

Enterprise Simulation Analysis under the Background of “Mass Entrepreneurship and Innovation” Capability Improvement—Taking Entrepreneur Star as an Example

Yejiang Yang¹ Jiadong Xuan¹ Yongjia Sui² Xingle Teng^{1*} Yuxi Qi

1. Business School, Shandong University of Technology, Zibo, Shandong, 255000, China

2. College of Transportation and Vehicle Engineering, Shandong University of Technology, Zibo, Shandong, 255000, China

Abstract

The guiding opinions of the State Council of the People's Republic of China on further supporting university innovation and entrepreneurship point out that it is necessary to improve the innovation and entrepreneurship ability of college students. Entrepreneurship star platform trains college students' innovation and entrepreneurship ability, triggers college students' thinking about enterprise operation and cultivates college students' innovative thinking.

Keywords

innovation and entrepreneurship; innovative thinking; program strategy

“双创”能力提升背景下企业模拟分析——以创业之星为例

杨叶江¹ 宣佳栋¹ 隋永佳² 滕兴乐^{1*} 元育玺¹

1. 山东理工大学管理学院, 中国·山东 淄博 255000

2. 山东理工大学交通与车辆工程学院, 中国·山东 淄博 255000

摘要

中华人民共和国国务院关于进一步支持大学创新创业指导意见指出要提升大学生创新创业能力。创业之星平台对大学生进行创新创业能力的训练, 引发大学生对企业运营的思考, 培养大学生的创新思维。

关键词

创新创业; 创新思维; 方案策略

1 引言

中华人民共和国国务院关于进一步支持大学创新创业指导意见指出要提升大学生创新创业能力。高校需对现有的创新创业教育进行改革, 将理论学习与实践操作结合。从大学生的提升大学生创新精神、创业意识和创新创业能力三方面入手, 完善现创业教育体系。创业之星平台能有效满足当前号召。

2 创业之星平台分析

2.1 创业之星平台介绍

创业之星平台是以制造企业为背景, 模拟企业初创期

【作者简介】杨叶江(2000-), 男, 苗族, 中国贵州黔东南人, 在读本科生, 从事工商管理研究。

【通讯作者】滕兴乐(1974-), 女, 中国山东淄博人, 博士, 副教授, 从事企业管理研究。

到成熟期的经营过程。系统客观的评价、形式灵活多变、科学的决策流程、良好的总结机制是平台的巨大优势。如图1所示, 运营决策在六大部门内进行。

2.2 创业之星平台运营策略分析

平台运营应当合理利用相关理论, 平台开发参数设计与现实企业运营相近, 是具有较高理论实践平台。总体来说, 平台评分标准更侧重于运营产品营销, 提高其销售与盈利情况, 因此以4P营销理论阐释运营策略。

2.2.1 产品策略

平台中对产品策略决策主要集中于研发部的产品设计与研发。针对商务、白领、青年、老年四类人群设计8中产品。目前有以下几种策略: ①研策略是指所有产品设计不需要研发投入, 此策略容错率高, 但过度依赖广告, 产品功能低。②研策略产品功能分较好, 对营销的投入较低, 适合新手运营。③研策略盈利高, 但面临巨大的市场风险大, 产生大量库存以及无法盈利导致现金流不足。此外, 根据不同的策略

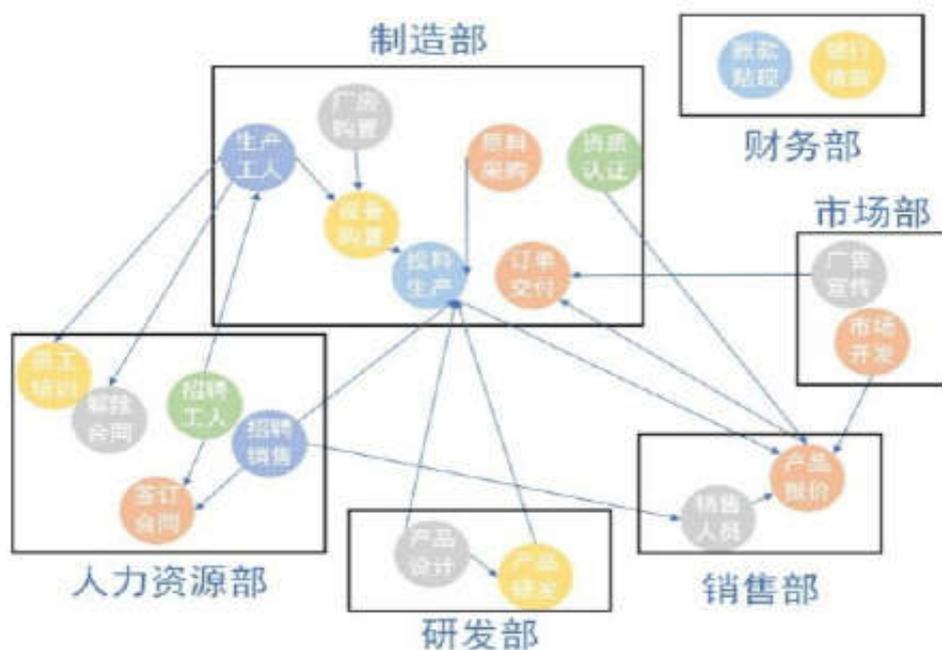


图 1 创业之星平台部门图 (箭头代表直接影响关系)

