

文章编号: 2095-1663(2012)05-0050-05

提升研究生创业核心竞争力研究

——基于H大学研究生创业典型案例的分析

殷朝晖

(武汉大学教育科学学院, 湖北 武汉 430072)

摘要: 研究生创业核心竞争力是指研究生个人或团队所拥有的能够转化为商业机会的、不易被其他创业竞争对手仿效和替代的能力或优势。本文通过追踪H大学研究生创业实践活动,选取了其中具有典型意义的4个案例,分析其具有的创业核心竞争力及在此问题上的认识误区。并指出导师和创业教育应为研究生提供其他创业群体无法获取的优质资源,不断提升研究生的创业核心竞争力,提高创业成功率。

关键词: 研究生创业;核心竞争力;典型案例

中图分类号: G643.0

文献标识码: A

创业是极富挑战性和风险性的社会实践活动。当今世界,创业已成为经济发展的源动力。

在风起云涌的创业浪潮中,研究生的创业活动已受到越来越多的关注,这一群体既蕴藏着巨大的创业积极性,又具备创业的可能性。相对于本科生而言,他们接受了更系统的专业教育,开展科技创业有更扎实的专业知识支撑;而且,他们有着更为丰富的生活和工作阅历,社会实践能力较强。这些未来的企业界精英,在校期间申请专利、撰写项目书、参加大赛、注册公司、寻找投资、经营产品,在这一系列实践活动中,一部分人创办了企业并顽强地存活下来。这些成功的案例固然可以归结为某一方面或某些方面的因素,但根本还在于对研究生创业核心竞争力的发掘和培育。

研究生创业与其他社会群体创业,都以创意或技术的实现并市场化为主要标志。但两者的创业核心竞争力仍有显著区别,如前者更多强调对新领域、新市场的发现与开拓,后者更多强调对固有领域的

传承;前者更强调技术或理念的领先,后者更强调资源、资本的积累。因此,笔者认为:研究生创业核心竞争力是指研究生个人或团队所拥有的能够转化为商业机会的、不易被其他创业竞争对手仿效和替代的能力或优势。

一、研究生创业的现实状况:

以H大学研究生创业四个典型案例为例

(一)研究对象的选取

H大学是一所著名的理工科院校,是“985工程”和“211工程”建设高校。学校依托强大的工科背景成为工程师的摇篮。近年来,学校在产业孵化方面走在全国高校前列,目前已有3家上市公司(含创业板),设有孵化器和科技园两大产业孵化基地。H大学为鼓励研究生创业,成立了研究生创新与创业实践中心,该中心是由研究生工作部主管,学生组织具体运作,以项目制为单位的创新创业支持平台。

收稿日期:2012-03-05

作者简介:殷朝晖(1974—),女,湖南常德人,教育学博士,武汉大学教育科学学院副教授。

基金项目:本文系2010年度教育部人文社会科学研究青年基金项目成果(项目批准号:10YJC880146),也是武汉大学自主科研项目(人文社会科学)研究成果,得到“中央高校基本科研业务费专项资金”资助,同时还受武汉大学“70后”学者学术发展计划支持。

从 2009 年至今,中心共资助 4 批 25 个研究生自主创业项目,资助额度为 4~6 万元/项,这些创业项目,一方面来自于中心资助的创新项目的成果孵化,另一方面来自于学校各研究生培养单位的院、系、所和实验室的研究成果,以及学生个人的创意和技术。

本研究选取了前两批资助项目中的 4 个团队作为研究案例。一方面,兼顾了团队成立和运营时间;另一方面,兼顾了学科分布。H 大学研究生创业项目以工科为主,文科较少,本研究选取了其中一个文科创业项目作为研究案例。同时,H 大学医科是 2000 年前后并入 H 校的,分属另外校区,本研究也选取了医科的一个项目。此外,案例的选择也考虑了项目的运营情况,所选取的 4 个案例都是成功生存下来的项目。

表 1 H 大学研究生创业 4 个典型案例的基本信息

案例名称	从事行业	具体领域
T 案例	教育	从事高考志愿填报咨询
N 案例	机械	从事多款机器人设备研发
Z 案例	农业	从事基于信息系统的自动化母猪喂养系统
G 案例	化工	从事抗衰老化妆品的研制和生产

