

职业教育系列教材

ZHIYEJIAOYUXILIEJIAOCAI

创业教程

张自强
主编

3



中国财政经济出版社

644

F-270-43
336

职业教育系列教材

创 业 教 程

张自强 主 编

邓庆宁 主 审

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创业教程/张自强主编. —北京: 中国财政经济出版社,
2001.11

职业教育系列教材

ISBN 7-5005-5370-6

I. 创… II. 张… III. 企业管理-职业教育-教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 074027 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@drcc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京市密云县印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 9.5 印张 225 000 字

2001 年 11 月第 1 版 2001 年 11 月北京第 1 次印刷

印数: 1—4 560 定价: 21.00 元

ISBN 7-5005-5370-6/F·4758

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编写说明

改革开放以来，我国的职业技术教育事业得到了长足发展。但是，随着职业教育改革的推进，职业学校使用的教材有不少内容已经明显地落后于社会与经济发展的形势，许多教材的结构繁杂、体系陈旧，理论与实践脱节的矛盾十分突出。为了适应新世纪对职业教育发展的时代要求，适应社会经济发展和教学改革的需要，我们组织编写了这套职业教育系列教材。

在编写过程中，我们力图使教材体现时代性、实用性和新颖性的特点，尽可能减少对理论知识过多的描述，在介绍有关基本知识的同时，注意结合专业实务，精选典型案例进行讲解、分析，使学生既能掌握基本原理和一般知识，又能解决实际工作中的具体问题，增强实际操作技能，达到应知应会、学以致用目的。

《创业教程》一书由广东省惠州商业学校张自强担任主编，广东省惠州旅游学校刘中长

参编，由广东省惠州商业学校邓庆宁负责全书的主审。

本系列教材除了适合职业学校的教学使用外，也适用于各类职业培训、技术职称考试、自学进修等需要。

本系列教材在编写和出版发行中，得到了有关学校的领导和老师以及中国财政经济出版社领导和编辑的大力支持与帮助，在此一并表示衷心的感谢！

由于编者水平有限，编写工作离教材创新的要求仍然有一定的距离，教材中存在错漏与不足之处在所难免，敬请读者批评指正。

编 者

2001 年 10 月

目 录

第一编 创 业 准 备

第一章 导论·····	(2)
一、创业的意义·····	(2)
二、创业的规律·····	(4)
第二章 做命运的主人·····	(10)
一、竞争是现代社会的铁律·····	(10)
二、人生没有免费的午餐·····	(11)
三、认识自我,做命运的主人·····	(13)
第三章 有志者应创业·····	(19)
一、每个人都有创业的才干·····	(19)
二、学以致用·····	(21)
三、学会自我设计·····	(23)
四、创业的根本在于行动·····	(24)
第四章 创业者的素质培养·····	(27)
一、创业者的个性素质·····	(27)
二、创业者的文化素质·····	(35)
三、创业者的领袖素质·····	(38)

第二编 创业实务

第五章 经营设想与商业企划	(43)
一、经营设想的形成和市场可行性分析	(43)
二、商业企划——企业经营的策略规划	(48)
三、商业计划书	(57)
第六章 创业组织选择与实施	(70)
一、选择适合的企业组织形式	(70)
二、企业创立与工商税务登记	(94)
三、选聘社会中介组织	(104)
第七章 企业产品与服务	(110)
一、产品与服务是企业价值的载体	(110)
二、企业产品层级	(115)
三、企业服务类型	(120)
四、企业产品与服务决策	(125)

第三编 创业战略

第八章 企业经营战略	(130)
一、公司经营战略	(130)
二、经营战略的制定	(137)
三、经营战略的实施	(142)
第九章 企业营销策略	(160)
一、没有成功的营销，就没有成功的经营	(160)
二、市场营销体系	(161)
三、广告策划	(168)
四、以优质服务取胜	(178)
五、完全以顾客需要为准则	(182)

