

提高高校大学生网店创业培训有效性的途径

张克兢, 宋丽贞

(东华大学学生就业服务中心, 上海, 200051)

[摘要] 大学生网店创业培训有推广难度小、培训难度小、培训效果好、培训效果易评估、培训的“默会性”的独特优势。高校应充分调查研究, 正视学生网店创业群体的存在, 在教学安排上, 给网店创业大学生以一定的扶持空间, 积极改善师资条件, 给予创业学生以切实的物质条件的扶持, 帮助他们提升运营和管理水平, 提高大学生网店创业培训的有效性。

[关键词] 大学生; 网店; 缝隙理论; 创业培训

[中图分类号] G64 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2011)05-0109-03

网店创业已日益受到大学生的青睐。与此相应, 网店创业培训也渐次兴起。如何提高网店创业培训的有效性, 便成为各个高校必须考虑的重要问题。

一、高校大学生网店创业培训的特点分析

(一) 大学生网店创业培训的独特优势

1. 推广难度小

相对于机会型创业、科技型创业, 大学生网店创业易于推广。一是它没有严格的专业限制, 尚没有明显的的数据表明大学生创业局限于自身的专业, 在网店创业中更是如此。二是网店创业门槛低, 硬件约束少。三是大学生开设网店成活率相对较高。有数据表明, 大学生网店创业成活率高出平均值 8 个百分点,^[1]这与其他创业类型大学生的明显劣势形成鲜明的对比。

2. 培训难度小

首先是容易复制。大学生因为自身对于网络工具的熟稔, 单纯的网络技术的瓶颈不存在, 再加上网店开业相对形式比较简单, 相对容易复制。其次是大学生容易在交易中找到自信和成就感, 且与经济利益直接挂钩, 这种自信和成就是很多其他因素比不了的, 很多学生可以藉此说服父母、家庭等阻碍因素。最后, 现在的大学生正处于集体生活时代, 呈现出浓厚的互相学习特征, 非常符合知识时代人际学习的特点, 网店创业的知识迁移相对比

较容易, 再加上网店创业的互相学习又体现出浓重的“功利性”特征, 很多网店创业者可能还借此实现了经济的自给自足, 因此学习效果毋庸置疑。

3. 培训效果好

与一般创业形式不同, 开设网店一般都有特有的量化体系, 不同的网商有不同的量化等级, 这种等级是根据网商的营业额、经营情况、甚至客户满意度等指标综合给出的结果, 如淘宝的皇冠、钻石等级制度等。与其他创业形式相比, 这种量化体系实际上提供了特有的阶梯式的鼓励, 能使大学生获得及时的激励, 从而能够更好的调整自己的行为, 是一种正向刺激。同时, 网店经营可以使学生获得真正的成就感。这种成就感可以保证培训者有真正的学习兴趣, 从而产生积极的学习效果。反观国内高校开展创业培训虽表面上看起来轰轰烈烈, 但实效甚微, 一个重要原因是这样创业培训不能让学生有真正的成就感, 也没有真实感。

4. 培训效果易评估

一般高校大学生创业培训囿于软硬件、盈亏计算等的实际困难, “模拟”特征明显, 无论老师还是学生, 更多的是一种游戏心态, 培训双方都没有真正的利益驱动。而网店创业可以最大程度的克服这一点, 这是因为网店创业培训能够提供真正量化的指标, 借以衡量培训成果。所以无论师生, 只要参与其中, 就可以摆脱其他创业培训模式中教学双

[收稿日期] 2011-06-04; **[修回日期]** 2011-09-27

[作者简介] 张克兢 (1973-), 男, 安徽宣城人, 东华大学学生就业服务中心讲师, 主要研究方向: 创业教育。

方都缺乏真正进取心的弊病,摆脱其他利益的驱动,从而真正将这种利益驱动和真正商业实践联系起来,实现真正有实效的学习。

5. 培训的“默会性”

大学生网店创业培训特别强调实战,培训的内容和组织也只能围绕实战。这种实战所蕴含的商业教育价值是非常巨大的,符合我们说的“默会知识”的特征。大学生在开设网店过程中,因为要不断学习,根据情况调整自己的商业行为,实际上使他们可以提前直接进入真实的商业世界,让大学生提前亲身感受“诚实”“商业伦理”等教育,这样可以给很多学生一个充足的理论与实践相结合的机会,弥补了目前我国很多高校创业教育的某些不足。以开一个小的网店为例,实际上涉及到市场调查、进货、库存、商品照片处理、网上推广、配送货以及售后服务等各个环节,都是对大学生个人素质和团队合作能力的挑战,这种只有从实战中才有可能体验的“默会”性知识,在很大程度上提高了培训的有效性。

(二) 大学生网店创业培训的困难因素分析

1. 部分高校对于网店创业培训不够重视

相对于社会上的生存型创业教育,高校创业教育有其独特的创业教育与扶持的重点和特点。很多高校都认为:“高等教育在创业教育中应明确创业教育目标,采用构建创业教育课程体系等策略引导毕业生掌握市场运作技巧,自主创业,帮助大学生获得全方位的创业实践体验和认知。”^[2]但总的说来,国内开展有针对性的网店扶持及培训的高校比较少,总体上呈现出重点高校、研究型大学冷,而高职及民办高校热的特征。究其原因,很多重点大学、研究型大学非常重视创业大赛等能够量化的东西,对于有着生存型创业影子的网店创业似乎还是存在着某种程度地轻视。但实际上,目前很多高校的创业培训的共同弊病就是不能提供真正全方位的创业实践体验,无论是创业比赛还是模拟实战等都带有浓重的“模拟”特征,有一定的局限性,学生不能产生真正学习中才能产生的疑问,也没有事关切身利益导致学习的特别的“主动性”,很难取