(二) 研究对象的分析

1. 研究生创业团队的组织运营结构

T 创业团队包括 2 名副教授,1 名博士生,3 名硕士生和 1 名海归全职创业者。2 名副教授兼职参加创业活动,主要从事产品设计和战略规划,不涉及公司运作的具体事务。负责人为 H 大学在读博士生,参加过全国性创业大赛并获得大奖,担任过多项学生组织的主要负责人,还有电视台实习等经历,其创业抱负远大,希望开拓中国高考志愿填报咨询服务这一大的市场领域。

N 团队是 H 大学研究生创业的明星团队,不仅起步早(2007 年开始),而且持之以恒,规模越做越大。负责人是 H 大学王牌学院重点实验室的成员,开发的产品也依托专业优势,弥补了国内空白。公司前期研发以实验室的力量为主,其运营得到了学校孵化器和科技园的大力支持,先后获得学校和国家几十万元的资助;公司创建和运营过程包括参加比赛,创立公司,融资,承接项目(委托研制项目,与公司核心产品无关),产品生产、销售和售后服务,建立分厂等阶段,资产规模非常可观。

Z 团队是一个主要由硕士生组成的创业团队,队员来自工科的多个专业。负责人是一名处事干

练,社会活动能力强,专业技术也非常过硬的研究生,该团队从事的产品主要是将数字化设备运用到母猪繁育过程中,是高科技农业的典型尝试。创业过程在前一个阶段,以参加创业大赛为主,先后参加了全国、全市和全校的多个创业比赛,获得奖金近 20 万元,成为创业比赛中的明星团队;在第二个阶段,转入实战运营,开始进入养猪场进行数据采集和设备调试工作,目前得到部分投资商的青睐,正在积极洽谈相关合作。

G 团队是一个成立较晚却较为稳健的创业团队。团队的组成一部分是研发团队,成员来自 H 大学某重点实验室,该团队的技术是数十名博、硕士生长期研制的结果;另一部分是经营团队,包括 1 名博士生,10 多名来自不同专业的硕士生和 1 名从事单位辞职创业的人员。G 团队也获得了学校创业资金的支持,还从其他渠道筹措了数百万资金,准备开始批量化的产品生产。

2. 研究生创业团队存在的问题

首先,团队内部成员不稳定。公司的创业者绝大多数是本校的学生,他们多以实习的身份来到公司,因为 H 大学工科学生就业情况良好,一些成员毕业后,更愿意去大型企业或更趋向于寻找稳定回报的工作而非创业。还有一些成员以兼职工作为主,公司在正式运营的情况下,全职工作人员严重不足。

其次,团队培训和管理不规范。作为研究生创业团队初创的小公司,对优秀人才缺乏足够的吸引力,难以招聘到公司发展所需的合适员工;而且尚未建立起系统规范的员工培训和晋升等人力资源管理制度,缺乏系统的企业管理知识和经营管理公司的经验,在一定程度上限制了员工及其公司的发展。

第三,团队资金及投资不到位。T 团队负责人介绍说:“前期 H 大学某校友协定出资 200 万,但一直是‘挤牙膏’,资金难以拨付到位,而由于我们创业团队的学生身份,风险投资机构和天使投资者都抱有观望心态,说等我毕业了决定继续在此领域创业才肯出资。”而 G 团队因股本结构较为复杂,虽然项目本身具有很好的赢利前景和能力,吸引了多方的投资,但却导致股本结构复杂,负责人对于这些投资难以取舍。

二、研究生创业核心竞争力的 具体表现及其认识误区

通过分析以上 4 个典型案例可以看出:这些创

业团队自成立以来,虽然各自面临不同的困难,但都生存了下来,这背后是各个团队的创业核心竞争力在发挥作用。那么,综合来看,目前我国研究生创业核心竞争力具体体现在哪些方面,存在哪些不足或认识上的误区。本文将从这两方面来做进一步分析。

(一) 研究生创业核心竞争力的具体表现

1. 创新精神

通过对 H 大学研究生创业团队的长期跟踪和观察发现:研究生创业并不局限于传统的尤其是已经成熟的行业或领域,其创业内容也不局限于做点小买卖或是简单的加工业。即使是选择传统领域创业,研究生通常也会发挥创新精神,赋予其高科技含量。这种创新往往意味着巨大的市场和商机,也是博取投资者眼球的重要法宝。如 Z 团队虽然从事的是传统的养殖业,但他们将数字化设备运用到母猪繁育过程中,是高科技运用于养殖业的典型尝试。又如 G 团队致力于在化妆品产品领域有所突破,他们采用 H 大学某重点实验室的数十名研究生长期研制的技术,从事抗衰老化妆品的研制和生产,吸引了社会投资数百万元。

