

《中国创业学》系列丛书 主编：席升阳 夏 林

# 创业管理学

王伯良 闫 梅 褚晓飞 王小强 编著



中共中央党校出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

创业管理学/王伯良等编著. —北京:中共中央党校出版社, 2005. 2

(中国创业学丛书)

ISBN 7-5035-3148-7

I. 创... II. 王... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 012217 号

中共中央党校出版社出版发行

社址:北京市海淀区大有庄 100 号

电话:(010)62805808(办公室);(010)62805816(发行部)

邮编:100091 网址:www.dxcbs.net

新华书店经销

中共陕西省委党校印刷厂印刷装订

2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32 印张:12 1/2

字数:278 千字 印数:1-3000 册

定价:24.00 元

# 序

“中国创业学”系列丛书经过近两年的孕育终于与读者见面了。

中华民族是一个自强不息,充满创造力的民族。五千年的文明,证明了自己的魅力和价值。当21世纪的扉页刚刚掀开,崛起的中国正在全面奔向小康。她也正在经历社会的整体转型,“看不见的手”不仅在中国大陆对社会的经济资源,而且在对社会的文化资源进行全面的深度配置。转型期给我们带来了快速发展的巨大空间,同时也给我们带来了一些前所未有的压力,其中之一就是如何解决日益增长的就业问题。

解决就业的根本出路在于经济的增长,经济的增长在于大批的企业家不断地进行一次又一次的创业。在创业者的队伍中,学历层次在逐渐提高,年龄层次在逐渐降低,走出大学校门的毕业生将是最具有潜力的创业群体。他们是民族的希望和脊梁。

创业,不仅需要勇气和胆量,更需要一种高尚的精神和境界,系统的知识和培养。“中国创业学”系列丛书为有志于进行创业的大学生和社会各类、各界人士提供了这样的精神食粮。

“中国创业学”系列丛书在河南科技大学诞生是我们的荣幸。我们及早地意识到了中国目前对创业问题研究的紧迫性,及早地开始组织一批年轻的学者们进行研究。这与我们和北京市社科院共同探讨中国的现实问题有直接的关联。

河南科技大学当前是一所以工科为主的多科性大学,她的

目标是建成国内先进、省内领先,具有明显特色的综合性大学。综合性大学的鲜明标志之一,就是浓浓的人文氛围与勃发向上的民族精神。“中国创业学”系列丛书是这种人文氛围与民族精神的一枝花蕾。她需要呵护与培育。

在此丛书出版之际,谨以此为序。

河南科技大学党委书记 夏林

2004年12月

# 《中国创业学》系列丛书序

中国社会面临着巨大的就业压力：国有企业的深度改革与彻底转型将使更多的下岗人员走向社会；高等教育的大众化使更多的大学生走出校门；农业产业化和城镇化进程的推进将使更多的农村富余劳动力涌向城市；军队转业人员也越来越受到社会的严格选择；由于技术进步所产生的对劳动者的“挤出效应”已使 GDP 的增长所提供的就业机会大大减少。因此，扩大就业已成为中国各级政府重要的执政目标。

扩大就业的根本出路在于创业，创业的主体是民营经济。可是当前大陆民营经济的扩展受到了企业家资源稀缺的局限。社会呼唤着创业者，创业者需要理论体系的指导。现实的中国需要在“创业学”的研究上有自己的特色，并具有赶超世界的胆略。

联合国教科文总部在 1988 年 10 月发表的《高等教育改革和发展的优先行动框架》中强调指出“高等学校必须将创业技能和创业精神作为高等教育的基本目标”，“高等教育应主要培养创业技能与主动精神；毕业生将愈来愈不再仅仅是求职者，而首先将成为工作岗位的创造者。”为此，要求国家和学校“实行开放政策，以便培养更多不同类别的人”；要求教师“不应仅仅传授知识，而且必须把重点放在教学生如何学习，如何发挥主动精神上”；学生则需要培养自己“在多元文化环境中能独立思考 and 协同工作”，能将“传统或当地的知识和技能与先进的科学技

