



银领精品系列教材

Entrepreneurial Management

创业管理

- ★ 国家级精品课程教材
- ★ 强化基础，突出应用
- ★ 内容创新，编排科学
- ★ 案例丰富，趣味性强
- ★ 免费提供配套教学资源

张涛 熊晓云 主编



清华大学出版社



银领精品系列教材

创业管理

Entrepreneurial Management

张涛 熊晓云 主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是国家级精品课程“创业教育”的配套教材,是编者根据教育部最新教材改革精神要求编写的一本实用型教材。

全书共分五篇十四章内容。从多角度进行分析和探索,对创业者应具备的能力如创新力、决策力、品格力、应变力等的培养,到如何成功定位自己的企业、如何进行经营准备、如何进行企业申办手续、如何建立销售渠道及产品定位、如何规避风险等问题,通过案例进行剖析。既有成功者的经验,也有失败者的教训。同时,列举经营实例,完全以实用为主,颇有借鉴作用。

本书可作为高职高专院校经济管理类相关专业的教材,同时也可供相关人员阅读参考。

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。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

创业管理/张涛,熊晓云主编. —北京:清华大学出版社,2007.9

(银领精品系列教材)

ISBN 978-7-302-15916-2

I. 创… II. ①张… ②熊… III. 企业管理-教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第123153号

责任编辑:陈仕云 孙 斌

封面设计:范华明

版式设计:赵丽娜

责任校对:王 云

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社总机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印装者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:16.5 字 数:291千字

版 次:2007年9月第1版 印 次:2007年9月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:24.00元

本书如存在文字不清、漏印、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)62770177 转 3103 产品编号:023348-01

丛 书 序

出版缘起

教育部部长周济在全国高职教育第三次产学研结合经验交流会上强调, 高职教育的主要任务是培养高技能人才。他说, 这类人才, 既不是白领, 也不是蓝领, 而是应用型白领, 应该叫“银领”。换句话说, “银领”就是知识与技能都要具备的复合型人才。

为适应培养高等技术应用型人才的急切需求, 高职高专教育的发展如火如荼, 已成为我国高等教育的“半壁江山”, 高职教学改革也在不断深入。“银领精品系列教材”就是在这样的客观背景下, 着眼于 21 世纪中国社会经济发展对高等技术应用型人才的需求规格、知识及实践要求, 从高职高专教学改革思想的出发点出发, 力求突出高职高专教育的特点和要求, 同时密切结合精品课程建设和职业资格制度人才培养模式的要求策划组织的。

教材建设是整个高职高专院校教育教学工作的重要组成部分, 也是精品课程建设的工作要求之一, 高质量的教材是培养高质量人才的基本保证, 高职高专教材作为体现高职高专教育特色的知识载体和教学的基本工具, 直接关系到高职高专教育能否为一线岗位培养符合要求的应用性人才。我们期望本系列教材的出版能为高职高专的教学改革和人才培养贡献一份力量!

读者对象

本系列教材主要适于作为高职高专院校财经大类经济学和管理学相关专业如工商管理、市场营销、经济贸易、电子商务、物流管理等相关专业的教材, 同时适用于企业相关实际工作者阅读参考。

丛书书目

本系列教材所选课程均为省级或国家级精品课程建设的配套研究成果, 由精品课程负责人联合其他具有丰富的教学和实践经验的专家编写而成, 本系列教材第一批共 7 本, 包括:

《基础会计》

《创业管理》



《管理学基础》

《统计学基础》

《电子商务应用》

《财务管理基础》

《实用网络营销基础》

丛书特色

1. 强化基础，突出应用

针对高等职业教育注重培养各职业岗位应用型人才的特点，紧密结合高职高专教育发展现状和教学需要进行编写。对基础理论的阐述以“必需，够用”为原则，由浅入深进行阐述，以求简明易懂。重点放在对应用理论及操作技能方面的介绍，注重培养学生的实践能力，突出应用性。

2. 内容创新，编排科学

高职教育与经济建设密切相关，高职教材的内容也必须紧跟时代，反映新观念、新技术、新工艺、新方法，以培养学生的创新精神。本系列丛书的内容安排从简到难、循序渐进，注重教材的整体性和衔接性，更注重与相关职业资格证书考试的最新动态相结合，具有一定的创新性。

3. 精选课程，内容成熟

所选课程均为财经大类经济学和管理学相关专业的公共基础课和专业基础课，由于有精品课程建设的基础，相关内容讲义均已在作者所在院校进行多轮讲解，并经不断修改完善，体系比较成熟。

