

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2016.12.018

“互联网+”时代财经类院校大学生 创业能力培养研究

周新民,张慕云,葛狮

(湖南商学院 计算机与信息工程学院,湖南 长沙 410205)

摘要:大学生是最具创业活力的群体,如何培养其创新创业能力,已成为创业研究的重点。以财经类院校大学生为例,针对“互联网+”时代大学生创业能力培养问题,分别从大学生创业构思、创业管理,创业风险防范三个方面,提出了培养大学生创业能力的有效途径与方法,为“互联网+”时代财经类院校创新教育与创业型人才培养提供一定的指导与参考。

关键词:互联网+;财经类院校;大学生创业;创业能力;创业管理

中图分类号:G642

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2016)12-0061-03

“互联网+”是我国当前经济社会发展的新常态,推动了经济社会的变革。一直以来,互联网经济产业保持着良好的发展态势,已经逐渐成为世界一级的经济交流平台,并且为大学生构建了相应的就业创业平台,使得我国大学生创业得到了进一步发展^[1]。目前,创业能力培养已成为高等院校创业教育的关键。本文针对财经类大学生创业能力的培养,分别从大学生创业构思能力、创业管理能力、创业风险规避能力展开研究,为“互联网+”时代大学生创业能力的培养提供一定的理论依据。

1 大学生创业构思能力培养

创业构思的过程,实际上就是发现并满足人们未满足的市场需求的过程。对财经类大学生来说,如何进行创业构思,可以从以下几个方面来考虑。

1.1 从社会环境的变化发现创业机会

每一个行业的存在和发展状况,都与社会环境密切相关。社会环境的每一次变化,在给一些行业带来毁灭性打击的同时,也会带来一些新的商机。一个创业型企业的诞生,是创业者自身构思能力与社会创业环境要素整合的结果。因此,在产业结构、科技、政府政策、经济信息服务、价值观与生活形态的变化等方面,创业者都应密切关注,从中找到自己的创业项目。财经类大学生可以通过积极参与社会经济领域的创新活动,有意识地从中发现创业机会,与有经验人士交流合作,从而培养企业家精神和市场竞争意识,努力提高创新意识,锻炼创业能力。

1.2 从自身优势发现创业机会

分析自身优势和特长主要考虑以下因素:自己所学专业和自己最熟悉的行业、拥有的可支配资源优势,如自然资源、区位资源、文化资源、技术资源等。在自己熟悉的领域和区位,比较容易掌握行业发展的趋势及其关键技术,对本行业和专业领域里的从业者也比较熟悉,这构成创业的优势条件。创业机会

收稿日期:20160808

基金项目:湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目(湘教通[2016]283号-458);湖南省教育科学规划课题(XJK016BGD038, XJK011BGD041);湖南省普通高等学校教学改革研究项目(湘教通[2016]400号-497);湖南省情与决策咨询研究课题(201011ZZ27)

作者简介:周新民(1977-),男,湖南邵阳人,副教授,博士,主要从事创新与知识管理研究。

主要是指具有较强的吸引力、较为持久的有利于创业的商业机会,创业者据此可以为市场提供有价值的产品或服务,并同时使创业者自身获益。相比理工类院校,财经类学生思维活跃、接受新事物快、适应能力强,掌握了一定的经济、管理方面的基础理论知识和专业知识,在创业上拥有得天独厚的优势。

1.3 从现实生活存在的问题发现创业机会

首先,可从商品的缺陷和消费者的不满、抱怨发现创业机会。任何商品都可能存在不足和缺陷,分析商品的缺陷和消费者对现有商品的不满、抱怨,从解决人们苦恼和困扰的问题角度出发,就可能从中发现创业机会。其次,可从市场需求缺口发现创业机会。所谓市场需求是指某种商品的市场流通供给不能满足市场需求的市场空白部分。在我们的生活领域中,就存在许多可供开发的市场需求。如今,互联网技术深入到社会生活中,改变了传统的衣食住行游购娱状态,也为大学生创造了大量的创业机会。利用“互联网+业务”的模式,发现未被满足的市场需求,就有了实施创业并获得成功的前提。表1列出了5家企业提供的产品和服务,都是在各自领域解决人们的难题,让人们的生活更加便利舒适。因此,创业的关键就在于能不能发现潜在的市场需求,并将满意与愉悦及时送给消费者^[2]。

表1 大学生部分创业成功案例

企业名称	创始人	解决的市场问题	核心竞争力与价值
超级课程表	余佳文	对课表、旁听的需要	打破课表信息壁垒
美团网	王兴	物价高、渠道暴利	提供优惠与补贴
聚美优品	陈欧	化妆品造假多且价高	去除渠道,实现低价
去哪儿网	庄辰超	交通、住宿等成本高	提供低价旅游

2 大学生创业管理能力培养

2.1 大学生创业计划书的写作

创业计划书因其涉及的行业和领域的不同,在具体细节上会有差异,但任何一份成功的创业计划,都应该从创业者的角度、投资者的角度和市场的角度来考虑计划书的基本内容。

从创业者角度看,通过创业计划书的写作,可以使创业者对新创企业从技术到资金、从组织到管理、从营销到公司策略、从产品到销售等问题进行全面的评估,并对企业可能遇到的风险,包括资金、政策环境、投资环境、市场风险等做好事前的应对预案。这可以迫使创业者实事求是地考虑以下问题:项目实施能带来什么影响,可行性如何,服务对象是谁,产品和服务怎样进行合理的市场定位,怎样处于不败之地等。

从投资者角度看,创业项目能不能给他们带来预期收益,创业计划书应对风险和经营战略是不是切实可行,行业的未来发展前景如何,创业项目应对市场风险的措施能否奏效,能不能自由退出市场等是投资者最关注的问题。