术结合以产生创造力。”对此,发达国家都立即采取措施,在其教育政策中纷纷提出了重视和加强创业型人才培养的要求,并得到高等院校的积极响应,培育出大批有创业意识与创业能力的毕业生,有力地推动了经济的发展。

中国高等教育对创业教育理念的正式回应,始见于1999年1月公布的《面向21世纪教育振兴行动计划》。《计划》提出要“加强对教师和学生的创业教育,鼓励他们自主创办高新技术企业”。实际上,自从我国高校毕业生就业制度改革以后,创业教育的外部环境条件已经形成。

这十几年来,无论在国际还是在国内,都是将创业教育指向于学生创业能力的培养,包括培养学生的自信心、适应能力、创新能力、实践能力、拓宽视野和思维空间等。其手段大多为:

1、举办大学生创业设计竞赛;建立模拟公司;建立由学生自主管理、自主经营的学生超市、学生书亭、学生家教部、科技服务公司等小型实体;

2、开办创业管理培训学院,负责与学生创业有关的事务,开设创业管理课程,并设立创业基金,对学生的创业计划书经评估后进行种子期的融资;

3、进行课程体系改革,增设创业教育课程。美国大学创业教育的关键课程是《创业学》。这种教材的版本林林总总,其主要内容基本上是围绕创办企业、管理企业、企业清算这样一个周期展开,是关于企业从开办、成长到结束完整的经营流程的介绍。我国最近所出版的有关《创业学》教材以及在MBA教育中以美国的模式为主,形成了文化课、专业课、创业课相互补充的教学系统。

上述表明:当前学术界和教育界都是把创业学作为一种教

育进行探讨与实践,把创业的理念向各专业扩散与渗透,还没有把它作为一个学科体系来进行尝试。

本系列丛书所提出的是一个“创业学”学科体系的框架。它的建构旨在突破当前大陆高校开始的泛化的创业教育和在MBA中单一的《创业学》课程教育,把“创业学”作为一个高度综合又自成体系,相对独立的新兴学科来研究,使创业教育专门化、系统化,并结合国情,促进我国的高等教育与经济的紧密结合。为此,我们提出粗略的“中国创业学”的概念和包含创业精神、创业知识、创业实践3大板块,9门课程的学科体系。

3大板块的逻辑关系为:创业精神催生出不懈的和良性的创业动力;创业实践需要必备的和互补的创业知识;创业实践是在创业精神与创业知识的基础上对创业案例进行的分类与分析。

创业精神是学生进行创业实践的靈魂和支柱。通过创业哲学、创业伦理学与创业心理学的系统学习,培养学生的辩证思维能力,自信、自主、自立、自强的企业家精神与良好的道德情操。《创业哲学》以培养学生的认知人生、把握社会发展规律与辩证思维的能力,使学生具有远大的抱负和理想、具有探索真理的勇气和独立的人格与精神,产生不竭的创业动力为目的。《创业伦理学》以培养学生在特定的社会经济条件下,自觉遵守社会公德和职业道德的原则与规范,不断提升创业所需要的人格和品质为目的。《创业心理学》以对学生进行独立性、敢为性、坚韧性、克制性、适应性、合作性等创业心理品质的培养,克服创业过程中过于依赖、自卑、畏缩等的人格障碍和急于求成、目标多变等的行为障碍为目的。