2. 领先的技术或服务理念

不考虑技术的实现程度,研究生创业团队的技术或服务理念是领先的。如 T 团队市场分析中将高考分为两个部分,一是考试的部分,二是填报志愿的部分,也即刚性的知识考核的部分和柔性的考试服务的部分。这种区分改变了高考市场只有分数补习,缺乏考试服务的现状,该团队所研发的多个服务系统也在国内处于领先地位。又如 N 团队研发的多款机器人设备技术先进,填补了国内该领域研究的空白。这种领先的技术或服务理念是研究生创业团队基本共有的特征,也是其核心竞争力之一。

3. 组建创业团队的能力

团队是创业成功的重要保证,而研究生创业都拥有一支基于共同兴趣、创业角色明确分工和专业构成合理的团队。团队负责人可能是某一方面的专家但并非样样精通,需要利用其他团队成员或外部资源来弥补,团队成员通过负责人的个人号召力,尤其是跨院系活动能力聚集在一起,这些优秀的创业团队成员各有各的长处,相互补充、相得益彰。以 T 团队为例,创业团队的骨干成员中,有 1 人曾担任校研究生会副主席、本科学生会主席;2 人是学生会部门负责人;1 人是学术精英,获得多项学术大奖。从学科构成上,包括有技术、财会和管理专业背景的成员。

4. 筹措创业资金的能力

创业离不开资金支持,而研究生创业团队负责人基本都具备筹措创业资金的能力。因为与社会上其他创业群体不同,研究生基本没有自有资金,公司前期运营包括产品研发和试生产、场地租赁、公司注册、差旅费用、网站建设花费等,他们很难自掏腰包完成这些工作。本案例研究的 4 个创业团队都或多或少得到了来自政府或学校的创业启动资金,如 N 团队负责人通过良好的气质和口才征服大赛的评委,先后从政府和高校获得了几十万元创业资助。G 团队负责人长期与有关政府部门和企业沟通磨合,在其公司注册前,就筹措到了一百多万元的资金,包括从学校获得数万元资助、从供应链的客户企业获得几十万元投资、从投资公司和其他公司获得近百万元的资助。

(二) 研究生创业核心竞争力的认识误区

从对研究生创业团队具体实践过程的分析,我们可以看到某些要素往往具有较强的迷惑性,容易被误认为是研究生创业的核心竞争力,而不利于创业实践的开展。

1. 领先的只是理念或技术而非产品

按照产品技术的成熟程度,一般是这样的划分:思想或理念—实验室试验—专利—大规模生产实验—投产。本研究的 4 个案例团队只有 G 团队和 N 团队基本完成了大规模生产的实验,其他 2 个团队基本停留在前三个阶段,H 大学不少研究生创业团队甚至停留在第一个阶段。这是研究生创业普遍存在的不足,他们创业绝大多数凭借一项技术或创意,缺乏面向市场的技术鉴定,缺乏从实验室到市场之间的产品试验。而从领先的理念或技术到大规模投产是一个艰辛而漫长的过程,中间可能存在着巨大的参数变化,对此困难的估计不足,使研究生创业团队往往片面夸大产品的实际功效和赢利能力,匆匆实施创业项目,导致创业成功率不高。

2. 强大的只是初期的团队规模而非持续发展的能力

由于创业比赛以及创业领袖的个人号召力,前期研究生创业团队往往规模巨大。据 T 团队负责人介绍,其参加全国挑战杯创业计划竞赛时,参与其中的各类人员多达 50 余人。但由于研究生学业压力大,存在着“兼职创业”的心态,导致研究生创业无法全身心的投入,而且创业过程中的精力分配也往往是创业初期激情澎湃,而在开拓市场等阶段尤其

是企业面临困境时则斗志全无。以 G 团队为例,其在本研究的 4 个创业团队案例中人员规模最大,拥有数十人的创业团队,但几乎全部是在校学生,目前已有部分成员外出实习、就业或者留校做辅导员等工作,使得公司在正式运营过程中仍面临人手不足的困难。N 团队也面临着同样的困难,团队的核心成员相继毕业,他们大都更趋向于寻找稳定回报的工作而非创业,核心员工的流失成为阻碍企业发展的瓶颈因素。

