

21世纪清华MBA精品教材

北京市高等教育精品教材立项项目

创业管理学

★★★ 姜彦福 张炜 主编 ★★★

Entrepreneurial
Management

清华大学出版社



21世纪清华MBA精品教材

北京市高等教育精品教材立项项目



创业管理学

★★★ 姜彦福 张炜 主编 ★★★



Entrepreneurial Management

清华大学出版社
北京

内容简介

本书围绕创业者在创业过程的不同阶段所遇到的实际问题进行编写,涵盖了创业管理中的主要核心内容。本书主要内容包括:创业与创业精神、创业过程、创业机会的识别与评价、商业模式、创业者与创业团队、商业计划、创业融资、新创企业战略、新创企业的危机管理、公司创业。

本书的主要特点是:注重理论和知识的系统性,强调内容的新颖性,注重创新,并紧密结合我国的创业实践,突出内容的实用性。

本书作为大学创业管理课程的教材,适合 MBA 和其他经济管理类的研究生,也可以作为非经济管理类的研究生和本科生作为教材;还可以作为广大创业者及相关研究、管理人员的参考书,以及大学生创业计划大赛和各种创业培训项目的培训教材。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 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。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,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

创业管理学/姜彦福,张韩主编. —北京:清华大学出版社, 2005. 7

ISBN 7-302-11209-6

I. 创… II. ①姜… ②张… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 064334 号

出版者:清华大学出版社 地址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮编:100084

社总机:010-62770175 客户服务:010-62776969

责任编辑:金娜

封面设计:常雪颖

版式设计:刘祯森

印装者:清华大学印刷厂

发行者:新华书店总店北京发行所

开本:185×260 印张:25.5 插页:2 字数:518千字

版次:2005年7月第1版 2005年7月第1次印刷

书号:ISBN 7-302-11209-6/F·1216

印数:1~5000

定价:42.00元

创业

管理学

前言

FOREWORD

活跃的创业活动是经济发展的巨大动力，中国的改革开放，大大释放了国民的创业精神。清华大学中国创业研究中心《全球创业观察 2002 中国报告》（清华大学出版社，2003）的研究结果表明：“中国的全员创业活动指数在 37 个全球创业观察（Global Entrepreneurship Monitor, GEM）研究项目参与国家和地区中排名第九位，即中国在全球的创业活动中处于活跃状态。”伟大的创业精神和活跃的创业活动正是过去 20 多年来中国经济能够持续高速发展的关键原因，这也必将是决定中国经济未来能否继续保持良好发展态势的关键性因素之一。但是，我们的研究还发现，我国的创业活动是以生存型为主的，约占 60%，而机会型创业只有 40%；中国的创业机会多，国民的创业动机比较强，但创业能力不足，亟须通过创业教育和实践智慧的积累提高创业能力。

当前中国经济发展迅速创造了大量的创业机会、同时中国也面临巨大的就业压力。大学作为培养国家未来人才的关键基地，应当为广大学生提供更全面的教育。我们认为其中很重要的一点是需要大力加强大学创业教育，一方

面为广大学生的日后发展提供基础的创业知识和技能,更为重要的是初步培养他们的创业意识和创业精神。创业精神不仅在创办新企业时需要,大企业、非营利机构同样需要创业精神(Sahlman和Stevenson,1999)。

创业教育在国外,尤其是在美国,已经成为商学院教育最为重要的组成部分之一。国外大学的管理教育也朝着创业型管理教育进行演变,并且创业教育的范围并不局限于商学院中的管理教育,一些理工科院系也积极探索和开展创业教育。

目前,我国大学的创业教育已经起步,开始进入加速发展阶段。很多大学在积极探索大学的创业教育,但目前国内相关的研究、教材和案例等还不能很好满足创业教育的需求。

清华大学经济管理学院从1998年开始为MBA开设了创业管理领域的课程。清华大学中国创业研究中心从2000年正式成立后,积极开展对中国创业管理的深入研究,并积极引进和编写相关的教材、案例。在多年的教学和研究基础上,我们从2003年初开始历时两年多,终于完成了这本融合集体智慧的《创业管理学》教材。

本教材有以下几方面的特点。

第一,注重理论和知识的系统性。本书围绕创业者在创业过程的不同阶段所遇到的实际问题进行编写,全书涵盖了创业管理中的主要核心内容。

第二,强调内容的新颖性。书中有相当内容是我们最新的研究成果,包括多篇博士论文及博士后研究报告的研究成果;同时,本教材也充分吸收了国内外相关领域的研究和教学成果。

第三,突出内容的实用性。本书特别注重理论和实际的联系,注重结合中国的创业实践。例如,国内的创业者普遍不能很好地完成商业计划开发写作,本书把我们自己所指导的获得国际创业计划大赛大奖的最新商业计划书作为教学案例,供大家学习参考。另外,每章都有学习目的、小结、复习与讨论题,并配有案例,非常方便读者(尤其是师生)的使用。

