

创业学

葛建新 主 编
周卫中 傅晓霞 副主编



清华大学出版社

创业学

葛建新 主 编
周卫中 傅晓霞 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书以创业过程为主线,按照“创业准备”、“项目启动”、“创业管理”和“创业发展”的逻辑顺序,对新创企业在发展过程中可能遇到的问题进行编写。主要内容围绕创业与管理哲学、新创企业发展中的核心问题如会计控制、营销、人力资源、生产与技术等方面展开,对管理的重点、难点以及策略等问题进行了介绍。在编写过程中,既注重实用性、时效性,以丰富读者的相关创业知识为目标;又注重系统性、理论性,力求提升创业者对创新与创业精神、创业内涵的理解。每章都附有案例,介绍已往创业者在企业发展不同时期的经验,以期读者从中找到可资借鉴的经验教训,并达到举一反三的效果。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13901104297 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用清华大学核研院专有核径迹膜防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

创业学/葛建新主编. —北京:清华大学出版社,2004.10

ISBN 7-302-09538-8

I. 创… II. 葛… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 094448 号

出 版 者:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客 户 服 务:010-62776969

责任编辑:苗建强

印 刷 者:北京密云胶印厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×230 印张:21.25 字数:419千字

版 次:2004年10月第1版 2004年10月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-09538-8/F·939

印 数:1~4000

定 价:32.00元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103 或(010)62795704

20世纪中后期以来,随着经济的腾飞与科技的发展,各国支持技术创新的外部环境也发生了相应的变化,一大批中小企业应运而生,其中微软、英特尔等以技术起家的公司借助资本市场之力,迅速成长为对全球经济有举足轻重影响的跨国公司。在这样的背景下,创新与创业问题逐渐成为学术界一个十分活跃的研究领域。

中国自改革开放以来,越来越重视创业活动,快速增长的经济实力催生了大量的创业机会。但是,从创业者的素质、创业者的能力等方面考察,我国的创业活动尚处于较低水平,这与全社会长期缺乏创业教育有关。如果创业者缺乏系统的创业知识技能以及相关的培训,只是凭借运气、热情以及个人自发的经验去创业,便有可能导致创业失败或成功的延迟,造成精力、财力的浪费,也会对社会资源配置带来损失。因此,只有当社会对创业活动的关注、引导与创业教育、培训相结合时,才能将创业者的激情转化为创业成功的现实。

中国的创业教育始于20世纪90年代末,受到世界上高技术领域的创业热潮的影响,创业教育逐步得到社会重视。在一些大学、职业技术学院相继开设了创业教育课程。发达国家的经验表明,创业教育既要重视创造性、自立性、主动性、责任感等创业精神的塑造,也要重视工商管理知识的培育,只有通过创业知识与管理技能教育,才能提高全社会的创业能力。

推广普及创业教育培训是创业活动得以顺利开展的必要条件,在这方面高等教育责无旁贷。为此,我们在借鉴国内外相关研究成果的基础上,编写出这本教材,在内容的取舍上既注重实用性、时效性,以丰富读者的相关创业知识为目标;又注重系统性、理论性,力求提升创业者对创新与创业精神、内涵的理解。

本书是集体劳动的成果,由葛建新任主编,周卫中、傅晓霞任副主编。各章撰写情况是:导论、第六章、第十二章,葛建新;第一章、第二章,周卫中;第三章、第五章,张淑君;第四章、第七章,林光;第八章,林光、李玲;第九章、第十章,傅晓霞;第十一章,李丽。

