



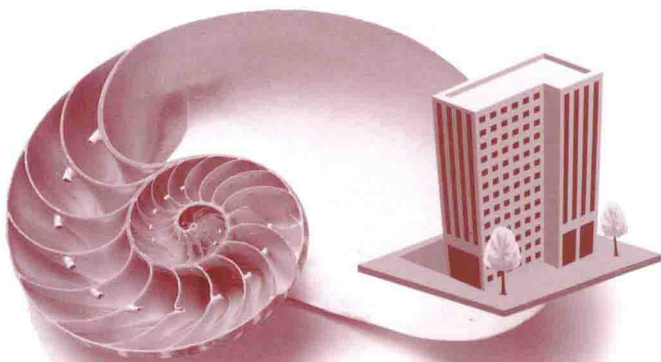
应用型本科经管类“十三五”规划教材（第二批）

CHUANGYE QIYE GUANLI

创业

企业管理

主编 张少平 陈文知



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

“十五”规划教材（第二批）

创业

企业管理

CHUANGYE QIYE GUANLI



主编 张少平 陈文知



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

创业企业管理/张少平, 陈文知主编. —广州: 华南理工大学出版社, 2016. 2
应用型本科经管类“十三五”规划教材. 第二批
ISBN 978 - 7 - 5623 - 4832 - 0

I. ①创… II. ①张… ②陈… III. ①企业管理 - 高等学校 - 教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 289273 号

创业企业管理

张少平 陈文知 主编

出版人: 卢家明

出版发行: 华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

<http://www.scutpress.com.cn> E-mail: scutc13@scut.edu.cn

营销部电话: 020 - 87113487 87111048 (传真)

总策划: 毛润政

执行策划: 朱彩翩

责任编辑: 朱彩翩

印刷者: 广州市穗彩印务有限公司

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 25 字数: 578 千

版次: 2016 年 2 月第 1 版 2016 年 2 月第 1 次印刷

印数: 1 ~ 2 000 册

定 价: 48.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

应用型本科经管类“十三五”规划教材（第二批）

编写委员会

主任：黄培伦（华南理工大学广州学院管理学院）

副主任：田 艳（北京理工大学珠海学院商学院）

翟晓燕（广东外语外贸大学南国商学院国际管理学院）

查俊峰（广州大学华软软件学院管理系）

任俊生（广东培正学院管理学院）

秘书长：毛润政（华南理工大学出版社）

编 委：刘飞燕（华南理工大学广州学院管理学院）

李庚寅（广东外语外贸大学南国商学院国际经济与金融学院）

吕秉梅（广州大学松田学院经济学系）

郭松克（广州大学松田学院管理学系）

李季霞（广东工业大学华立学院管理学部）

张丽宏（广东工业大学华立学院会计学部）

吕建军（广东培正学院经济学系）

王家兰（华南农业大学珠江学院财政会计系）

王 坤（北京理工大学珠海学院商学院）

董 平（北京理工大学珠海学院商学院）

单志红（广东工业大学华立学院会计学部）

方计国（广东培正学院管理学院）

管妙娴（广州大学松田学院管理学系）

李红娟（华南农业大学珠江学院财政会计系）

张 鹏（广州大学华软软件学院管理系）



总序

2015年1月10日,由广东应用型本科院校经管教学协作会(华南理工大学广州学院为会长单位)与华南理工大学出版社联合举办的“应用型本科经管类‘十三五’规划教材出版研讨会暨广东应用型本科院校精品课教研室主任会议”在华南理工大学出版社隆重召开,研讨会围绕“建设精品课程、打造精品教材”的主题,就此搭建一个应用型本科院校经管类教师的交流平台;以“精品教材”为标杆,着眼于“十三五”规划,推出成系列的应用型本科经管类教学的优质教材。