得好的学习效果。

2. 网店创业培训的实施难度较大

比如师资匮乏、学校对网店创业的“认同”不高、部分学生创业者学业与创业的矛盾突出、部分家长的不理解等。

二、提高大学生网店创业培训有效性的途径

日本学者长岛总一郎创立的“市场缝隙理论”认为,创业行为即是填满目前经济大盘中的空隙,创业者无论是识别机会,还是去进行创业实践,都可以说是以创业的行为去填充某个市场尚未覆盖到的缝隙。

同理,各个学校因为实际情况不同,学生对于创业教育的某种渴求和偏好必然不同,因此,高校必然要依托自己的实际条件开展有特色的创业培训,去满足学生的需要。如果把学生的种种需要作为整个创业培训的大盘的话,最有效的填充这种培训缝隙的方式,就是看哪类创业方式现实和潜在参与者最多,市场发展潜力最大,成活率更高,以此来确定培训对象,提高培训实施的有效性。因此,开展网店创业培训在某种程度上应该成为很多高校的优先选择或替代选择,而绝不能忽视。切莫狭义的、片面地、机械地理解创业教育,而去推行假、大、空的盆景式的创业培训。具体来看,有条件的高校可从以下一些方面进行努力。

(一) 充分调查研究,正视学生网店创业群体的存在

任何决策,必须充分了解真实情况。首先,各高校要开展实在的调查,得到本校学生开展网店创业的真实数据,如果确实与传统形式的创业学生人数相当或超过,那毫无疑问,高校就应该开展针对性扶持。特别是一些重点大学、科研型大学,虽然网店创业培训不可能成为这些高校创业教育的主流,但应该在现有创业教育体系中提高扶持网店创业培训的比重。比如可以组织有网店创业意愿的大学生参加有针对性的培训,举办网店创业论坛、网店创业比赛等,营造大学生积极进行网店创业的良好氛围。如上海高校在2009年12月就组织了考察团赴义乌工商学院考察大学生网店创业情况,并

已初步确立组织有意向的学生去考察学习。^[3]

(二) 在教学安排上, 给网店创业大学生以一定的扶持空间

首先出台一些有针对性的相关制度。如义乌工商学院为了给创业学生营造更适合成长的环境, 推行弹性学制和学分制, 出台相关制度, 创业学生可通过网上交作业、个别辅导、单独考试等形式修完课程, 创业实践可抵相关课程的学分。建立“创业好更是好学生”的评价机制, 设创业奖作为在校学生的最高奖励等做法值得借鉴。^[4]

其次是开设一些针对性课程, 帮助学生切实解决实践中遇到的问题。除了开设一些常规课程之外, 要特别注意的是, 某些课程可能在学生真正有创业实践后才能真正产生“问题渴求”, 所以可以尽量根据学生创业的自然流程而设计课程, 以满足学生的求知欲, 取得实效。

(三) 积极改善师资条件

毋庸置疑, 国内高校在开展创业培训中所涉及的场所、资金、师资等障碍中, 最稀缺的是师资。这方面, 义乌工商学院的做法值得借鉴。如他们为了克服外贸领域的网店创业教育师资不足的情况, 积极与敦煌网合作, 推出了“敦煌创业班”, 为学生提供全方位培训。同时, 敦煌网将作为实训基地为学生提供敦煌网平台实战演练等配套资源。^[4]另外, 值得注意的是, 很多企业已经充分认识到帮助学生进行网店创业的重要性, 开展有针对性的培训。如淘宝就积极帮助学生开网店。仅 2009 年上半年, 淘宝合作院校新增 32 所, 总计 85 所, 比 2008 年增加 75 所。与此同时, 淘宝在 2009 年上半年开通学生频道, 从网站流量引导、示范指导等方面帮助学生卖家通过创业实现就业。^[5]国内高校可以积极争取与他们合作, 借助外脑实现大规模培训, 甚至可以结合自身特色, 开展针对性培训的合作, 一

举两得。

(四) 给予创业学生以切实的物质条件的扶持, 帮助他们提升运营和管理水平

大学生网店创业存在着诸如货源难找、经验不足、物流不佳等问题, 高校应该积极主动为他们创造环境和条件, 校内培植学生创业的土壤。如义乌工商学院主要在三方面做了努力。一是在校内开设网店创业园, 学生可以免费进入, 互相学习。其次是学校开展有针对性的培训, 有课程、讲座等。三是校方出面与社会上的经营大户联系, 争取优惠待遇, 吸引众多物流公司直接入驻, 让物流成本下降三成。应该说, 虽然义乌模式有很强的地域特色, 在很多方面是无法复制的, 但是各高校已经形成的学科、科研特色, 以及在各自领域的不能复制的种种资源, 应该成为各自开展有特色的支持大学生网店创业的独特资源和坚实基础。

参考文献:

- [1] 艾瑞咨询和淘宝网联合发布. 2008 年度网购市场发展报告 [DB/OL]. <http://it.sohu.com/20090216/n262264217.shtml>, 搜狐网, 2009-02-16.
- [2] 孙玲远. 我国高校创业教育研究[D]. 中国地质大学硕士学位论文, 2008.
- [3] 胡思华. 微小型创业如何零起步 上海部分高校赴义乌工商学院考察大学生电子商务创业见闻[N]. 家庭教育时报立业周刊, 2010-01-07 (5).
- [4] 肖余. 创业“教父”贾少华: 让职校生昂首走出校门[N]. 中国教育报, 2009-11-20 (3).
- [5] 淘宝网 2009 上半年业绩报告[DB/OL]. <http://finance.people.com.cn/GB/9901342.html>, 2009-08-20.

[编辑: 颜关明]