第四,注重创新。例如,商业模式是创业管理中非常重要的概念和内容,但国外的创业教材基本上没有专门的章节内容;本教材编委会在多次反复讨论的基础上,决定把商业模式作为单独的一章,编写人员查阅了大量国内外材料和案例,在此基础上总结创新而完成本章。

本书可以作为大学创业管理方面课程的教材,适合MBA和经济管理类

的其他研究生，可以作为非经济管理类的研究生和本科生作为教学参考书；本书也可以作为广大创业者（包括潜在的创业者）、富有创业精神的公司领导人、负责新业务开拓的部门负责人和员工的指导书，更可以作为大学创业计划大赛和各种创业培训项目的培训教材。

全书由姜彦福、张炜主编，其中：第1章由姜彦福主笔，第2章由林嵩完成，第3章由邱琼完成，第4、第7两章由张炜完成，第5章由唐靖和陈耀刚完成，第6章由崔小刚完成，第8、第9两章由叶瑛完成，第10章由张健完成，第3篇的综合案例由张炜完成，另外，第6章的商业计划案例曾由张炜老师带队在国际商业计划大赛中获得“最佳国际商业奖”，在此，我们要衷心感谢马晨、张先涛等人的贡献，还要感谢清华大学材料系崔福斋教授的支持！

在编著过程中，我们定期开会讨论书稿的内容，及时调整完善全书的架构，在初稿完成后，编委会成员相互审阅修改书稿，可以说此书的完成是编委会所有成员智慧和辛劳的结晶。

感谢清华大学出版社金娜女士对本书出版的大力支持，使得本书能够及时和读者见面；另外，北京市教委把本书列为北京市高等教育精品教材，并给予了支持。最后，我们还要衷心感谢那些对我们开展创业领域研究和教学一直给予支持的各界朋友，其中有的和我们一起探讨过创业管理相关的问题；有的接受过我们的调研访谈和案例研究；有的还直接到我们的课堂上与师生分享他们创业和（或）创业投资的经验和教训；还有那些上过我们创业相关课程的同学，等等，没有他们的支持、鼓励和帮助，我们就不可能完成并进一步完善这本教材。

由于水平有限，书中难免有疏漏和不足之处，恳请各位读者批评指正，以共同促进我国的创业教育事业的发展。

姜彦福 张炜

清华大学经济管理学院

清华大学中国创业研究中心

2005年6月

创 业

管 理 学

会 计 业 的 编 者

目 录

CONTENTS

前 言 I

第 1 篇 绪 论

第 1 章 创业与创业精神 3

 1.1 创业、创业精神与经济增长 4

 1.2 创业精神与社会发展 8

 1.3 创业环境 10

 1.4 创业教育 13

 1.5 本书的结构 15

第 2 章 创业过程 17

 2.1 理解创业的一般过程 18

 2.2 新创企业的生命周期 26

 2.3 创业中所需的资源 28

 2.4 两个重要的创业模型 31

 本章案例：恒基伟业有限公司 36

第 2 篇 创业机会

第 3 章 创业机会	45
3.1 创业机会：概念和存在的原因	46
3.2 创业机会的期望价值：选择利于创业的机会	51
3.3 创业机会评价	56
3.4 创业机会识别与开发	60
第 4 章 商业模式	73
4.1 商业模式的概念	75
4.2 商业模式的作用	77
4.3 商业模式合理性的基本检验方法	82
4.4 商业模式的演进和持续创新	86
本章案例：苹果公司的 iPod	94

第 3 篇 创办新企业

第 5 章 创业者与创业团队	101
5.1 创业者心理及性格特质	102
5.2 创业者应具备的个人能力	110
5.3 创业者管理框架	118
5.4 创业团队的组建	124
5.5 创业团队的激励	130
第 6 章 商业计划	138
6.1 初步了解商业计划	139
6.2 如何制定商业计划书	141
6.3 商业计划书的主要内容	145
本章案例：纳米晶胶原基骨修复材料商业计划	162
第 7 章 创业融资	200
7.1 创业融资难的原因和创业者的基本对策分析	201
7.2 创业融资的资金需求	206

