

主 编 王永友

副主编 赵 镇

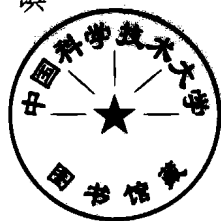
创业学概论

CHUANG YE XUE GAILUN

哈尔滨工程大学出版社

创业学概论

主 编 王永友
副主编 赵 镇



哈尔滨工程大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业学概论/王永友主编. —哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社, 2003

ISBN 7-81073-418-0

I. 创… II. ①王… III. 创造教育-高等学校-教材 IV. G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 009180 号

内 容 简 介

本书是为大学生普及创业学基本知识,以适应走向社会的需要而编写的教材。

哈尔滨工程大学出版社出版发行
哈尔滨市南通大街145号 哈工程大学11号楼
发行部电话:(0451)2519328 邮编:150001
新华书店经销
哈尔滨工业大学印刷厂印刷

*

开本 850mm×1168mm 1/32 印张 13 字数 320 千字

2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

印数:1—2 000 册

定价:20.00 元

序

读了王永友、赵镇同志的《创业学概论》书稿,欣喜之情油然而生。同时,我也了解到,《创业学》课程将逐步在高等学校的本科生教学中开设,这本书也即将作为一些高校的本科生教材投入使用,更使我愈加兴奋。

21世纪来临不久,人们曾经或正在用诸多词汇描述它、预测它,试图把握其脉搏,以至于能够驾驭它。全球化、知识经济、新经济、核心竞争力、赢者通吃等等所谓的新名词,人们已经耳熟能详。但是有一点可以明确,用多少词汇来勾勒新世纪,乃至新世纪最近几十年都不可能穷尽其现实。医学界著名学者和科学家曾在20世纪80年代预测,2000年之前人类将消灭艾滋病,并能治愈2/3的癌症。事实上,这一乐观的估计并未变成现实。同样,一些悲观的预言,即使似乎有科学的依据,也都没有得到充分的验证。

尽管这样,我们还是能够信心十足地说,21世纪,人类的生活质量会继续提高,知识、技术将成为财富的真正来源。其载体——人力资本将成为企业、社会发展的最重要的要素资源。同时,竞争会日益激烈,自由、个性将会有更加充分展现的空间。因此,新世纪的人才应该具有较高的智商、良好的情商、坚毅的逆商。

中国高等教育对大学生的培养模式正在一步一步地、渐近地发生变化,应试教育向素质教育的转变在艰难地、螺旋式地不断发生着,这是一场学习的革命。中国传统文化有着几千年沉淀下来的优秀集成,同时也有与时代、与世界、与发展相悖的些许累积。我们的学生学成以后,满腹经纶,但往往是纸上谈兵,远离现实,使人不免觉得眼高手低,有些人几十年工作下来,慨叹“英雄无用武之地”,免不了自嘲为“心比天高,命比纸薄”。

时代呼唤着我们每一个人,西方发达国家成功人士的发展轨迹昭示着我们,中国的大学生不仅要具有殷实学问,更要有创业精神和创业才能。与此同时,中国版本的《创业学》开始陆续诞生了,这门课也开始在一些高校本科生、研究生中开设了,这是一件令人振臂高呼的事情。《创业学》不仅 MBA 要学,经济与管理专业的本科生、研究生要学,其他专业的学生,尤其是工科院校的学生也要学。通过老师的讲述和自学,可以在较短的时间里使学生的创业精神、创业思维得以升华,使学生的创业构想日益清晰,进而使学生的综合素养得以跃升。王永友、赵镇两位教师编写的《创业学概论》一书集成了国内外这一学科的精华,同时渗入了自身研究的许多有益成果。两位年轻人以满腔的热情、求实的精神投入《创业学》的研究与写作之中,令人感动!

本书内容完整、逻辑清晰、结构紧凑,既有理论阐述,又有实际案例,作为学生教材委实可用,作为有志创业的智者、行者,读了这本书也会裨益颇深。我愿意向朋友们推荐这本书香芬芳、活力蓬勃的《创业学概论》。

读万卷书,行万里路,这本书真的也许会使你走好人生最紧要的几步。

李柏州

2003 年 1 月

前言

当人类社会跨入第三个千年之时,世界各国的经济、政治、文化在全球化浪潮的推动下,互相之间的影响撞击越来越强烈,互相之间的渗透融合越来越紧密。世界是一个大舞台,各个国家、各个民族都可以在这个舞台上尽情表演、尽情发挥。世界是一个大家庭,各个国家、各个民族都能够在这个家庭里和睦相处、共享太平。这是一个全人类共同的理想,一个需要全社会共同努力去创造才能够实现的理想。要实现这个理想,就需要让人类社会创造的一切文明成果造福于民,就需要将这些优秀成果转化为服务于民的现实生产力,就需要一代又一代的人去奋斗,这个奋斗的过程就是人类的创业历程。