六、销售	(186)
七、营销重在管理	(189)
第十章 创业公关	(195)
一、掌握创业的“开山斧”	(195)
二、创业公关的原则	(200)
三、创业公关的技能	(203)
第十一章 人力资源管理	(216)
一、人才是企业最重要的“资本”	(216)
二、创业者怎样选拔企业人才	(218)
三、保持激励人才作用	(227)
四、培养员工对企业的忠诚度	(233)

第四编 创 业 理 财

第十二章 项目投资预测与管理	(238)
一、项目投资预测与管理的作用和原则	(239)
二、项目投资资金预测	(242)
三、项目盈亏分析	(249)
四、项目资金预算控制	(252)
第十三章 项目资金筹措与管理	(253)
一、掌握筹资的技巧	(253)
二、筹资渠道的选择	(257)
三、选择最佳的筹资方式	(262)
第十四章 企业资金分配与管理	(268)
一、企业利润最大化是创业者的最大目标	(268)
二、企业理财原则和方法	(270)
三、企业理财的目标	(274)
附录	(277)

一、创业方案写作大纲·····	(277)
二、“红楼”中菜馆创业计划·····	(280)
三、“中华现代健身中心”创业计划·····	(283)
参考书目·····	(295)

第一编 创 业 准 备

〔教学目的与要求〕

通过本编的学习，使学生了解创业的基本规律、创业者的素质要求。

第一章 导论

一、创业的意义

21 世纪，一个充满机遇和挑战的时代已经向我们走来。创业，主宰自己的命运，成就自己的事业，实现自己的理想，拥有更多的财富和更幸福的生活，这已经成为新世纪许多有志青年的人生选择。

这是一个发展的时代，发展的时代呼唤创业。

人类的发展、社会的进步，使人类文明的脚步迈入了一个新的世纪。科技的进步、交通、通讯的发达、社会经济的繁荣富足，已经使地球变得越来越小，在这个“地球村”里人类有了更多的自由和选择。创业、创造一份属于自己的辉煌事业，用自己的心血来浇灌自己的事业之树。不迷信任何权威，不依附于任何组织，自我奋斗，自我实现，体会那种人生奋

斗的充实和自信，这已经成为新世纪新人类的共同追求，也是社会进步对人自身发展的必然要求。

这是一个变革的时代，变革的时代呼唤创业。

21 世纪是一个变革的时代，中国即将加入世界贸易组织。全球经济的一体化将给我们的未来带来重大变革。这种变革渗透到社会生活的各个方面，从经济、文化到政治，从家庭这个社会细胞到每一个体的发展。而每一个方面的变革又同其他方面相互影响，相互作用。这种变革过程中，人的价值、人的发展被充分凸现出来，创业、创造财富，为社会也为自己，把自己融入这个变革的时代，这是时代的呼唤，命运的要求。改革开放，制度创新，市场经济体制的确立，个人独资企业法的颁布，更是为个人创业创造了前所未有的良机。艰苦创业，发展经济，振兴民族，是每一个有志创业者义不容辞的时代责任。

这是一个知识经济的时代，知识经济呼唤着创业。

知识经济时代，知识就是资本。知识和信息的拥有者、控制者，将打破传统货币资本与实物资本拥有者和控制者对社会权力的垄断，成为新时代社会结构的核心和中坚力量。一些新的就业方式和财富增长方式也必将出现，知识就业者、信息就业者、网络就业者、数字就业者将大量涌现。通过知识的生产、交换获取社会财富将成为财富积累的主要方式，财富已经成为一个知识资本化了的动态概念。所以，今天是知识资本家、知识资本运营家创业的时代。比尔·盖茨，一个哈佛大学的休学生，用短短十余年就创造了自己的微软帝国，走完了洛克菲勒、卡内基钢铁、通用汽车、福特汽车近一个世纪的财富集聚之路，成为世界首富。中国数字英雄张朝阳，在短短 5 年内就使自己的“搜狐”成为美国纳斯达克股票市场的新宠。

创业，已经成为一个流行词，北京大学、清华大学等高校的

创业大赛，吸引了众多学生积极参与并受到社会媒体的关注。清华大学王科、邱虹云的第一个在校大学生公司——“视美乐”公司，横空出世，身无分文的大学生获得首批 250 万元人民币开发资金；第二期更是高达 5000 万元之巨。创业，创造属于自己的事业，对每一个人而言都是令人憧憬、令人陶醉和向往的。