(1) 搭建应用型本科院校经管类教师交流的平台。将每年举办专业建设、课程教学等专题性的研讨交流活动,可进行交流学科与专业发展的探索;评选年度标杆学校和特色专业,提升应用型学校办学水平,促进教学协作;开展“三个一”(一门课、一堂课、一段片)的精品课程教学汇报和观摩,切磋教学技艺,分享教学经验,设立教学奖项,让年轻的教师更好、更快地成长起来。

(2) 推出成系列的应用型本科经管类优质教材。以“精品教材”为标杆,着眼于未来,在“十二五”规划的基础上,推陈出新、继往开来。以“和的最优”为理念,着眼于“协同加集成”,协同创新、集成优势;教师也要改变单兵作战的方式,寻找合作伙伴,实现优势互补。合作让人更精彩,更能创造出值得世人期待的精品。

(3) 面向应用型本科院校。大学教育有研究型、应用型、技能型之分,应用型本科是大学本科教育的主流。面向先进制造业、现代服务业和信息化社会,须致力于培养高素质的应用型本科经管类专业人才:一是“有人品”(思想品德与心理素质),二是“有理论”(理论功底与学习能力),三是“有专长”(基于通经管、懂技术、会外语,进而形成专长)。

(4) 注重理论及其应用。这是应用型本科的显著特征,有别于研究型的学术导向,也有别于技能型的技能导向。管理是行为方式,说到底是思维方式。所谓“思路决定出路”,没有理论思维作为指导,不可能实现真正的管理现代化。面向应用型本科的在校生,教学的目标与方式将不再满足于长篇大论式的“说与记”,更期待在互动和开放的环境中“学与习”。

(5) 编写出适用于经管类专业的好教材。专业的基础在课程,课程的基础在



教材。一是“小课堂、大课本”，为课程提供教学的依据，更提供课外阅读材料，以支撑和弥补课堂讲授之不足；二是“教师易教，学生易学”，课程教学以教材为本，课外阅读以教材为要；三是“串讲专题，学以致用”，关注理论的思维路径，突出理论的应用导向；四是“喜闻乐见，别开生面”，以各章栏目设置为例（学习目标、引例、文字、图表、专栏（链接）、本章小结（要点回放）、关键术语、习题、案例等），另可配合提供教学支持（教学博客、专供教师用的教案PPT以及教学网站等）；五是“兼容并包，一书多用”，既可作为应用型本科生的教学用书，也可作为各行业从业人员管理培训和自学提高之用。

韩愈《师说》：“师者，所以传道授业解惑也。”旧说新解，教学的主要目的，就在于人格开发（非智能因素：EQ）、专业开发（专业意识和技能）、智能开发（知识和能力：IQ）。“师傅引进门，修行在个人”，最重要的是让学生学会学习，养成好习惯，掌握好方法，奠定立身处世之本。

创新在于借鉴和改进。没有借鉴的改进是乱来，没有改进的借鉴是抄袭。“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”，陆游的这一诗句，道破了知与行的真谛。管理理论源于实践而又应用于实践，是“致用”之学，管理之道在于“行”。世界上的事，想到的未必都能做到，想不到的一定做不到。想得好才能做得好，首先要有好的想法；想到更要做到，坐言起行，身体力行！

是为总序。

黄培伦

2015-06-28

（黄培伦简介：教授、博士生导师，华南理工大学广州学院管理学院院长，历任华南理工大学工商管理学院副院长、电子商务学院副院长、华南管理案例研究中心主任、广东省人力资源管理协会副会长、广东省政府发展研究中心特约研究员等，兼任广东省本科高校专业教学指导委员会委员、广东省企业管理现代化创新成果评审委员会委员暨专家组负责人等。）

前 言

创业无论对于创业者个人还是对于整个社会都具有重要意义，因而创业成为许多人心中一个美好的梦想。当今，在国家大力倡导“大众创业、万众创新”的大背景下，越来越多人选择了自主创业，并投入了艰辛的创业历程，终于创办了一个属于自己的企业。可是，创业并不难，难的是创业成功。据权威部门统计，私人创业真正成功率还不到15%，60%是处于不盈利不亏本的消耗人生、磨炼自己的状态，有25%是彻底做不下去宣告失败。那么，如何才能使创业真正走上成功呢？