3. 擅长的只是创业比赛而非创办公司

目前国内的创业比赛一般分为两个步骤:一是“写”,即包括项目介绍、市场分析、战略分析、营销设计、人力资源管理、财务分析、风险分析、CIS 设计等,强调规范性和专业性;二是“说”,即以现场答辩的形式展示团队创业风采。近年来在上述“写”和“说”的基础上,部分比赛(如武汉市创业比赛)增加了“练”的环节,即实战演练,如发放等额的现金,在断绝与外界联系的前提下,考察各团队单位时间内的赢利能力。创业比赛要求的创业计划书固然可以帮助创业者梳理创业思路,而创办公司不同于参加创业比赛,不少豪情万丈的创业梦想最终走不出创业比赛,仍然是纸上谈兵。用创业比赛的成果指代研究生创业的成果,用创业比赛的能力衡量研究生创业的能力,某种程度上是对研究生创业的误读。

三、提升研究生创业核心竞争力的思路

从对 H 大学研究生创业的典型案例分析中,我们可以看到研究生这一群体创业具有其他社会群体无法比拟的优势,但同时也存在一些不足,亟需得到关注和改善。其中导师所拥有的资源和学校创业教育所提供的资源,在研究生创业过程中能起到很大的促进作用。因此,研究生在创业过程中,应积极寻找、发现和利用自身拥有的这些独特的、其他创业群体难以获得的可以转化为创业核心竞争力的资源,从而不断提升创业核心竞争力,提高创业成功率。

(一) 导师支持是提升研究生创业核心竞争力的有力保障

导师直接或间接参与创业项目,在研究生创业尤其是博士生创业中体现得更为明显。对于 H 大学学生创业而言,相当一部分成果来自于“启明学院”,这与其实行的项目制、导师制是有密切关系的。比如 G 团队,导师及其课题组除提供核心的技术支

撑外,还在办公场地等方面给予支持,并牵线联系了多个单位对项目进行投资;N 团队创业负责人的创业活动得到了导师的大力支持和帮助,所创办公司的前期研发以实验室的力量为主。而笔者在调研过程中发现有相当一部分导师担心学生从事创业活动会耽误专业学习和学位论文的写作,对学生的创业活动持保留意见,不少研究生只好瞒着导师,挤出时间从事创业实践活动。而研究生导师是研究生创业的坚强后盾,导师的资源包括两个方面:一是直接的支持,如主动的帮扶;二是间接的支持,如提供宽松的创业时间等,二者对于提升研究生创业核心竞争力都极为重要。因此,研究生应积极争取导师对自己创业活动的支持,尽量选择与自己所学专业相关的行业领域创业,从而将学习科研与创业活动统一起来,使两者相辅相成、互相促进。而导师也应日益认识到学生创业意识和能力培养的重要性,为学生提供良好的创业资源。

(二) 学校创业教育营造提升研究生创业核心竞争力的氛围

学校提供的高质量的创业教育对于丰富学生的创业知识和经验,提升学生的创业核心竞争力意义重大。具体而言,学校的创业教育资源包括以下几个方面。

1. 构建创业教育课程体系

高校应针对不同层次的学生建立系统的创业教育课程体系。这些课程不只是一种单纯的知识传授,而要偏重于实际应用,强调可操作性。一方面,研究生创业教育课程在教学内容上应更突出高科技领域创业;在教学方式上,可采取校内外教师联合开设、教师讲授与学生实践相结合的方式。如为美国硅谷发展做出重要贡献的斯坦福大学的经验值得我们借鉴。斯坦福大学的主要院系都开设了创业方面的课程,其中商学院和工学院的创业教育最为完善。如工学院的技术创业项目(简称 STVP)的目标是促进高技术创业教育,培养未来工程师和科学家的创业技能。该项目为不同层次的学生开设了相应的课程,如为研究生开设了《高技术创业管理》、《全球创业营销》、《技术创业》等较为深入讨论的课程,为博士生开设了创业学科领域的研讨课。另一方面,高校还要注重吸收社会上一些既有创业经验又有一定学术背景的人士从事兼职教学和研究,特别是聘请成功的企业家作为创业教育的客座教授,扩大创业教育的师资队伍。在斯坦福大学商学院,