4. 作者队伍强大

本系列教材的主编均为教育部国家级精品课程以及省级精品课程主持人或具有丰富实践工作经验的专家，多年从事高职高专教学和科研实践工作，拥有较丰富的教学实践和写作经验。其他参编者也均为来自高职高专教学第一线的“双师型”教师。

5. 突出案例教学在教材中的作用

本系列教材在每一章中均设有丰富的学习案例，案例的选择更有针对性，案例介绍与案例分析的作用更为突出。通过篇头案例、节内的微型案例、章后中型案例及书后综合案例的有机结合，强化了案例对知识点的牵引、辅助解说及综合考察作用，突出了教材的时代性、生活性和情趣性。

6. 注重配套教学资源建设与服务

所有教材均配有精美电子课件和教学大纲，根据课程需要，还有配套练习题参考答案、教学案例分析、同步练习自测题库及参考答案等辅助教学资源，以期为相关教师提供更完备的教学支持与服务。

教学支持

为帮助一线教师的教学，为课堂教学提供丰富的教学资源 and 实在的教学支持，本系列教材每一分册均附有以下配套教学资源，并免费为采用任一分册用作教材的一线教师提供：

- ◇ 课程教学大纲
- ◇ 配套电子课件（PPT 形式）
- ◇ 教材课后练习题参考答案
- ◇ 同步练习自测题库及参考答案
- ◇ 教学案例及评析

获取方式：需要获取以上相关教学资源的一线教师，请认真填写书后的教师建议反馈表并按要求及时反馈给我们。

推 荐 序

有关创业概念的形成可以追溯到几个世纪以前，而创业对经济发展促进作用的研究，以及由此激发的对创业教育和创业管理的广泛兴趣却是近几十年才兴起的（哈佛大学始于1947年）。

创业可以推动创新，可以推动经济的发展。创业对于市场体系的完善，市场竞争主体结构的合理化，企业创新能力的提高，企业核心竞争力的获得和强化，同样起着非常重要的作用。

创业是一个复杂的过程，创业管理不等同于一般的企业管理，涉及管理学科的各个方面，创业过程中有着各种特殊的问题需要解决，这就是创业学作为一门独立课程得以存在的立足点。作为一本教材，本书以创业过程为主线，按照创业者素质要求、评估创业机会、创建企业、创业过程管理、创业企业发展的思路进行编写，共十四章。收录了大量在市场经济中创业管理积累的经验，既注重理论性和系统性，又强调实用性和技巧性，从案例到理论，从正面评价到败因分析，内容翔实丰富，评论透彻深入。

在知识经济时代，创新与创业将成为经济社会的常态行为，每一位青年学子都应思考创业的问题，直面创业机会的挑战。创业管理将成为知识经济时代管理教育的热点之一。许多青年学子也将在系统的创业教育环境中，孕育成长为具有创新能力和企业家思维的新一代复合型经济与管理人才。

《创业管理》凝聚着作者和编委会成员的辛勤劳动和期盼，其核心在于引导创业精神的树立和追求。本书的特色在于循序渐进、由浅入深、图文并茂、注重案例、便于自学，期望读者们能从中获益。



2007年8月28日

使用指南

一、读者对象

本书是为高职高专院校工商管理等相关专业及职业技术学院学生编写的教材，也可作为相关行业从业人员的创业管理培训教材和对创业管理感兴趣的研究者及读者的参考书。

二、框架总览

本书按照创业的过程：创业者素质要求→评估创业机会→创建企业→创业过程管理→创业企业发展的思路进行写作，共十四章。收录了在成熟市场经济中创业管理积累的大量经验，从案例到理论，从正面评价到败因分析，内容翔实丰富，评论透彻深入。

为了帮助读者迅速了解本书各部分的内容，以提高学习效率，现将各部分主要内容整理如下：

- ◇ 第一篇：创业导论。介绍了创业的相关概念以及创业者应该具备的素质，目的是让读者进一步了解创业的类型以及素质内容，为创业的成功提供基础理论指导。
- ◇ 第二篇：评估创业机会。创业者有创业的项目时，往往不知道该项目是否可行。本篇详细介绍了评估创业项目的各种方法，从环境分析、市场机会识别和创业风险等几个角度进行了详细的介绍，帮助读者掌握相关的评估方法。
- ◇ 第三篇：创建企业。创业者掌握了评估创业机会的方法后，要将创业机会变成现实，需要选择创业模式、向相关的投资人进行融资，融资时需要向投资人提交创业计划书。本篇重点对创业计划书的写法、创业融资的类型以及创业模式进行了详细的论述，帮助读者掌握相关方法和技巧。
- ◇ 第四篇：创业过程管理。当创业融资成为现实后，企业即将成立。本篇对企业注册登记的步骤以及企业成立后在营销管理、财务管理、团队管理方面的策略与方法等进行了较为深入的论述，选取了大量的案例进行评析，以提高读者的创业管理能力。
- ◇ 第五篇：创业企业发展。20世纪90年代的中国出现了许多著名的企业，但是这