早在1989年11月，在北京召开的“面向21世纪教育国际研讨会”首次提出并讨论创业教育的概念，创业教育被视为未来的人应掌握的“第三本教育护照”。创业教育思想一经提出，即得到联合国教科文组织、世界劳工组织、世界银行和国际教育署的大力支持和积极倡导。为此，21世纪的大学生除了接受传统意义上的学术教育和职业教育外，还增加了创业教育。

创业是一个复杂、艰辛的过程，除了外在的环境因素、资源因素，创业者的能力和素质决定着成功与否。所以，健全高校的创业教育，让创业能力和素质得到培养，是保证大学生创业成功的前提。为了培养大学生对初创业企业的经营管理能力，我们特编写了《创业企业管理》这本教材。

《创业企业管理》在分析初创业企业特点及其成长规律的基础上，总结了国内外有关创业企业在初创阶段的经营管理上的基本要求，以创业经营管理工作任务及流程为主线，阐述了创业企业经营管理实践中的诸多问题，旨在降低创业风险，从而提高创业企业的成功率，推动创业企业健康持续发展。

《创业企业管理》立意新，针对性、实用性强，在一定程度上填补了国内此类教材的空白，既可以作为高校创业管理、工商企业管理、市场营销等经管类专业（方向）教材，也适合于致力于中小企业管理的社会人士和广大创业人员作为参考读本。

《创业企业管理》具有以下几方面的特点：

(1) 结构新颖，内容创新。教材根据创业企业初创阶段的经营管理主要工作流程设置相应的教学模块，各项目模块内容选取机动、灵活，针对性强，体现“够用、实用”原则，配以大量相关的实际案例、技能训练、问题思考等，把基础理论教学与提高实际操作技能相结合。

(2) 通俗易懂。教材语言通俗、流畅，案例翔实，鲜活生动，逻辑关系清晰，对基本理论、基本方法和技能训练中的阐述力求深入浅出，使那些没有多少经营管理理论知识的读者也能轻松理解。



(3) 注重实用。参与教材编写者，大多数不仅具有丰富的教学经验，而且还具有创办和经营小企业方面的实际经验。教材的结构安排、内容组织和教学方式等方面能够紧密结合工作实际和学生实际，注重培养学生运用基础理论分析解决实际问题的能力。

本教材结合目前初创企业的实际工作实务编写，主要内容及具体分工如下。第1章、第10章：华南理工大学广州学院 陈宏；第2章：广州康大职业技术学院 潘鹏；第3章：华南理工大学广州学院 梁慧玉；第4章：广州工商学院 冉春艳；第5章：广东外语外贸大学南国商学院 杨媛媛；第6章：华南理工大学广州学院 李雅馨；第7章：华南理工大学广州学院 李军霞；第8章：广东外语外贸大学南国商学院 陈迪；第9章：华南理工大学广州学院 朱江。全书由张少平、陈宏老师统稿。

本教材编写过程中，参阅和借鉴了大量的相关书刊和网络资料，引用了部分文献资料和案例，在此谨向这些书籍、论文、案例及其他资料的作者表示诚挚的谢意！同时，感谢华南理工大学出版社的大力支持！