企业家担任客座讲师是比较普遍的现象。如 Intel 创始人之一、现任董事长安迪·格鲁夫从 1991 年开始担任斯坦福商学院的兼职教师,每年秋季开一至两门课程。此外,斯坦福还经常邀请企业家和创业投资家来校演讲和参加各种创业论坛。^[1]

2. 构建创业教育实践活动体系

美国大学非常重视学生的创业实践,经常组织形式多样的创业实践活动,其中最著名的当属商业计划大赛(也称创业计划大赛)。如麻省理工学院的“5 万美金商业计划竞赛”已有十几年的历史,影响非常大。如今,美国表现最优秀的 50 家高新技术公司有 46% 出自麻省理工学院的创业计划大赛。Yahoo、Excite、Netscape 等公司就是在斯坦福校园的创业氛围中诞生的。^[2]除了创业计划大赛,美国各大高校还经常组织创业交流会、创业俱乐部等活动。如百森商学院设立“创立人之日”活动。当天把全球著名的有影响力的创业家邀请到学校同学生交流座谈,并成立了杰出创业家协会。^[3]H 大学研究生工作部也联合了某著名咨询公司成立了“未来企业家训练营”,每年斥资 50 万元开设了系列创业课程,由成功企业家与营员一起分享创业经验与经营管理之道,为学员指出在创业过程中需要注意的问题,同时还提供了大量在校友企业家公司实习的机会。G 团队负责人就是训练营的第一批学员,通过训练营的培训和实践最终形成了较为明确的创业思路和计划。此外,我们还可以选派研究生到基层挂职锻炼,

在政府机关或企业从事项目研究、制订发展规划等实质性工作,并奖励成绩优秀者,让他们参与地方的创业活动。

3. 吸收社会力量参与学校创业教育

高校不仅要在内部各个创业项目、组织之间进行有效的沟通合作,还要积极吸引外部力量参与,与社会建立广泛的外部联系,包括各种科技园和孵化器、风险投资机构、创业培训机构和创业者协会等,形成一个良性互动的创业教育网络。如斯坦福大学校内所有的创业研究中心或项目、创业协会、技术授权办公室等联合组建了斯坦福创业网络,不仅起到了连接斯坦福的所有创业“社区”的作用,还努力帮助斯坦福大学各院系师生与硅谷的其他创业“社区”建立联系。另外,斯坦福大学的创业项目、组织还积极寻求企业等外部力量的支持。如斯坦福 STVP 的董事会成员包括:斯坦福工学院、商学院、医学院、法学院的教授,创业企业家,创业投资家,学生和校友。他们每年定期召开董事会,对该项目的发展战略、资金支持、具体的讲授课程或讲座、相关网络的建立提供帮助。^[4]

研究生导师和学校创业教育通过为研究生提供其他创业群体无法获取的优质资源,不断提升研究生的创业核心竞争力,不但可以鼓励研究生将创业作为自己的职业选择,拓宽就业渠道,更好地应对就业的压力;而且还可以发挥研究生的知识优势,创办对社会经济发展有利的创新企业,为社会提供新的就业机会,促进经济社会的和谐、稳定发展。

参考文献:

- [1][4] 张炜,高建. 斯坦福大学创业教育体系和特点的研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2006, (9): 144, 146.
- [2] 唐烨. 鼓励大学生创业 国外怎么做? <http://www.022net.com/2009/4-4/474642142583033.html>.
- [3] 张竹筠. 美国大学的创业教育对中国的启示[J]. 科研管理, 2005, (10): 87.

Raising Graduate Degree Recipients' Core Competitiveness in Starting a Business — A Case Study of Graduate Degree Recipients of H University

YIN Zhao-hui

(College of Education Science, Wuhan University, Wuhan, Hubei 430072)

Abstract: Graduate degree recipients' core competitiveness in starting a business lies in their ability or advantage which may be turned into a business opportunity and which would be hard for a competitor to copy or replace. Four typical team efforts by graduate degree recipients of H University to start businesses are investigated in terms of their core competitiveness and some misconceptions. Our findings indicate that students should be given a well-designed entrepreneurship education so that they will develop advantageous core competitiveness and achieve more successes in starting their careers.

Keywords: graduate degree recipient starting a business; core competitiveness; case study