些企业往往都是昙花一现。究其原因,大多数都是忽视了创业企业成长期的管理。本篇从管理成长期的企业这一角度出发,阐述了成长期的企业应注意在企业发展战略、企业文化建设、企业营销方式等方面进行重点管理。

三、本书特色

- ◇ 在内容安排上循序渐进、由浅入深,在编写上力图图文并茂、步骤详尽、注重案例、便于自学。
- ◇ 内容新颖充实。涵盖了创业过程中所涉及的各种问题,能让读者从书中体会到身为创业者所应具备的素质和所面临的种种挑战与责任,并从书中学习到创业者和管理者的综合知识与本领。
- ◇ 在注重理论性和系统性的基础上,强调实用性和技巧性,将创业的某一专题与紧密相关的案例、思考讨论题融为一体,从案例到理论,从正面评价到败因分析,内容翔实丰富,评论透彻深入,以使读者运用所学到的理论和方法,分析创业过程中的现实问题,提高分析问题、解决问题的能力,引导读者提高实践能力。

四、教学资源支持

为方便广大教师的教学,本书提供配套电子课件(PPT)及同步自测题库。

五、编写成员

本书由广东纺织职业技术学院张涛、熊晓云主编,并由张涛对全书进行统稿。参加编写的人员有广东纺织职业技术学院的唐利华、李集城、游辉英,汕尾职业技术学院的马绮敏、金继刚,南华工商学院的张红艳、何军。

编 者

2007年6月

目 录

第一篇 创业导论

第一章 创业的概念.....	2
第一节 创业者与企业家精神	2
一、创业者的涵义	2
二、创业者的类型	2
三、企业家精神	3
第二节 创业的含义	5
一、什么是创业	6
二、创业的定义	6
第三节 创业的过程	7
一、发现和评估市场机会	7
二、准备和撰写创业计划	9
三、确定并获取创业所需的各种资源	9
四、管理新创事业	10
第四节 有关创业理论的研究	10
一、熊彼特的创新理论	10
二、核心竞争力理论	11
本章小结	14
思考与讨论	14
实训题	14
第二章 创业者素质构成	15
第一节 诚信力	15
一、诚信的内涵	15
二、诚信在创业中的作用	16
三、创业者诚信培养	17



第二节 决策力	17
第三节 管理力	19
一、激励	20
二、沟通	21
三、应变	21
第四节 创新力	22
一、创新的概念	22
二、创新的前提	22
三、创新的核心	22
四、影响企业创新的因素	23
五、创业创新能力培养	23
第五节 社交力	24
一、企业的社会责任	25
二、广泛的社会资源	25
本章小结	27
思考与讨论	27
实训题	28

第二篇 评估创业机会

第三章 创业环境分析	30
第一节 创业环境概述	30
一、创业环境	30
二、创业环境的分类	31
第二节 创业环境分析的意义和方法	32
一、创业环境分析的意义	32
二、创业环境分析的九个维度	32
三、创业环境的调查方法	33
四、创业环境分析的方法	34
第三节 创业宏观环境分析	37
一、政治环境	37
二、经济环境	39

三、社会环境	41
四、科技环境	41
五、自然环境	41
六、法律环境	42
第四节 行业环境分析	42
一、行业的发展阶段	42
二、行业的进入壁垒	43
本章小结	45
思考与讨论	45
实训题	45
第四章 创业市场机会识别	46
第一节 创业机会的涵义与来源	46
一、创业机会的涵义	46
二、德鲁克的机会来源理论	47
三、创业机会的种类	48
第二节 创业机会的识别	50
一、创业机会的识别概述	50
二、影响创业机会识别的因素	51
三、创业机会识别途径	52
四、创业机会的发现	54
第三节 创业机会评价	55
一、建立评价指标体系应遵循的原则	55
二、指标体系	56
三、机会评价方法	57
第四节 创业机会选择	58
一、机会选择原则	59
二、创业机会可行性分析	60
三、创业机会开发	61
四、创业机会的市场评估标准	62
本章小结	63
思考与讨论	63
实训题	63