由于编者水平有限，加之编写时间仓促，对教材中疏漏和不足之处，恳请老师和学生提出批评和建议，以使本教材不断充实完善。

编 者

2016年1月

目 录

第一章 创业与小企业管理	1
1.1 创业、创业者、创业精神	2
1.1.1 创业	2
1.1.2 创业者	6
1.1.3 创业精神.....	14
1.2 识别和评估机会.....	16
1.2.1 如何识别创业机会.....	16
1.2.2 如何选择创业机会.....	20
1.3 创业企业.....	22
1.3.1 创业企业划型标准.....	22
1.3.2 创业企业的竞争优势.....	25
第二章 核心竞争力与小企业战略	51
2.1 小企业的发展环境.....	51
2.1.1 小企业的宏观环境分析.....	51
2.1.2 小企业的产业环境.....	61
2.2 小企业的核心竞争力.....	66
2.2.1 核心竞争力.....	66
2.2.2 核心竞争力的确认.....	66
2.2.3 核心竞争力的评价标准.....	67
2.3 竞争战略的选择.....	70
2.3.1 PEST 法	70
2.3.2 分析行业环境的波特五种竞争力模型法.....	70
2.3.3 SWOT 分析法	71
2.3.4 BCG 法	71
2.4 低成本战略.....	73
2.4.1 低成本战略概述.....	73
2.4.2 低成本战略的优势、风险及应注意的问题	76
2.4.3 小企业低成本战略的实现措施.....	77
2.5 差异化战略.....	79
2.5.1 差异化战略概述.....	79
2.5.2 差异化战略的风险及应注意的问题.....	81
2.5.3 差异化战略的实施途径.....	82



2.6 集中化战略	84
2.6.1 集中化战略概述	84
2.6.2 集中化战略的优势、风险及应注意的问题	86
2.6.3 集中化战略的实现途径	87
第三章 网上创业机遇	91
3.1 了解网上创业	92
3.1.1 什么是网上创业	92
3.1.2 网上创业的类型	92
3.1.3 网上创业不等于电子商务	93
3.1.4 我国网上创业的发展趋势	93
3.1.5 网上创业的优势	94
3.1.6 网上创业的劣势	94
3.2 网上创业模式	95
3.2.1 B2C/C2C 创业模式	96
3.2.2 O2O 创业模式	97
3.2.3 自媒体	103
3.2.4 移动互联网	109
3.3 网上创业的关键——互联网思维	113
第四章 小企业市场营销	117
4.1 小企业市场营销概述	118
4.1.1 认识市场和营销	118
4.1.2 树立现代市场营销观念	120
4.2 消费者购买行为和产品策略	123
4.2.1 分析消费者购买行为	123
4.2.2 产品策略	127
4.3 小企业市场细分与目标市场定位	131
4.3.1 在市场细分中发现市场机会	131
4.3.2 小企业目标市场选择	134
4.3.3 小企业的市场定位	138
4.4 小企业的定价与信用策略	142
4.4.1 如何制定定价策略	142
4.4.2 小企业的信用策略	144
4.5 分销渠道决策与促销策略	145
4.5.1 销售渠道决策	145
4.5.2 促销策略	150
4.6 销售技能与客户关系管理	153



4.6.1 销售技能	153
4.6.2 客户关系管理	155
第五章 小企业人力资源管理	163
5.1 小企业人力资源管理概述	163
5.1.1 人力资源概述	163
5.1.2 人力资源管理概述	164
5.1.3 小企业的人力资源管理工作特点	164
5.1.4 小企业的人力资源管理建议	165
5.2 小企业人员招聘与配置	169
5.2.1 人员招聘与配置	169
5.2.2 人员招聘的一般流程	170
5.2.3 人力资源配置的原则与形式	174
5.3 小企业员工培训	178
5.3.1 员工培训的定义与意义	178
5.3.2 几种常用的员工培训方法	179
5.3.3 员工培训方案设计步骤	181
5.4 人员绩效管理	185
5.4.1 绩效管理概述	185
5.4.2 绩效管理的流程	186
5.5 小企业薪酬管理与激励	190
5.5.1 薪酬的含义与分类	190
5.5.2 薪酬的构成要素	190
5.5.3 薪酬管理的概念	191
5.5.4 薪酬管理体系设计的流程	191
5.5.5 小企业薪酬管理制度设计原则与方法	192
第六章 小企业的财务管理	197
6.1 小企业财务管理与控制原则	199
6.1.1 依法核算与严格监督的原则	199
6.1.2 以收度支与量入为出相协调的原则	200
6.1.3 社会效益和经济效益并重的原则	200
6.2 小企业财务评价与控制	201
6.2.1 资产负债表的评价	201
6.2.2 利润表的评价	204
6.2.3 现金流量表的评价	206
6.2.4 资产负债表、利润表、现金流量表之间的关系	213
6.2.5 相关比率的评价	214