现代意义的创业始于上个世纪 70 年代。在美国,一大批创业者开始了不平凡的创业旅程,他们为美国的经济、社会发展创造了巨大的财富。在中国,自上个世纪 80 年代初改革开放以来,早期创业者们开始了最原始的资金积累,为中国 21 世纪的腾飞奠定了厚实的物质基础。但是中国当初的创业浪潮是自发的,基本处于一种无序状态,技术含量低,粗放型经营。到了 90 年代末期,随着全球化浪潮的加剧,中国的改革开放也进入到了一个崭新的时代。一方面,国企改革全面推进,产业结构加快调整,下岗职工大幅增加,失业问题相当严重;另一方面,中国加入 WTO 后,国际竞争加剧,企业生产率不断提高,中国社会就业压力不断加大,大学生的就业形势日趋严峻,同样面临就业难的问题。为此,解决就业问题成为政府有关部门的头等大事。同时,随着世界一体化进程的加快,以信息技术为代表的知识经济时代的诞生,正在不断地改变着中国社会传统的产业格局;成功加入 WTO,使中国正面临着巨大的发展机遇。要提供更多的就业机会,其关键是要解决创业问题,没有人创业,哪儿来的就业?要抓住发展的机遇,其关键就是要有更多的人积极投身于创业事业,没有人创业,再多的投资机会,也

不能转变为社会财富。到今天为止,中国社会高素质的人真正创业的比例很低,有许多希望创业的人却不具备创业的素质、能力和创业的条件。国家需要创造一种鼓励那些具有高学历、高职称的高素质人才创业的环境和氛围,同时也需要培养更多具有创业素质 and 创业能力的高层次人才去投身于创业事业。

能够在这—进程中尽自己的一点绵薄之力,一直是我的心愿。自1998年国内第一届大学生创业计划竞赛在清华大学举办以来,我就想如何能够让更多的大学生在大毕业后真正走上一条创业路,充分展示并发挥大学生的高学历、高素质优势,为中国社会早日实现现代化创造更多的物质财富。最好的办法就是在大学生中开展创业教育,让更多的高学历高素质人才早日培养起创业的意识、掌握创业的本领、把握创业的机会,努力去实现整个中华民族伟大的创业梦想,去圆中华民族伟大的复兴之梦。在接下来的几年里,许多高校同行都不约而同地意识到了创业教育的重要性;更值得一提的是这一问题也引起了教育部等有关政府部门的重视和支持。一些高校开始在本科生中开设创业教育选修课,一般是采取专题讲座的形式,没有专门的适用于本科生学习的创业教育教材。为了解决这一问题,三年来,我一直在收集有关方面的资料并进行了深入细致的研究。2002年8月底,教育部在北京召开了全国高校创业教育研讨会。在会上,各大学的与会代表普遍感到了在本科生中开展创业教育的重要性,但是,大家又都不约而同地提出了一个同样的问题——创业教育课怎么开?用什么教材?谁去讲?怎么讲?其实,这个问题也是我一直在思索的问题。这次会议的成功召开,使我更加深刻地意识到,当前最迫切的问题是需要一本适用于高校本科学生的创业教育教材。于是,回到学校以后的第一件事就是如何将这几年来的研究与思考变成现实,编写一本适用于我国国情的本科生创业教育教材。当然,加速这一进程的还有一个因素,那就是我所在的学校领导和教务处等有关部门很快批准了我提出的建议——立即在全校本科学生中开设创业教育选修课,学校创业教育选修课的开设也同样需要一本适用的教材。

之所以把这本书取名为《创业学概论》，主要有两方面原因。一是全书主要阐述创业所需的有关知识，故而称之为创业学；二是全书仅限于阐述与创业有关的基本知识，故而取名为概论。全书共分十一章，由王永友任主编并编写了第一章至第六章，赵镇任任副主编并编写了第七章至第十一章，全书由王永友统稿，并搜集整理了所有案例及附录。第一章绪论主要向读者介绍了创业浪潮的兴起、美国社会的创业情况和中国社会的创业情况，让读者能够真实地感受到创业时代已经到来，如何去建造一个我们自己的创业社会。第二章创业学与创业教育主要向读者介绍了创业学学科的定位及其核心内容、美国开展创业教育的情况、中国开展创业教育的情况，让读者走进创业学学科，了解创业学的基本知识，通过对中美两国创业教育的比较，亲身感悟开展创业教育的必要性。第三章创业者主要向读者介绍创业者应具备的能力、成功创业者的素质、创业经验的积累以及创业经理人和创业企业家的特征，让读者了解自己距离一个成功的创业者还有什么差距，怎样努力才能成为一个成功的创业企业家。第四章创业团队主要向读者介绍团队的重要性、优秀团队的特征、团队的组建，让读者学会主动培养自己的团队精神，懂得如何去组建一支优秀的创业团队并领导这支团队去争取创业的成功。第五章创业机会主要向读者介绍什么是创意、什么是商机、商机的选择标准、寻找信息的来源、如何选择和把握商机，让读者学会区分创意与商机的不同，学会把握创业的时机并能够在众多的信息源面前发现有价值的商机。第六章创业计划主要向读者介绍制定创业计划的重要性、制定创业计划前的准备、创业计划的基本要素和创业计划的基本格式，让读者清楚为什么要制定创业计划，懂得怎样才能制定出一份完善的创业计划去打动投资者的心。第七章营销计划主要向读者介绍市场营销的重要性、市场营销活动和营销计划的内容，让读者明确制定营销计划的重要性，如何制定营销计划以及制定一份什么样的营销计划。第八章财务计划主要向读者介绍财务报表、财务预测、财务与风险分析，让读者掌握损益表、资产负债表、现金流量表等财务报表，懂得如何进行目标利润以及资金需求的预测，如何进行财务与风险