方案购买生产线有所不同，常见的生产线购买方案为 2 条柔性线 + 4 条手工线、2 条柔性线 + 3 条手工线，第一季度所有决策结束后需要将手工线卖出。

2.2.2 定价策略

采取最高价格策略。除老年群体外，其他群体对价格敏感程度远低于产品的功能、品牌，老年群体利润空间较小，不适合降价促销。若采取低价策略，所模拟的企业盈利降低，甚至将广告等管理费用、固定费用平摊产品上时将亏本，不利于企业发展；若采取中等价格策略，由于前文提高除老年群体外其他群体价格敏感程度最低，因此中等价格策略会导致竞争对手盈利水平高，若加大产品功能则竞争对手优先获得订单，此时价格降低并无作用，同时损失一定的盈利机会。综上，无特殊情况外实际操作中选择最高价策略。

2.2.3 渠道策略

平台中所体现渠道的决策为市场部的市场开发，制造部的资质认证，销售部的产品报价。在市场开发中对市场的开发决定发展后期所能销售的渠道，实操中一般选择全部开发，或者开发六个市场。平台第四季度华东、华北市场对商务与白领产品的销售需要资质认证，否则不能售卖。由于初始资金的限制决策者市场全开和资政认证中选择。在产品报价中，影响对相应的市场投放产品的数量，即销售渠道的选择。产品进行渠道选择投放基本方式有均单法和功能分排序法。均单法： $\text{预测订单} = \text{市场总需求数} \div \text{商品产品总数}$ （产品总数为各组所设计的某种产品总数）。功能分排序法： $\text{预测订单} = \text{该种产品评分} \div \text{当前市场总产品评分} \times \text{该种产}$

品在某市场需求量^[1]。

2.2.4 促销策略

平台中对于促销主要体现在产品报价以及广告投放，进行广告促销，但需要注意的是不同人群对广告敏感程度不同，对广告投放应当有所侧重。平台广告投放具有累积效应，广告促销策略应当如下：若市场容量较大，广告投放应当减少；若市场比较紧缩时，应当关注竞争对手产品的综合评分和其广告投放；根据现金流的情况以及市场需求量变化，选择性对某种产品进行多广告费用的投放，之后的季度通过广告累计效应进行广告促销。

3 创业之星平台创新与局限

创业之星平台旨在以赛促学，提升大学生创新创业能力，培养面对市场环境变化的思维能力。将课堂学习的理论知识融入实操操作中培养团队协作能力，提高组织运作能力以及创新能力。

3.1 创新

平台相比较其他模拟竞赛最大的创新之处在于市场变化及灵活性。创业之星平台每次模拟运营可以设计较多组数，市场容量并不固定。功能相对其他模拟运营平台较多，主要体现在可以组间交易、商业信息交易等功能，更加贴近现实企业运营。平台内置模板有效模拟不同制造业企业的运营。创业之星平台提供创业计划书撰写的评分。

3.2 局限

近年来，由于“学创杯”等赛事使用创业之星平台，

一直使用手环模板,参赛者只注重方案,对理论基础并不关心。创业之星平台操作上较为繁琐,如购买生产线、厂房购置或租赁、人员招聘等决策内容只能单个操作,如在中厂房放置4条生产线,需要操作4次。

4 总结

平台结束运营,对历史记录进行查看复盘,通过“反思”使学生对市场变化产生的面临的风险进行思考。面对不同的风险做出怎样的决策是复盘的重点,有效帮助学生之后的创业活动进行多方面、多维度的思考与行动。

大学生的创业素质是大学生创业成功众多因素中的关键内在因素^[2,3]。培养大学生创业素质有效方法将课程理论

基础通过实践操作的形式得到运用。通过创业之星培养的教学实践,为大学生创新创业教育提供良好的理论教学 and 实际操作环境,有效提升学生创新创业能力及思维,为社会输送创新人才。

参考文献

- [1] 钟赛男.“创业之星”软件开发与用户体验分析[J].无线互联科技,2019,16(15):39-40.
- [2] 辛玲.“智能+”时代下大学生创新创业特征探究[J].中国管理信息化,2021,24(1):239-241.
- [3] 杜传来,刘颜,杨剑婷.乡村振兴背景下高校面点人才“双创”能力提升路径研究[J].吉林工程技术师范学院学报,2021,37(11):56-58.