6.3 小企业的利润计划	222
6.3.1 利润计划概述	222
6.3.2 制订利润计划的步骤	225
6.4 小企业的成本控制	230
6.4.1 成本控制概述	230
6.4.2 成本控制的方法与策略	231
6.5 小企业的资产管理与控制	235
6.5.1 资本结构的含义与确定	235
6.5.2 流动资金的管理与控制	237
6.5.3 固定资产的管理与控制	239
6.6 小企业的税收筹划	241
6.6.1 纳税种类	242
6.6.2 纳税程序	244
6.6.3 税收筹划	246
第七章 小企业运营	256
7.1 小企业运营概述	258
7.1.1 小企业运营的目的	258
7.1.2 小企业的管理系统	258
7.1.3 如何建立小企业的管理系统及进行运营管理	259
7.1.4 小企业运营管理展望	262
7.2 小企业存货管理与控制	262
7.2.1 小企业存货管理的重要性	262
7.2.2 存货管理在营运资金中所处的位置	263
7.2.3 小企业存货管理存在的主要问题	264
7.2.4 强化小企业存货管理和控制的对策	266
7.3 小企业设备管理与控制	271
7.3.1 小企业设备管理的定义	271
7.3.2 小企业设备管理的任务和作用	271
7.3.3 小企业设备管理的特点	272
7.3.4 小企业设备管理存在的问题	272
7.3.5 全面生产性维修	273
7.3.6 小企业设备维修、保养管理	275
7.4 小企业质量管理与控制	278
7.4.1 建立质量监督部门的必要性	280
7.4.2 质量管理部门在企业内履行的职责	281
7.4.3 小企业质量控制存在的问题	282
7.4.4 小企业质量控制宏观对策分析	284



7.4.5 小企业质量控制的具体措施	286
第八章 小企业品牌管理与文化建设	290
8.1 中小企业品牌管理	291
8.1.1 品牌的内涵	292
8.1.2 品牌管理概述	293
8.2 企业文化概述	300
8.2.1 企业文化的含义	300
8.2.2 企业文化的生成	301
8.2.3 构建怎样的企业文化	303
8.2.4 企业文化构建步骤	304
8.2.5 企业文化构建关注的要素	305
第九章 小企业的创新管理	314
9.1 创新概述	317
9.1.1 创新的意义	317
9.1.2 创新的概念	319
9.1.3 创新的基本类型	321
9.2 小企业的创新过程	322
9.2.1 搜寻创新的机会	322
9.2.2 选择创新的内容	330
9.2.3 实施创新	332
9.2.4 获取创新的收益	333
9.2.5 创新过程的模式演变	334
9.3 小企业的创新障碍与创新能力提升	337
9.3.1 小企业的创新障碍	337
9.3.2 小企业的创新能力提升	341
9.4 创新与知识产权保护	344
9.4.1 知识产权的定义	344
9.4.2 知识产权的类型	344
9.4.3 知识产权的利用	345
第十章 创业企业的风险管理	357
10.1 创业企业失败的原因	359
10.1.1 创业企业失败的原因分析	359
10.1.2 易于导致企业陷入困境的因素	361
10.2 识别创业风险的类型	365
10.2.1 创业风险的概念与类型	365
10.2.2 创业风险的识别	366