感谢中央财经大学商学院领导、老师们的大力支持,为这样一个充满潮气和富于进取

心的团队提供了良好的工作氛围;也感谢清华大学出版社对本书出版的帮助,为我们提供了一次难得的学以致用机会。

创业学是一门新课程,本书在结构安排、内容规划、术语规范等方面难免存在需要进一步探讨的问题,错误与疏漏之处,恳请读者批评指正。

编者

2004年6月

导论	1
第一篇 理解创业	
第一章 创业与管理哲学	9
第一节 创业的含义	9
一、创业的定义	9
二、创业的要素	13
三、创业过程	15
四、创业理论的研究动态	19
第二节 管理哲学的含义	21
一、管理哲学的范畴	21
二、管理哲学的框架	22
三、管理存在哲学	25
第三节 管理哲学在创业中的重要性	29
一、认识企业的本质	29
二、理解企业的目的体系	32
三、整体把握创业活动	33
本章小结	34
案例：本田宗一郎	35
案例分析题	38
复习思考题	39
第二章 创业者与企业家精神	41
第一节 有关创新的理论	41

一、熊彼特的创新理论	41
二、德鲁克的创新理论	43
三、创新理论的研究动态	45
第二节 创业者	46
一、创业者的含义	47
二、创业者的分类	49
三、创业者的基本特征	52
第三节 企业家精神	56
一、创造事业	56
二、获得财富	59
三、支配他人	60
本章小结	62
案例：爱迪生与通用电气公司	63
案例分析题	64
复习思考题	64

第二篇 创业机会的识别

第三章 创业环境分析	67
第一节 创业环境分析的目的与方法	67
一、创业环境分析的意义	67
二、创业环境分析的目的	68
三、创业环境分析的方法	70
第二节 宏观环境分析	71
一、政治环境	71
二、经济环境	72
三、社会环境	73
四、科技环境	74
五、自然环境	74
六、法律环境	74
第三节 行业环境分析	74
一、行业的发展阶段	75
二、行业的进入壁垒	76
三、行业的退出壁垒	79

四、行业发展的影响因素	79
五、行业的市场前景	80
第四节 微观环境分析	81
一、供应商	82
二、中介单位	82
三、顾客和竞争者	83
四、公众	84
第五节 中国创业环境的分析和评价	85
一、中国创业环境的分析	85
二、中国创业环境的总体评价	90
本章小结	93
案例：惠普(HP)的诞生	93
案例分析题	95
复习思考题	95
第四章 事业内容的确定	97
第一节 事业的含义	97
一、事业的定义	97
二、事业内容的层次和特点	100
三、事业机会	105
第二节 确定事业内容的意义	108
一、持续发展的保证	108
二、成功起步的基石	109
三、稳定成长的关键	110
四、顺利扩张的助推器	111
第三节 确定事业内容的原则	112
一、结合行业特征	112
二、发挥资源优势	113
三、适应市场状况	114
四、符合产品特性	116
五、反映技术发展趋势	117
本章小结	118
案例：复星集团的事业发展	119
案例分析题	121

复习思考题..... 121

第三篇 企业的创建

第五章 创业计划	125
第一节 创业计划的概念与作用	125
一、创业计划的概念.....	125
二、创业计划的作用.....	126
三、制定创业计划的注意事项.....	126
第二节 创业计划的内容	128
一、创业计划摘要.....	128
二、企业介绍.....	129
三、产品与服务.....	130
四、市场分析与营销策略.....	131
五、产品制造.....	131
六、管理团队.....	132
七、财务管理.....	133
八、附录.....	133
第三节 创业计划的写作	134
一、制定创业计划的基本步骤.....	134
二、创业计划的框架结构.....	135
三、编写创业计划应注意的问题.....	137
四、创业计划的评价.....	138
本章小结.....	140
案例：健身中心的创业计划.....	140
案例分析题.....	149
复习思考题.....	149
第六章 创业融资	151
第一节 融资的基础知识	151
一、融资的定义.....	151
二、融资渠道与融资方式.....	152
三、融资的种类.....	154
四、资本结构决策.....	155