然而，创业绝不是一件轻而易举的事情。商场如战场，要想在商海里纵横驰骋，必须要有过硬的本领，有正确的思想，有独特而敏锐的洞察力，有果断而明智的判断力，有坚韧不拔勇往直前的精神，有科学而灵活的经营策略，还要掌握有关创业规律。

二、创业的规律

创业是一种自我的革命，是在市场经济竞技场中的一种角逐。虽然我们这个时代为创业者提供了前所未有的良机，但是要成为一个创业英雄，除了具有创业的理想、毅力，还应掌握创业的规律。

（一）价值规律

在马克思主义的经济学中，价值是社会劳动的体现，社会劳动是价值形成的基础。商品价格是价值的体现，是围绕价值上下波动的。但是在现代西方实证经济学中，价值是一种效用，其价值的大小是由边际效用决定的。其实在现代市场经济下，马克思的价值理论和庞巴维克（奥地利）的价值学说都有其合理性。他们可以统一于创业者的创业实践中。对于创业者而言，按照马克

思的价值理论，创业者只有勤奋工作，艰苦创业，才能创造出价值，争取好的价格，从而取得好的效益回报，实现勤劳致富的创业理想。而那些想通过投机取巧，不劳而获实现创业理想的人，由于他们不能为社会创造价值，是社会主义市场经济的法制所不允许的。因而他们的创业理想是难以实现的。按照庞巴维克商品价值论观点来看，创业者不仅要通过劳动创造价值，勤劳致富，而且，你的劳动必须得到社会的承认，得到市场和消费者的认可，被消费者所需求，所接受，能满足消费者的效用，创业者的劳动价值才能够得到实现。创业者产品或服务价值的大小，价格的高低，是由产品或服务满足消费者的效用决定的，而且是由边际效用决定的。这就要求创业者的创业活动必须立足消费者的需求，以最大限度地满足消费者的需求，作为自己创业的目标。

勤劳 + 效用 = 价值，这个公式就是创业者的价值规律。

（二）竞争规律

我们已步入了一个竞争性的社会，适者生存，优胜劣汰的自然进化法则，对于我们人类社会一样有效。世上没有免费的午餐，社会资源稀缺，人口的膨胀，环境的恶化，人类欲望的无止境，这些都在加剧着人类社会的竞争。没有竞争就没有进步，没有竞争就无法发展。中国社会改革开放二十几年的历史发展充分证明了这条真理。市场经济就是竞争经济，通过竞争机制实现社会资源的流动和有效配置；通过竞争机制促使企业的优胜劣汰；通过竞争机制实现科技的进步和发展；通过竞争机制促使人类社会的富足与文明。是竞争使我们有了更多的自由和选择；是竞争促使我们摆脱了旧的束缚；是竞争使我们不再依附于任何组织的控制；是竞争使我们的社会更加民主。竞争是社会发展的铁律。

创业者是积极参与社会经济竞争的弄潮儿。创业，实现自己的人生理想，不仅是创业者积极参与社会竞争，实现自己的致富理想，而且应是创业者的一种生存方式，是创业者力求设计和掌握自己命运的一种努力。每一个创业者都应从“自在”走向“自觉”。认识竞争规律，努力创业致富，实现自我理想。

（三）市场供求规律

市场经济是通过市场机制配置社会资源的经济。而市场机制是通过供求规律发生作用的。国民经济各个部门（工业、农业、第三产业等）、各个环节（生产、流通、交换、消费等），都是通过市场供给与需求的相互作用和变化，引起价格、利率、汇率等上下波动，来引导资源向更加有效、更加合理的方向流动，达到资源优化配置的目的。