10.2.3	创业风险的来源	368
10.2.4	创业企业风险管理的基本方法	369
10.3	企业危机的诊断与分析	370
10.3.1	企业危机的预测	370
10.3.2	企业危机诊断分析	372
10.3.3	对企业经营的介入	373
10.4	创业各阶段风险与防范	374
10.4.1	创业前期的主要风险与防范	374
10.4.2	创业过程中的主要风险与防范	376
10.4.3	创业后期的主要风险与防范	377
10.5	解决企业危机的措施	379
10.5.1	制订可行的企业脱困计划	379
10.5.2	尽快得到现金	379
10.5.3	与债权人交涉	380
10.5.4	与购销债权人交涉	380
10.5.5	裁员行动	381
10.5.6	更为长期的补救行动	381
10.5.7	企业和解、重组与破产	382
参考文献		385



第一章 创业与小企业管理

【学习目标】

1. 理解创业的本质。
2. 理解创业者需要的基本素质。
3. 理解创业精神的内涵。
4. 掌握发现和评估市场机会的方法。
5. 识别出小企业获得潜在竞争优势的方法。

阿里巴巴创始人马云：从顽皮少年到商界大侠

一张棱角分明、瘦削奇特的脸庞，一派狂狷、特立独行的做事风格，一副两肋插刀、不计回报的古道热肠；以“光明顶”命名公司会议室，与金庸交往密切，聚集互联网英雄人物“西湖论剑”……种种言行，颇似一位纵横商海的大侠。

他就是马云，中国电子商务网站的开拓者，阿里巴巴网站创始人兼 CEO。马云和他的创业经历，与其他互联网精英相比，显得格外不同。

马云的侠气自小有之。为了朋友，为了义气，马云小时打架无数，受过处分，身上缝过 13 针，也曾多次被迫转学。从家长到老师、邻居，都对这个顽皮孩子的前途不抱希望。

从小到大，马云不仅没有上过一流的大学，而且连小学、中学都是三四流的。初中考高中考了两次，高中考大学考了三次，其中第一次高考，数学只考了 1 分。在他第三次参加高考前，他的老师说：“你要是考上的话，我的名字倒过来写。”

“我自己觉得，算，算不过人家，说，说不过人家，但是我创业成功了——如果马云能够创业成功，我相信 80% 的年轻人创业能成功。”

马云特意叮嘱记者，一定要把这些话告诉所有想创业的年轻人。1984 年，历经辛苦的马云终于跌跌撞撞地考入杭州师范大学外语系——他的成绩是专科分数，离本科线还差 5 分，但恰好本科没招满人，马云就这样幸运地上了本科，并凭着满腔热情和一身侠气，当选学生会主席。

大学毕业后，马云在杭州电子工业学院教英语。1991 年，马云初涉商海，和朋友成立海博翻译社。结果第一个月收入 700 元，房租 2 000 元，遭到一致讥讽。

在大家动摇的时候，马云坚信：只要做下去，一定有前景。他一个人背着个大麻袋到义乌、广州去进货，翻译社开始卖礼品、鲜花，以最原始的小商品买卖来维持运转。

“我一直的理念，就是真正想赚钱的人必须把钱看轻，如果你脑子里老是钱的



话，一定不可能赚钱的。”初次下海的经历，给马云留下了深刻的体会。

1994年底，马云首次听说互联网；1995年初，他偶然去美国，首次接触到互联网。对电脑一窍不通的马云，在朋友的帮助和介绍下开始认识互联网。当时网上没有任何关于中国的资料，出于好奇的马云请人做了一个自己翻译社的网页，没想到，3个小时就收到了4封邮件。敏感的马云意识到：互联网必将改变世界！随即，不安分的他萌生了一个想法：要做一个网站，把国内的企业资料收集起来放到网上向全世界发布。