第二节 新创企业的资本需求	157
一、不同阶段的资本需求特征	157
二、融资的基本原则	159
三、融资的注意事项	160
四、资本需求量的测算	161
第三节 租赁	163
一、租赁的基本内容	163
二、创业租赁	164
三、租赁对新创企业的适用性	165
四、融资租赁的程序	165
第四节 创业投资	166
一、创业投资的内涵	166
二、中国创业投资的基本情况	167
三、获得创业投资的方法	170
本章小结	173
案例：创投联手孵化尚阳科技	173
案例分析题	176
复习思考题	177
第七章 企业的创办	179
第一节 企业的法律形式	179
一、个人独资企业	179
二、合伙企业	180
三、公司企业	181
第二节 企业的设立	182
一、企业法人	183
二、开业登记	183
三、个人独资企业的登记	184
四、合伙企业的登记	184
五、有限责任公司的登记	186
六、股份有限公司的登记	187
第三节 企业名称系统的管理	187
一、企业名称与企业域名的管理	188
二、产品名称与品牌名称的命名	193

本章小结	196
案例：世界著名的命名机构	196
复习思考题	198

第四篇 管理体系的形成

第八章 会计控制	201
第一节 会计控制的目标与原则	201
一、会计控制的目标	201
二、会计控制的原则	202
三、会计控制的分类	203
第二节 会计控制的基本方式与主要内容	204
一、会计控制的基本方式	204
二、会计控制的主要内容	206
三、会计控制的关键点	209
第三节 审计控制	210
一、内部审计控制的作用和内容	210
二、内部审计控制的方法	211
三、内部审计报告制度	211
第四节 会计控制中的典型问题分析	212
一、关于会计舞弊的举例	212
二、会计舞弊的主要方式	213
本章小结	215
案例：巴林银行的倒闭	215
案例分析题	218
复习思考题	218
第九章 营销管理	219
第一节 寻找目标市场	219
一、市场细分	219
二、目标市场选择	224
三、市场定位	226
第二节 开发与研制产品	227
一、树立正确的营销观念	227

二、开发适应需求的产品	228
三、设计独特的产品品牌	231
四、选择合适的包装策略	232
五、构建合理的产品组合	233
第三节 制定价格与销售渠道	233
一、确定适当的价格	234
二、选择合适的分销渠道	237
第四节 整合促销手段	240
一、广告	240
二、人员推销	242
三、公共关系	243
四、营业推广	244
本章小结	246
案例：联邦快递创业成功的秘密	246
案例分析题	250
复习思考题	250
第十章 人力资源管理	253
第一节 制定人力资源规划	253
一、新创企业不同阶段的人力资源管理	254
二、完善新创企业的组织架构	256
三、规划新创企业的人力资源	257
第二节 人员的招聘与配置	260
一、人员的招聘	260
二、人员的配置	262
第三节 培养高效的创业团队	267
一、团队的构成要素	267
二、组建团队的意义	269
三、有效团队的特征	269
四、保持创业团队的稳定	270
本章小结	271
案例：“三剑客”创业：成也友谊 败也友谊	272
案例分析题	274
复习思考题	274

第十一章 技术管理	275
第一节 技术管理体系	275
一、技术与技术管理	275
二、技术系统	277
三、技术发展战略	280
第二节 技术研发项目管理	282
一、研发项目的确定	282
二、项目研发的组织模式	283
三、项目研发过程控制	285
四、研发项目融资	285
五、研发成果管理	287
第三节 技术创新管理	287
一、技术创新的概念及分类	287
二、技术创新的必要性	290
三、技术创新与市场机会	291
四、技术创新激励	293
五、避免技术创新的误区	294
本章小结	296
案例：诞生于小屋的百亿梦想	297
案例分析题	299
复习思考题	299

第五篇 新创企业的发展

第十二章 企业扩张	303
第一节 市场扩张战略	303
一、产品——市场开发分析矩阵	303
二、市场渗透战略	304
三、市场开发战略	305
四、多元化战略	306
第二节 并购战略	308
一、并购的概念与类型	308
二、并购的收益与风险	309