创业知识以使学生通过创业经济学、创业管理学、创业环境

学、创业人才学与创业法学的学习,掌握创立企业、合法经营、培育企业的创业文化和企业如何应对社会环境与市场需求变化的各种基本知识为目的。《创业经济学》使学生掌握宏观经济学的基础理论,并能根据创业时期的特点,运用经济学的规律,达到小投入、快积累、高增长的目的。《创业管理学》为创业者提供管理方面的实用理论和开拓市场的知识,使创业者通过有效的管理,把企业造就成为一个富有活力的创业性组织,使有限资源发挥最大效力。《创业环境学》使学生具有对进行创业所需要的社会环境认知、适应与改变的能力,善于进行人际交往、合作共事、社情民意调查分析和得到政策、资金等的支持。《创业人才学》使学生掌握创业人才成长的基本规律、基本途径,树立以能够不断创新为人才主要标志的评价观和不断创业为人才追求的价值观。按照践履习行的方法论原则,培养学生的创新精神与创业能力。《创业法学》使学生了解在经济社会中与创业相关的现行法律制度;掌握企业在运行过程中的法律与政策问题;熟悉各种创业法律规范,培养大学生投资创业企业,解决企业创业实践问题、依法处理企业纠纷的能力。

“创业实践”是学生由理论到实践的中间环节,通过《创业实务》和企业家参与的案例教学使学生对创业实践有身临其境的感受,培养学生针对具体问题进行分析,提出具体对策的能力。

“没有体系,便不能成为科学”。一个可以称之为体系的知识系统,必须满足三个基本条件:第一,系统的合逻辑性;第二,系统的协调性;第三,系统的完备性。上述论述可以表明,这三个条件基本满足。因此,可以称之为:“中国创业学”学科体系构想已基本完成。



创业的核心是创新,创业的基础是扎实的知识,能力、意志与践行是创业成功的重要因素。当前在我国高校中创业教育尚未普及,大学生缺乏科研创新精神,缺乏对创业过程的认知和控制能力。高等教育对学生的领导能力、抗风险能力、环境适应能力、管理能力、规划能力以及综合运用知识能力等没有进行系统的培养,这已成为制约学生创业发展的“瓶颈”,也成为中国经济发展的障碍因素。“中国创业学体系”的探索便是应这种需要而产生,本系列丛书是这种探索的初步尝试。

为迅速在大学生中进行创业教育,我们又特别编写了《大学生创业》一书,作为中国创业学系列丛书的补充。

探索不可能完美,本系列丛书中的不当之处敬请学者同仁指正。

河南科技大学中国创业学研究所所长

席升阳

2004年7月

## 《中国创业学》系列丛书编委会

### 主任:

夏林 河南科技大学党委书记  
朱明德 北京市社科院党委书记、院长

### 副主任:

钟朋荣 段广才 王清义 刘宝璞  
李义超 年永安 谢敬佩

### 委员:(以姓氏笔划为序)

丁建洛 马凌 牛书成 王伯良 王清义  
尹雷方 刘宝璞 年永安 乔民胜 朱明德  
朱选功 李义超 李金来 李念群 李奕  
李瑞卿 宋云鹏 陈艳玲 杨连专 张项民  
张赞平 周志立 周彦伟 段广才 高百宁  
俞益民 钟朋荣 夏林 席升阳 谢敬佩  
薛永宽

## 《中国创业学》系列丛书

主编:席升阳 夏林

副主编:张赞平 王伯良 陈艳玲 马凌 朱选功

# 创业宣言

我怎会甘于庸碌，  
打破常规的束缚是我神圣的权利，  
只要我能做到。

赐予我机会和挑战吧，  
安稳与舒适并不使我心驰神往。

不愿做个循规蹈矩的人，  
不愿唯唯诺诺麻木不仁。  
我渴望遭遇惊涛骇浪，  
去实现我的梦想，  
历经千难万险，哪怕折戟沉沙，  
也要为争取成功的欢乐而冲波。

一点小钱，  
怎能买动我高贵的意志。  
面对生活的挑战，我将大步向前，  
安逸的生活怎值得留恋，  
乌托邦似的宁静只能使我昏昏欲睡。  
我更向往成功，向往振奋和激动。  
舒适的生活，怎能让我出卖自由，  
怜悯的施舍更买不走人的尊严。  
我已学会，独立思考，自由地行动，  
面对这个世界，我要大声宣布，  
这，是我的杰作。