当某种商品市场上供大于求的时候，商品价格会下降，价格下降会引起供给的减少，从而引起这种商品社会资源的投入减少。相反，当某种商品在市场上求大于供的时候，商品价格就会上升，价格上升就会引起供给的增加，从而引发社会资源的投入增加。这个过程是自动地、及时地进行着，就仿佛有一只看不见的手在进行指挥。让我们试想一下我们早餐吃的面包，它至少应经过从小麦种植，面粉加工，面包制作、运输、销售这样一个过程。在这样一个过程中，何时何地种植多少小麦？何时何地加工多少面粉？何时何地制做多少面包？采取何种运营方式？运往何处？谁来运输？谁来销售？价格多少？这些并没有一个人统一计划和安排，但是，当我们需要面包时，总会有人把已经做好的新鲜面包送到我们的面前。这一切是如何奇妙地完成的呢？是“看不见的手”帮我们完成了这一切。市场供求机制就是这种精妙绝伦的东西，它帮我们完成了我们人类计划无法有效完成的这样一

个指挥的过程。是社会资源自发地实现有效配置，是总供给与总需求实现均衡，减少稀缺资源的浪费。

市场供求规律的作用是通过需求法则和供给法则两方面来实现的。在市场上，需求量与价格成反向变动关系，而供给量与价格成正向变动关系，市场上商品的价格决定，正是由商品的需求量和供给量双方共同决定的。创业者应懂得市场供求规律，根据市场供给量和需求量的变化规律，及时调整自己的经营战略和产品服务策略，以求得在市场竞争中的优势地位。

（四）市场营销规律

现代市场经济中，营销已经成为企业生存的一种基本状态。按照美国西北大学教授菲利普·科特勒的观点，市场营销是个人或集体通过创造并同别人交换产品和价值，以获得其所需所欲之物的一种社会管理过程。作为一个企业，自然要通过交换产品与服务，以获得利润。这样市场营销就必然伴随着企业的生产经营过程，成为现代企业的一种基本生存方式。可以说，没有市场营销的企业，在现代市场经济中是无法生存的。作为一名创业者，必须掌握市场营销的规律，按照市场营销规律的要求去创业，这样才可能使自己的事业有成。

什么是市场营销的规律呢？简单说，市场营销规律就是企业必须根据市场需求，设定企业经营目标和战略，以有效的产品和服务管理，满足目标消费者的需求，创造、建立和保持与目标市场之间的互利交换和关系，以促进企业目标的实现。市场营销规律的内容十分丰富，从市场调查、购买者行为研究、产品决策、价格确定、流通渠道选择、促销方式到企业内部的组织构造，都有规可循，有律可遵。像企业产品决策，创业者必须认识产品的整体概念和产品的本质，根据产品生命周期规律进行企业的产品

决策和市场营销策划。

（五）公关推广规律

创业者欲想取得事业的成功，还必须掌握公关的规律。因为公共关系是创业者通向市场经济的绿卡。在现代市场经济中，创业者只有与公众和相关组织建立良好的公共关系，自己的产品和服务才会得到消费者的青睐。很难设想一个公共关系糟糕的公司，它的产品和服务会受到消费者的欢迎。所以有许多公司以赞助公益事业等方式，来改善自己的公众形象，促使企业的发展。公共关系不是推销，也不是广告，公共关系是一种旨在改善企业自身状况的活动，是一门塑造企业公众形象的艺术。公共关系的改善有一定的规律。首先，公共关系是一种有目的的企业宣传策划活动，它的目的是树立企业良好的市场形象，为企业经营创造有利的外部环境。其次，公共关系必须坚持公众利益原则，以服务社会公众为企业的宗旨。再次，公共关系必须坚持实事求是原则，以实事为第一性，以传播为第二性。最后，公共关系必须坚持诚实信用原则。创业者在进行公关时，必须遵守这些原则，掌握公关的技能，按照公关的规律，积极从事创业公关，为企业发展铺平道路。

（六）企业理财规律

创业过程实际上也是一个理财的过程。从项目的选定，资金的筹措，生产经营中资金的使用管理，以至企业利润的分配，创业者都应按照财务管理的原则和企业目标要求来科学理财。

公司理财的规律，表现为在满足企业经营目标的前提下，做出最佳的投资决策，以最低的成本筹集企业投资所需的资