evaluation system, and designing a salary management system.

Key words: digital economy; rural e-commerce; competency model; e-commerce talent

(责任编辑:张洁)