——阿尔伯特·施威茨尔

## 目 录

序.....	1
《中国创业学》系列丛书 .....	3
<b>第一章 创业战略管理</b> .....	1
<b>第一节 创业方向的选择</b> .....	1
一、创业环境分析与识别 .....	2
二、创业方向的选择 .....	7
<b>第二节 创业战略目标的确定</b> .....	10
一、创业企业战略目标的概念 .....	10
二、创业企业战略目标的内容 .....	10
三、创业企业战略目标体系 .....	12
四、制定创业企业战略目标应当注意的问题 .....	14
<b>第三节 创业战略实施与控制</b> .....	17
一、创业战略实施的含义 .....	17
二、创业战略实施的基本原则 .....	18
三、创业战略实施的模式 .....	20
四、创业战略实施评价与控制 .....	25
案例 .....	27
<b>第二章 盲目是创业的大敌</b>	
——创业计划与协调 .....	31
<b>第一节 创业计划的概念及其性质</b> .....	31
一、创业计划的概念 .....	31
二、创业计划的性质 .....	32
<b>第二节 创业计划的类型</b> .....	34

一、创业的长期计划、中期计划和短期计划 .....	35
二、创业业务计划类型 .....	35
三、创业战略性计划与战术性计划 .....	36
四、指令性计划与指导性计划 .....	36
五、程序性计划与非程序性计划 .....	37
六、创业计划的层次体系 .....	38
第三节 创业计划编制过程与方法 .....	40
一、创业计划编制过程 .....	40
二、创业计划编制方法 .....	46
附录:创业计划书编写提纲 .....	50
<b>第三章 创业组织的建立与变革</b> .....	<b>53</b>
第一节 创业组织的基本概念 .....	53
一、创业组织 .....	53
二、创业组织机构设置原则 .....	54
三、管理幅度与组织结构层次 .....	56
第二节 创业组织结构形式 .....	58
一、直线制 .....	59
二、职能制 .....	59
三、直线—职能制 .....	61
四、事业部制 .....	62
五、模拟分权制 .....	66
六、矩阵制 .....	67
第三节 创业企业的法律形式 .....	69
一、无限责任公司 .....	69
二、有限责任公司 .....	70
三、股份有限公司 .....	70
第四节 创业组织结构的变革与发展 .....	74
一、创业组织的变化趋势 .....	74
二、创业组织的发展 .....	77
三、创业组织变革的阻力 .....	78
四、创业组织发展的方向 .....	80

案例 .....	82
<b>第四章 创业的人力资源管理 .....</b>	<b>86</b>
<b>第一节 创业的人力资源计划与管理 .....</b>	<b>86</b>
一、人力资源计划的任务 .....	86
二、人力资源管理的过程 .....	87
三、创业企业人员任用原则 .....	88
<b>第二节 创业企业员工的招聘 .....</b>	<b>89</b>
一、员工招聘的标准 .....	89
二、招聘员工的来源 .....	91
三、员工招聘前的准备工作 .....	95
四、创业企业员工招聘的程序与方法 .....	97
五、员工的解聘 .....	98
<b>第三节 创业企业人员培训 .....</b>	<b>99</b>
一、创业人员培训的目标 .....	99
二、创业人员培训的方法 .....	100
<b>第四节 员工绩效考评 .....</b>	<b>103</b>
一、员工绩效考评的作用 .....	103
二、员工绩效考评的程序与方法 .....	104
<b>第五节 职业生涯规划 .....</b>	<b>107</b>
一、制定职业生涯规划的意义和特点 .....	107
二、有效进行职业生涯管理的方法 .....	111
<b>第六节 创业企业对员工的激励 .....</b>	<b>114</b>
一、激励的概念 .....	114
二、激励与行为 .....	115
三、人的需要理论 .....	116
四、激励设计原理 .....	120
五、创业激励实务 .....	124
案例 .....	126
<b>第五章 创业企业财务运作与管理 .....</b>	<b>129</b>
<b>第一节 创业企业资金的来源与使用 .....</b>	<b>130</b>
一、现金(资金)需求 .....	130