三、并购目标企业的确定与价值评估	310
四、并购资本的筹措	311
五、并购之后的企业整合	312
第三节 创业板股票融资	313
一、股票融资的优劣	313
二、深圳证券交易所中小企业板	313
三、境外融资市场	314
四、境外上市需要注意的事项	317
本章小结	318
案例：鑫盛世纪的融资之旅	318
案例分析题	322
复习思考题	322
参考文献	323



一、创新与创业——经济发展中最活跃的因素

人类社会发展到今天,关于创新以及创新之于社会发展推动作用的著述可谓汗牛充栋,而作为创新的一种特殊表现形式——创业,同样在推动一国(地区)经济发展过程中起着不可低估的作用。正是由于越来越多的个人和团队,通过自主创业的方式将技术创新与创业有机结合起来,才催生了一些新的产业、新的市场,极大地促进了技术成果转化、产业结构升级,并提供了大量的就业岗位。

全球创业观察项目曾将一国或一地区的全员创业活动指数(TEA)与GDP增长率进行时间序列回归分析,统计结果显示:创业活动与一年后的经济增长情况中度正相关,这种相关关系可以通过统计检验;创业活动与两年后的经济增长情况正相关,相关性也更高,而且,这种相关关系也可以通过统计检验。同时,统计数据也表明,创业活动活跃的国家或地区,经济增长速度快。尽管有的国家(地区)创业活动不太活跃,经济增长仍然很快,但是,并没有出现一个国家(地区)创业活动活跃但经济增长速度低的情况^①。在我国,创业活跃的地区也是经济增长快的地区,如北京、上海、广东省,而创业活动不活跃的地区,也是经济增长不快的地区。

由于创新与创业是经济发展中最活跃的因素和最重要的动力之一,各国纷纷制订相应政策支持创业活动。在中国,改革开放以来,随着社会主义市场经济体制的不断完善,各级政府普遍对创业活动予以支持,创业者的层次、创业活动的类型和创业领域,随之得以提升和丰富,出现了一大批像联想、用友软件等著名的企业集团。

创新与创业精神是一个国家和民族发愤图强的根本,在青年人中尤其要鼓励这种精神。近年来,中国十分重视推广面向青年群体的创业项目,如由团中央批准、中国青少年发展服务中心主办的“彩虹工程”创业就业项目,以及各地的大学生创业项目等。2004年3月,全国首个支持大学生自主创业的实践基地在广州地区大学生创业基地正式竞拍,该

^① 姜彦福,高建,程源等.2002全球创业观察中国报告.北京:清华大学出版社,2003,49~50

基地旨在为大学毕业生提供就业、创业机会,第一期竞拍共有 82 个创业团队组队参加,报名者既有应届毕业生,也有往年毕业生^①。由团中央主办的 SYB(Start Your Business)项目目前已经启动,该项目将在全国设立 100 家创业基地,以创业基地为基础开设下属培训基地,开展创业指导培训,广泛地搜集并提供创业信息^②。除此之外,各种提供创业服务的网站也相继登场,为创业者提供了信息交流、培训的平台(网址见附录)。

二、中国创业活动的特点

根据清华大学中国创业研究中心和清华创业园联合发布的《2003 全球创业观察中国报告》,从创业动机与行业选择、创业者年龄、创业培训教育等方面看,中国创业活动具有如下特点^③:

第一,从个人参与创业的动因看,创业分为两种类型:生存型创业和机会型创业。前者是指创业者没有比创业更好的就业机会;后者是指创业者把创业作为其职业生涯的一种选择。报告显示,中国创业活动是以生存型为主导,这一类型的创业活动占全部创业活动的 53%。

在创业者中,绝大多数受过初等以上的教育,但是,随着受教育程度的提高,参与创业活动的人数减少。中国创业者的行业分布集中程度依次为消费服务业、制造业、采掘业和企业服务业,数量较大的生存型创业者向消费服务等创业门槛较低的行业聚集,而数量相对较少的机会型创业者则向企业服务业等创业门槛较高的行业聚集。