7.3 创业融资的主要方式和融资路径·····	212
7.4 创业企业的价值评估·····	221
7.5 创业融资和创业投资的策略·····	229
本章案例：金洪恩电脑公司吸引 Intel Capital 的创业投资 ·····	242
综合案例：亚信公司的创业融资与发展 ·····	244

第4篇 创业企业的成长管理

第8章 新创企业战略 ·····	261
8.1 创业战略的价值·····	262
8.2 新创企业战略的特征·····	266
8.3 创业者如何思考战略问题·····	269
8.4 新创企业可能的战略选择·····	276
本章案例：携程网的发展历程 ·····	290
第9章 新创企业的危机管理 ·····	293
9.1 新创企业的成长规律·····	294
9.2 初创期的危机管理：关注市场拓展危机·····	298
9.3 发展期的危机管理：关注现金流危机·····	306
9.4 规范期的危机管理：关注组织与人才危机·····	313
9.5 各阶段共同面临的技术轨道危机·····	318
9.6 各种危机的相互关系·····	322

第5篇 公司创业

第10章 公司创业 ·····	327
10.1 公司创业的概念 ·····	328
10.2 公司创业的阶段模型 ·····	329
10.3 公司创业的模式 ·····	334
10.4 公司创业战略 ·····	339
本章案例：KAI 公司创业的过程 ·····	366

创

业

管理学

第1篇

PART

绪论

第1章 创业与创业精神

第2章 创业过程

第1章

创 业 与 创 业 精 神

创业型社会的出现可能是历史上的一个重要转折点。

——德鲁克

学习目的

1. 了解创业精神和创业活动对经济增长的作用；
2. 了解影响创业活动的主要环境因素；
3. 了解创业教育对创业者提升创业能力的作用。

引言

从1990年到1999年，我国私营企业户数从9.8万户增加到150.9万户，增长14.4倍；注册资金由95亿元增加到10287亿元，增长107倍。个体工商户的户数从1328万户增加到3160万户，增长1.38倍；注册资金从397亿元增加到3439亿元，增加7.66倍。据国家经贸委中小企业司《2001年中国中小企业发展报告》的统计，2001年全部中小企业达3980万户，约占全国全部工商注册登记企业总数的99%，实现的总产值占全国工业总产值的60%，实现的利税约占全国工业企业实现利税的43%，实现的出口占全部出口的60%。特别是在20世纪90年代以来的经济快速增长中，工业新增产值的76.6%来自中小企业，中小企业还提供了75%的城镇就业机会。其中，工商登记8人以下的微型企业3144万户，约占79%；8人以上的小型 and 中型企业836万户，约占21%。在小型和中型企业中，工业企业约有46万户，占全国独立核算工业企业的98.5%，就业人数占69.5%，资产总额占48.5%，销售额占

57.1%，工商税金占43.2%。

资料来源：促进中小企业发展需要综合对策，作者：隆武华

1991年4月，美国经济从二战后的第9次经济危机中走出来，开始持续、稳定、较快地复苏和增长。到2001年已经持续增长10年，被称为美国的黄金十年，是美国有史以来第三次，也是持续时间最长的一次经济扩张。更为神奇的是，长期困扰美国经济的滞胀在这一轮经济扩张中消失得一干二净！1992—1997年美国国民经济年均增长率为2.6%，1998年达到3.5%，1999年达到4%；失业率从1991年的6.7%降为1998年的4.5%，同期通胀率则由5%降至1.8%。

据统计，硅谷自1992年以来，创造了20万个就业机会；仅在1997年，硅谷的风险资本投资额就增长了54%，新建公司大约3500家，住房开工项目创10年来的最高记录。当硅谷的企业市值1997年超过4500亿美元时，它已一跃成为美国经济新的动力之源。在1996年，平均每5天有一家硅谷公司挂牌上市，每24小时增加62个新的百万富翁。创造了5万多个新的就业机会，而工资增加为全国平均数的5倍。1996年，这个地区在劳动生产率和出口增长方面在美国都处于领先地位。制造软件的西贝尔系统公司的创始人托马斯·西贝尔说：“这是在我们眼前发生的经济奇迹。”

资料来源：《聚焦新经济》，作者：张锋

1.1 创业、创业精神与经济增长

19世纪中后期的美国，运输和通信技术方面的革命使得企业可以比市场更为有效地协调生产与流通的各个环节。这种企业内部交易成本的大幅度降低，史无前例地拓展了企业可能存在的边界。这个时代的企业家对生产设施、销售和批发网络以及内部管理都进行了大规模的投资，而大规模投资为企业家带来的是大规模收益。规模为“管理资本主义的时代”（钱德勒）拉开了经济高速增长的序幕。规模成为整个时代的主旋律，即所谓大规模生产一定以大规模销售为前提，大规模销售一定以大规模消费为前提。