二、现金(资金)的来源 .....	132
三、资金来源的充足与适配 .....	135
第二节 创业企业财务预算 .....	136
一、创业财务预测 .....	136
二、增长预测 .....	137
三、编制现金预算 .....	138
四、预计财务报表 .....	146
第三节 创业融资方式 .....	149
一、向风险投资商融资方式 .....	149
二、二板上市融资 .....	151
三、采用正确的商业融资方式 .....	152
四、租赁 .....	156
五、资金成本 .....	159
第四节 利用预算控制成本 .....	163
一、财务控制所必须具备的基本条件 .....	163
二、实施预算控制的基本步骤 .....	164
三、费用控制 .....	164
四、工资和人工费用 .....	166
五、监控存货并控制存货成本 .....	167
第五节 利用财务比率分析评估创业状况 .....	168
一、变现能力比率 .....	168
二、长期偿债比率 .....	170
三、盈利能力比率 .....	171
四、营运效率比率 .....	173
案例 .....	174
第六章 创业营销 .....	178
第一节 创业市场细分、目标市场确定和市场定位 .....	178
一、创业市场细分 .....	178
二、目标市场的选择 .....	186
三、市场定位 .....	189
第二节 创业市场营销组合决策 .....	193

一、市场营销组合的概念 .....	193
二、市场营销组合的特点 .....	194
三、市场营销预算 .....	195
<b>第三节 创业企业产品(服务)决策</b> .....	195
一、产品的整体概念 .....	196
二、产品组合策略 .....	197
三、产品生命周期策略 .....	200
四、创业企业的品牌策略 .....	207
五、创业企业的产品包装策略 .....	210
<b>第四节 创业企业的产品定价决策</b> .....	211
一、创业企业产品定价的目标 .....	211
二、产品定价的方法 .....	213
三、产品定价的技巧 .....	218
四、创业企业的新产品定价策略 .....	221
<b>第五节 创业企业分销渠道决策</b> .....	222
一、分销渠道的概念和特征 .....	222
二、分销系统的必要功能 .....	223
三、分销渠道的结构 .....	224
四、影响分销渠道选择的因素 .....	225
五、分销渠道的设计 .....	227
六、渠道管理 .....	228
<b>第六节 创业企业产品促销</b> .....	229
一、创业企业促销方式的类型 .....	229
二、人员推销 .....	230
三、创业广告决策 .....	233
四、公共关系 .....	236
五、销售促进(营业推广)与传染营销 .....	238
<b>第七章 创业投资</b> .....	242
<b>第一节 创业投资的概念和基本特征</b> .....	242
一、创业投资的概念 .....	242
二、创业投资的基本特征 .....	244



第二节 创业投资与一般投资、风险投资的区別	245
一、创业投资与一般投资的区別	245
二、创业投资与风险投资的区別	247
三、创业投资的风险	247
第三节 创业投资机制分析	251
一、政府主导型机制	251
二、混合型机制	252
三、市场主导型机制	253
第四节 如何获得创业投资	253
一、四份主要文件	254
二、四方面心理准备	254
三、必要的应对技巧	255
四、创业投资人的典型提问	256
第八章 质量是创业的生命线	259
第一节 现代企业全面质量管理	259
一、提高产品质量的意义	259
二、质量管理的发展简史	260
三、全面质量管理的特点	262
四、全面质量管理的内容	263
五、全面质量管理的基础工作	264
六、全面质量管理的方法	266
七、ISO9000 质量管理 and 质量保证系列标准	270
第二节 质量管理机构和质量数据分析	271
一、全面质量管理组织机构的建立	271
二、现代质量管理常用的数据分析方法	273
三、新七种工具	275
第三节 美日质量管理比较	276
一、美国质量管理的特点	276
二、日本质量管理的特点	279
案例	281