分析。第九章创业融资主要向读者介绍创业资源的选择、融资的类型、融资的来源、融资的过程和制定筹资战略,让读者熟悉都有哪些创业资源可以利用,债务融资与资本融资的优缺点是什么,创业者应如何筹集创业所需要的资金等。第十章风险投资主要向读者介绍风险投资的概念、性质、原则和特征、风险投资的运作机制和运作步骤,让读者了解风险投资的基本常识,掌握风险投资的运作过程,懂得如何才能吸引风险投资。第十一章创业管理主要向读者介绍创业管理的内涵和创业管理活动,让读者熟悉创业初期的管理,创业企业组织模式和管理模式的选择,掌握对初创企业而言最重要的质量管理、风险管理、时间管理和人力资源管理。

全书有三个显著特征。一是摒弃空洞的理论说教,尽量做到与实际应用相结合,力求使读者在阅读时不至感到枯燥乏味,甚至晦涩看不懂。二是在每一章后面配一个案例,尽量做到与本章内容有相关的结合,力求使读者在阅读后能够帮助理解本章及全书的相关内容;所有案例均来自于事实,绝非虚构;每一个案例还拟定了几道预习题,可以帮助读者在阅读时有目的地进行思考。三是在附录部分给读者提供了一份真实的创业计划书,有助于读者在学习结束后进一步全面理解全书的内容;同时在附录中还提供了有关的创业法律法规和创业服务机构介绍,可以帮助那些真正有志于创业事业的读者实现创业的梦想。可以说,全书始终以读者的实际应用和创业实践为前提、为核心、为基础来展开,具有很强的现实性、针对性、应用性特征。

本书既可作为高等学校本科生开展创业教育的教材,也可作为有志从事创业事业的创业者的参考书;既可作为有关人员开展创业教育研究之用,也可作为高校学生特别是理工科学生的课外读物。由于作者的水平有限,再加之时间仓促,书中难免会有缺点和错误,恳请读者批评指正。

编者

目 录

第一章 绪论	1
创业与创业革命	1
创业在美国	1
创业在中国	3
建造创业社会	5
美国的创业社会	5
中国的创业社会	6
案例一 澳视公司的起起落落	9
第二章 创业学与创业教育	15
创业学	15
学科定位	16
核心内容	17
创业教育	17
美国的创业教育	18
百森学院	19
贝勒大学	20
卡耐基梅隆大学	21
德克萨斯州立大学 ICC 学院	22
仁斯里尔理工学院	23
科罗拉多大学波尔德分校	24
芝加哥伊利诺大学	24
马里兰大学	25
宾夕法尼亚大学沃顿商学院	26
中国的创业教育	26
中国创业教育的现状	27
创业活动与创业环境	28
北京航空航天大学创业管理培训学院	30

创业教育专家体系	32
案例二 迈克·希雷	34
第三章 创业者	40
创业者素养与特质	40
创业者应具备的能力	41
创新能力	41
策划能力	42
组织能力	44
指挥能力	45
控制能力	46
协调能力	47
成功创业者的特质	48
勇于承担责任 有恒心有毅力	49
出色的领导力量	49
善于把握商业机会	50
善于驾驭创业风险	50
足够自信且善于学习	51
有目标有动力 始终保持清醒	52
创业经验的积累	52
创业经理人与创业企业家	54
建立创业文化的能力	55
独特的领导能力	55
善于化解矛盾的能力	56
独有的管理风格	56
获取信任的能力	56
基于传统的管理能力	57
行政管理能力	57
熟悉相关的法律法规	58
市场营销能力	58
企业生产与运作能力	59
财务管理能力	59