从市场角度看,需充分考虑市场有多大,市场的发展前景如何,潜在的消费者有多少,潜在的竞争对手力量有多大,替代品和潜在进入者构成多大威胁,怎么培育产品和服务的目标市场等问题^[3]。

2.2 大学生创业的市场营销

大学生作为特殊的创业群体,既缺乏资金又缺乏社会关系,要想在市场上站稳脚跟,最主要的就是做好创业的市场营销。

首先,掌握开发客户的技巧。开发潜在客户,赢得潜在的投资者青睐,把握一个总体原则,即要在适当的时候,选择适当的地点,用适当的语言推销自己;搜集潜在客户的详细资料,对客户的作息、上班时间、业余爱好、一些直接联系人,都要有准确的把握。

其次,差异与无差异营销相结合。差异营销就是为不同的市场设计、提供不同类型的产品。随着当今社会的发展和人们需求结构的多元化,无差异性市场营销适用的空间越来越小。因此,对于一个新创企业,在初期可采用集中性市场营销或无差异营销战略,在取得一定的成功之后,就可以选择两个或更多的细分市场进行差异性营销。

最后,树立正确的营销观。财经类大学生要做好创业的市场营销,一个重要的前提就是营销观念本身要正确可行。一些新创企业,由于一时间难以找到切实可行的营销策略,往往会在市场上寻求成功的

经验,但一些创业者不顾自己的产品和技术特点,盲目跟随别人的步伐,不对自己产品或服务进行市场细分,难以打造真正属于自己的品牌^[4]。一个新品牌,要在商场和消费者心里留下印象,是一个长期的过程,盲目跟风会误导消费者,会将产品定义为某个知名品牌的变种,久而久之,品牌将无法打开市场。

2.3 大学生创业的财务管理

作为最初创业的管理者,首先,要明白资产负债表、损益表、现金流量表的含义。即明确企业资金来源与去向,各类成本结构以及营运、理财、投资、利润水平等活动的现金流入和流出状况。其次,要有效监控管理财务工作。监控和管理的首要任务是制度,一旦企业有了完整的管理制度,在作业制度和财务制度方面要监控和管理就有章可循。最后,要合理分配利润。利润分配关系到企业所有者的合法权益能否得到保护,企业能否长期可持续发展。创业初期,规章立法,企业在动荡中寻找短暂的平衡点,有利于股东的团结、合作。同时,注意合伙人之间人际关系的培养。一般来说,成功的合伙企业有以下几个共同的特点:一是合伙人之间相互熟悉,建立了较好的信任关系;二是合伙人能力、优势互补,在企业贡献股权和利益分配合理的前提下,不会做破坏公司利益的事情^[5]。

3 大学生创业风险防范能力培养

创业者是产品的创造者,但产品服务的有效性不由创业者本人决定,而是决定于消费者是否为其买单^[6]。因此,产品功能的制造者不是功能的决定者,实际市场效果与创业者预期效果必然有所出入。大学生创业成功率过低的一个重要原因,就是创业者没有理清大学生创业的风险,没有采取一定的防范措施来有效规避创业风险。对于财经类大学生,要提高大学生规避风险的能力,可以从以下几个方面着手:首先,做好项目调研。要深入了解自己和其他同行者通常情况下会遇到的共同情况,深入对照总体市场情况,寻找自身独特的优势。利用有利于自己的市场信息及时确定目标或调整经营项目,在对市场进行充分把握后,借助“互联网+”进行创业。其次,要扩大融资渠道。大学生创业融资的途径和渠道多样,可以从个人自有资金、私人关系借贷融资,政府资金支持、间接融资、所有权融资和租赁融资等方面努力,还可广泛利用金融租赁、风险投资、政策性贷款等新渠道^[7]。最后,要加强创业资源整合。从经验的角度看,良好的人际关系可以大大降低创业的现金成本需求,提高创业活动的效率。就创业者而言,效用最明显的是职业资源。充分利用职业资源,从职业资源入手创业,具有资本的价值意义。

4 结语

“互联网+”时代为财经类大学生创业发展提供了良好的平台和环境,也带来了全新的挑战。财经类院校大学生在创业构思、创业管理方面拥有一定优势,但因其信心不足,实践经验较少,导致其在风险规避能力方面有所欠缺。建议财经类院校大学生在“互联网+”时代背景下,正确把握国家的方针政策,结合学校自身的学科优势,不断提高自己的创业风险防范能力,积极参与“互联网+”创业与挑战,为社会经济的发展贡献自己应有的力量。

参考文献:

- [1] 钟云华. 新生代海归创业难的归因与对策[J]. 华东师范大学学报(教育科学版),2016(3):52-60.
- [2] 丁明磊,杨芳,王云峰. 试析创业自我效能感及其对创业意向的影响[J]. 外国经济与管理,2009(5):1-7.
- [3] 黄胜,周劲波,丁振阔. 国际创业能力的形成、演变及其对绩效的影响[J]. 科学学研究,2015(1):106-117.
- [4] 周志民. 品牌关系型态之本土化研究[J]. 南开管理评论,2007(2):69-75.
- [5] 买忆媛,杨阳,叶竹馨. 转型经济体制下创业团队的先前经验、无力感与适应能力[J]. 管理学报,2015(7):1028-1037.
- [6] 黄兆信,王志强. 论高校创业教育与专业教育的融合[J]. 教育研究,2013(12):59-67.
- [7] 吕铁,余剑. 金融支持战略性新兴产业发展的实践创新、存在问题及政策建议[J]. 宏观经济研究,2012(5):18-26.

(责任校对 王小飞)