此时，刚刚步入而立之年的马云已经是杭州十大杰出青年教师，校长还许诺他外办主任的位置。但是，特立独行的马云挥挥手，放弃了在学校的一切地位、身份和待遇，毅然下海。

此时，互联网对于绝大部分中国人还是非常陌生的东西；即使在全球范围内，互联网也刚刚开始发展：大洋彼岸，尼葛洛庞帝刚刚写就《数字化生存》、杨致远创建雅虎还不到一年；而在北京，中国科学院教授钱华林刚刚用一根光纤接通美国互联网，收发了第一封电子邮件。

在这样的情形下，远在尚未开通拨号上网业务的杭州，马云就已经梦想着要用互联网来开公司。这个想法立即遭到了亲朋好友的强烈反对。“我请了24个朋友来我家商量。我整整讲了2个小时，他们听得稀里糊涂，我也讲得糊里糊涂。最后说到底怎么样？其中23个人说算了吧，只有一个人说你可以试试看，不行赶紧逃回来。我想了一个晚上，第二天早上决定还是干，哪怕24个人全反对我也要干。”

“其实最大的决心并不是我对互联网有很大的信心，而是我觉得做一件事，无论失败与成功，经历就是一种成功，你去闯一闯，不行你还可以掉头；但是你如果不做，就像晚上想想千条路，早上起来走原路，一样的道理。”

（资料来源 阿里巴巴创始人马云：从顽皮少年到商界大侠 前瞻网 2015-01-06）

思考与讨论：

从马云的创业经历你得到了哪些启示与收获？

1.1 创业、创业者、创业精神

1.1.1 创业

1.1.1.1 创业的概念

牛根生在《创业没有终点》一文中认为，这世界只有“创业态”，没有“守业态”。创业是唯一的“长生不老”药，当你不再创业而妄想“守业”的时候，前面的路就只剩下一条：萎缩，衰落，死亡。

美国《时代周刊》也曾有类似的评论：“在21世纪，改变你命运的只有你自己，别期盼有人会来帮助你。从现在开始，‘学习、改变、创业’是通往新世界的唯一



道路。”

创业是长期存在的社会现象。“创业”这一概念源于英文 Entrepreneur，国内较多译为企业家、创业者。创业是什么，学者们从各自的角度对创业的含义进行了研究。提出了自己的观点。表 1-1 是创业定义中包含的关键字。

表 1-1 创业定义中包含的关键字

序号	对于创业定义的不同理解	出现频数	序号	对于创业定义的不同理解	出现频数
1	开始、创建、创造	41	10	价值创造	13
2	新事业、新企业	40	11	追求成长	12
3	创新、新产品、新市场	39	12	活动过程	12
4	追逐机会	31	13	既有企业	12
5	风险承担、风险管理、不确定性	25	14	首创活动、超前认知与行动	12
6	追逐利润、个人获利	25	15	创造变革	9
7	资源或者是生产方式的新组合	22	16	所有权	9
8	管理	22	17	责任、权威之源	8
9	统帅资源	18	18	战略形成	6

资料来源：Morris M, Lewis P, and Sexton D. Reconceptualizing Entrepreneurship: An Input-output Perspective [J]. SAM Advanced Management Journal, 1994, Winter59 (1): 21-31.

表 1-1 中列出的关键字基本反映出创业活动的不同侧面，追逐利润、价值创造、追求成长等反映出企业的目标；追逐机会、创造变革、资源组合、管理、创建新企业或开发新事业是实现目标的手段，风险承担、超前认知与行动、活动过程等是创业的属性。

我国学者也从多个角度阐述了看法，如表 1-2 所示。

表 1-2 我国学者关于创业的主要观点

观点	主要内容
机会价值说	捕捉机会，实现潜在价值
	识别商业机会，创造价值
财富目的说	有偿经营、商业活动、以赢利为目的
	以创造价值为目的、有目的的经济活动
组织创新说	创建新企业、团队、组织能力、组织创新
	开创新业务、创建新组织
核心要素说	人力、资本、机会、资源
	创业者、能力、技术、市场
风险管理说	高风险创新活动、风险防范、风险管理
	认识创业风险、合理规避和化解风险