案例三 伯特塞蜂公司	61
------------------	----

第四章 创业团队 68

团队的重要性与优秀团队的特征	68
团队的重要性	68
优秀团队的特征	69
团队的凝聚力	70
团队的合作精神	71
团队的敬业精神	71
对待团队成员的公正性	72
团队的共同目标	72
团队的组建与团队激励机制	73
团队的组建	73
企业的创始人	74
企业的商业机会	75
企业的外部资源	76
企业的价值现与发展目标	76
团队激励机制	77
案例四 赛默根照明公司	82

第五章 创业机会 90

创意与商机	90
创意为何物	90
什么是商机	91
创业时机	93
商机的选择与把握	94
商机的选择标准	94
行业与市场问题	95
资本与获利问题	98
竞争优势问题	100
管理团队问题与缺陷	102
把握的标准问题	103
战略性差异问题	104

寻找信息来源	105
购买现已存在的企业	105
特许权经营与专利技术	106
公司、非营利研究机构及大学院校	106
善于与各方面的人接触	107
充分利用网络	107
选择并把握商机	108
案例五 户外景色公司	109

第六章 创业计划 115

创业计划的概念	115
制定创业计划的重要性	116
制定创业计划前的准备	117
了解并掌握投资者的观点	117
掌握基本步骤及写作技巧	118
把握创业计划的基本要素	119
创业计划的写作	121
创业计划的基本内容	122
创业计划的基本格式	122
封面或首页	122
内容表或目录	122
摘要	123
公司介绍及其产品或服务	124
市场调研和竞争分析	125
创业企业的经济财务形势	128
管理团队与组织模式	129
营销计划	131
设计、生产与运营计划	133
财务计划	135
风险分析	137
附加文件	137
案例六 国际传真公司商业计划	138

第七章 营销计划 152

市场营销	152
市场营销的重要性	152
什么是市场营销	153
市场营销活动	154
营销计划	154
市场分析	154
市场研究	155
目标市场选择	158
市场定位	166
竞争分析	167
确认竞争者	167
了解竞争者策略	168
了解竞争者目标	168
了解竞争者优势与劣势	169
营销战略	170
产品策略	170
价格策略	175
销售渠道策略	177
促销策略	179
基本结论	181
案例七 史密夫奥远衫商店如何起死回生	182

第八章 财务计划 186

财务报表	186
损益表	187
损益表的格式	187
多步式损益表的编制方法	188
ABC 公司损益表实例	189
资产负债	191
产生的理论基础	191
结构与编制方法	192

ABC 公司资产负债表实例	193
所有者权益	196
现金流量表	198
现金流量表的结构	199
现金流量表的编制方法	201
ABC 公司现金流量表实例	202
财务预测	203
目标利润预测	203
企业盈利的相关因素	203
ABC 公司目标利润预测	204
资金需求预测	206
资金需求预测的步骤	206
ABC 公司的资金需求预测	206
财务与风险分析	212
财务比率分析	212
所有者权益净利率	213
资产净利率	213
销售净利率	213
总资产周转率	213
流动比率	213
速动比率	213
盈亏平衡分析	214
案例八 PC 组装公司	216

第九章 创业融资 235

创业资源选择	235
财务资源	235
财务资源的种类	236
几个关键问题	236
人力资源	238
人力资源的基本含义	238
需要做出的决策	239

融资类型	240
债务融资	241
资本融资	241
资本融资的特点	241
资本融资的渠道	241
融资选择及其影响因素	241
融资来源与融资过程	244
内部融资主要来源	244
经营利润	244
出售资产的收入	245
应收账款的回收	245
外部融资主要来源	245
个人资金	245
银行贷款	246
商业信用贷款	247
信用额度贷款	247
政府资助	248
大公司支持	248
风险投资	248
出售股票	249
创业融资的过程	250
寻找阶段	250
选择阶段	251
评价阶段	252
决策阶段	252
介入阶段	252
制定筹资战略	253
筹资战略目标	253
满足资金需要目标	253
满足资本结构调整需要目标	254
提高筹资竞争能力目标	254
资本结构战略	254

寻找备选方案	255
进行一致性评价	255
批准实施与调整	256
筹资战略的制定	256
不同筹资方式的特点	256
战略类型选择	257
发展良好的融资关系	259
发展与银行的关系	259
发展与风险投资家的关系	260
发展与其他投资者的关系	261
案例九 国际传真公司日本子公司	262

第十章 风险投资 277

风险投资的概念	277
风险投资的性质、原则、特征	278
风险投资的性质	278
参与性	278
长期性	278
追求增加价值	278
风险投资的原则	278
组合投资原则	279
联合投资原则	279
分类投资原则	279
匹配投资原则	280
风险投资的特征	280
权益性投资	280
投资“产品”是企业	280
没有担保的投资	281
高风险的投资	281
目的是高回报	282
流动性小的中长期投资	282
高专业化、程序化的组合投资	282