第二,2003 年中国的全员创业活动指数为 12.3%,即每 100 位年龄在 18~64 岁的成年人中,有 12.3 个人参与创业活动。其中,男性创业者略多于女性创业者,中国男性创业活动指数为 12%;而女性创业活动指数为 11.16%,这一指数在所有成员单位中名列第 6 位,即中国属于女性创业很活跃的国家。

在创业类型上,男女的创业活动也不相同。在生存型创业中,男性的全员创业活动指数为 5%,女性全员创业活动指数为 7.29%;在机会型创业中,男性的全员创业活动指数为 6.98%,女性的全员创业活动指数是 3.83%。

第三,尽管各级政府对于创业教育与培训的重视程度已经大幅提高,但是,调查结果显示,仅有不到四成的创业者认为自己拥有创业所需要的技能和经验。这表明,有关部门应该继续推进全面的创业教育以及工商管理知识教育与培训,帮助创业者掌握创业的知识与技能。

① 大学生创业基地首拍成功。北京青年报,2004 年 3 月 22 日,A12 版

② “今夏将创业进行到底”。北京青年报,2004 年 6 月 7 日,C12 版

③ “专家细解中国创业报告”。北京青年报,2004 年 5 月 24 日,C5 版

三、中国高等学校的创业教育

推广创业教育是广泛开展创业活动的必要条件,是创业者将潜在商业机会转变为事业的基础,联合国教科文组织曾将创业能力比喻为学习的“第三本护照”。在美国,创业教育已经有几十年的历史,创业学成为商学院和工程学院中发展最快的教学科研领域,大部分高校都开设了创业教育相关的课程,有的学校还设置了创业学或创业研究专业。

为了适应社会对创新人才的需求,与国外高校创业教育接轨,中国教育部门已经将创业教育纳入整体教育规划之中。2002年4月,教育部高教司在北京召开了普通高等学校创业教育试点工作座谈会,把对大学生进行创业教育,培养具有创新精神、创业能力的高素质人才作为高等学校的重要任务,并确定中国人民大学、清华大学、北京航空航天大学、黑龙江大学、上海交通大学、武汉大学、南京经济学院(现为南京财经大学)、西安交通大学八所高等院校为创业教育试点院校^①。此后,教育部又先后几次举办创业教育师资培训。创业教育已经成为我国高等教育的重要组成部分,目前全国已有几十所高校开设了“创业学”或“创业管理”等创业教育课程,课程性质既有选修课,也有必修课,学生层次既有本科生,也有研究生。这些课程受到学生的普遍好评,有的高校每学期选课学生高达一千人以上。

从高等学校的特点及其在社会发展中的地位、作用来看,高校的创业教育应该是现有的专业教育的延伸与补充,是创新教育、素质教育的深化与发展,其目的在于培养学生的创新精神、创业意识、创业素质和创业能力。具体说来,创业教育要通过揭示创业的客观规律和本质,使学生树立创新理念,了解市场运行机制,掌握创业的基本技能和策略。当前中国高校创业教育还处于试点之中,创业教育体系尚未明确。为此,一方面要确定创业教育的人才培养目标、课程设置、教学内容与教育方式,另一方面要通过多种途径加强创业教育的师资队伍建设,包括与国外领先的研究机构合作、到国外学习进修、增加教师商业实践机会等。此外,还可以聘请具有丰富实践经验的管理专家、技术专家、企业家等通过开设讲座、论坛等方式给学生授课,在校园与企业间搭起沟通的桥梁。

四、创业学的基本内容

创业学(Entrepreneurship)是一门以创业为研究对象、揭示创业的本质和客观规律的管理学科。在明确创业学的基本内容之前,首先需要了解什么是创业。

作为一个经济范畴,创业是指为了创建新企业而进行的以创造价值为目的、以创新方

^① 王永友,赵镇. 创业学概论. 哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社,2003,28