第五章 创业风险	64
第一节 创业风险概述	64
一、创业风险的内涵	64
二、创业风险管理的重要性	64
三、创业风险的来源	65
第二节 主要的创业风险类型	67
一、创业人力资源风险	67
二、创业市场风险	71
三、创业管理风险	74
四、创业财务风险	76
五、创业技术风险	81
第三节 特许加盟创业风险	82
一、特许加盟创业的流程	82
二、特许加盟创业的风险	83
三、特许加盟创业风险回避	85
本章小结	87
思考与讨论	88
实训题	88

第三篇 创建企业

第六章 创业市场调研	90
第一节 创业市场调研概述	90
一、创业市场调研的含义	90
二、创业市场调研阶段和任务	91
三、创业市场调研的基本类型	92
四、创业市场调研的作用	93
五、创业市场调研应注意的事项	93
第二节 创业市场调研的内容	94
一、市场环境调研	94
二、消费者需求调研	95
三、消费者行为调研	96

四、市场营销活动调研	97
五、竞争对手调查	98
第三节 创业市场调研的方法	99
一、市场调研的方法	99
二、问卷设计	103
本章小结	106
思考与讨论	106
实训题	107
第七章 创业计划书	108
第一节 创业计划概述	108
一、创业计划的概念	108
二、创业计划的作用	109
第二节 撰写创业计划前的准备工作	111
一、明确撰写人	111
二、明确创业计划的范围	111
三、明确需要搜集的信息	112
四、准备一份优秀的创业计划作参考	114
第三节 创业计划的组成要素	114
一、执行摘要	114
二、产品或服务	115
三、组织与管理	115
四、行业和市场	117
五、营销策略	118
六、生产计划	118
七、财务计划	119
八、风险与机遇	121
九、退出战略	121
十、附录	122
第四节 创业计划撰写过程中应遵守的原则	122
一、市场导向	122
二、开门见山	122
三、清晰明了	122



四、观点客观	122
五、通俗易懂	123
六、前后一致	123
七、突出优势	123
八、循序渐进	123
第五节 创业计划的推广	123
一、准备充分	124
二、注意互动	124
三、少用技术词汇	124
四、突出的沟通表达能力	124
五、其他应该注意的问题	124
本章小结	125
思考与讨论	125
实训题	125
第八章 创业融资	126
第一节 创业融资类型	126
一、债权融资与股权融资	126
二、直接融资与间接融资	127
三、内部融资与外部融资	128
第二节 具体的融资方式	128
一、自有资金	128
二、亲戚和朋友	129
三、银行贷款	130
四、租赁	138
五、其他可以利用的融资方式	140
第三节 创业融资中应该注意的问题	143
一、提前制定融资计划	143
二、保持乐观积极的心态	144
三、充分了解自己及准备创办的企业	144
四、必须充满自信	144
五、会借钱，更应该会用钱	144
六、融资要适度	144

本章小结	145
思考与讨论	145
实训题	145
第九章 创业模式	146
第一节 单一业主模式	146
一、个体工商户	146
二、个人独资企业	147
三、个体工商户与个人独资企业的区别	148
第二节 合伙经营模式	149
一、特征	150
二、优势	150
三、劣势	150
四、合伙对象的选定	151
五、哪些人不能成为普通合伙人	151
第三节 公司模式	152
一、有限责任公司	152
二、股份有限公司	153
第四节 其他创业模式	154
一、家族企业	154
二、特许经营	155
本章小结	157
思考与讨论	158
实训题	158

第四篇 创业过程管理

第十章 企业注册登记	160
第一节 企业法律形式的选择	160
一、企业的法律形式	160
二、如何选择合适的企业法律形式	163
第二节 企业注册的步骤	164
一、企业注册登记时应准备提交的文件	165



二、注册步骤	167
本章小结	170
思考与讨论	171
实训题	171
第十一章 创业营销管理	172
第一节 创业营销目标市场选择	172
一、市场细分	172
二、创业目标市场选择	173
三、创业市场定位	175
第二节 创业营销策略	176
一、产品策略	176
二、定价策略	178
三、分销渠道策略	180
四、促销策略	182
第三节 创业营销控制	184
一、营销控制的含义	184
二、营销控制的种类	184
本章小结	186
思考与讨论	186
实训题	187
第十二章 创业财务管理	188
第一节 财务管理概述	188
一、财务管理的概念	188
二、财务管理的内容	188
三、财务关系	189
四、财务管理的目标	189
五、财务管理的任务	191
六、财务管理的原则	191
第二节 资金的时间价值和风险分析	192
一、资金的时间价值	192
二、风险分析	194