在这种增长模式下，诞生了一批以规模为竞争导向的企业。这些企业在战略上基本围绕扩大规模组织实施企业行为。一方面，为进一步获得成本优势，企业要对生产技术进行投资，或者直接通过横向并购获得技术；另一方面，为了充分利用闲置产能，企业通过多元化方式进入相关市场。在石油化工、汽车制造、零售等规模经济规律表现最为明显的行业，诞生了应用增长方式迅速的公司代表。在此过程中，新兴的资本市场也在为企业的增长推波助澜。他们通过为企业的大规模增长提供制

度和资本上的准备，使得企业的扩张战略成为现实。

20世纪末的美国，由计算机技术和互联网技术引发的技术革命，对经济增长的传统模式提出了挑战。这种“破坏性创新”的技术突变使得一批昔日的“恐龙企业”步履艰难，但催生了一批具有创新和创业精神的时代宠儿。微软、思科、ebay等是其中的优秀代表。这些企业从零开始拔地而起，借助于新的商业理念和经营方式获得了巨大的商业成功。它们从诞生之日起，就将创新和创业行为作为企业的常态而非起点。一如微软的创始人盖茨所言：“微软离死亡永远只有18个月”。甚至在微软遭到垄断诉讼案的时候，微软总裁鲍尔默仍然表示：“即使在5年前，我们一直觉得微软是一个小公司，还处于创业阶段。”这绝非创业者的哗众取宠，也不是“沉重的危机感”之类简单的溢表之词。这种永远处于“创业状态”的经营思想，体现在产品开发、团队培养、营销方式等企业经营管理的方方面面。甚至连企业购买行为也不再是围绕扩大生产规模和市场范围，而是通过购买获得创新能力和创新精神。如微软并购Hotmail，eBay并购易趣，Amazon.com并购卓越网，没有一家是为了扩大规模。他们需要通过购买保持其竞争地位，都是为了购买创新的思想 and 创业的团队，而非企业的资产。

如同19世纪以规模经济为核心的企业扩张一样，创业和创业活动的成功也离不开资本市场的帮助。但与当时大不相同的是，投资人不再以企业规模，市场份额，甚至利润作为投资的依据，而是把新的理念、新的商业模式作为投资的目标。创新、创业成为投资关注的焦点。无论是产业界，还是资本市场，创新和创业都将成为重要的战略目标。创新和创业成为经济增长的主要手段。创新和创业取代了规模成为新经济增长的主旋律。

虽然我们还没有完全掌握创业和创业活动推动经济增长的客观规律，也不完全清楚创业活动通过何种机制推动宏观经济的增长。但一些统计数据和调查确实能够体现出经济增长与创业活动之间存在的紧密联系。GEM（Global Entrepreneurship Monitor，GEM，中文为“全球创业观察”）1999年对10个国家（美国、加拿大、以色列、意大利、英国、丹麦、芬兰、法国、德国和日本）的调查发现：创业活跃程度高的美国、加拿大和以色列，经济增长率和就业率也较高；创业活跃程度低的丹麦、芬兰、法国、德国和日本，经济增长率和就业率也较低。

如果我们拨开宏观经济的纷繁芜杂，细微观察公司的个体行为表现，就更能够凸显创业和创业精神对经济增长的作用。创业精神和创业活动对微观主体的影响主要集中在三个方面：首先，创业精神和创业活动产生了大量的中小型企业。这些中小型企业为经济总量以及就业做出了巨大的贡献。其次，频繁的创业活动催生出一批优秀的企业成为国家经济的中流砥柱。最后，一些成熟的企业也凭借创业活动和创新精神获得了新生，使得“昔日的大象”能够“翩翩起舞”。

提到创业活动对经济总量的贡献，人们最容易想到的就是新创企业对经济的贡献。这是由于人们经常将新创企业与创业活动紧密地联系在一起。虽然前者不能涵

盖全部创业活动（如大公司创业），但讨论新创企业对经济总量的增长也确实能够帮助我们理解创业活动对经济增长的贡献。根据 GEM 的研究报告，40 个参与 GEM 研究的国家和地区的总人口数 40 亿，大约占全世界 63 亿人口的 63%。在这 40 亿人中，有 24 亿人在 18 岁~64 岁之间，这是大多数国家和地区的就业年龄。在这 24 亿人中，又有 2.97 亿人（占 12%）所在的 1.92 亿个企业完成了最初的创业工作并已运作 3 年。其中 2003 年美国有超过 2 000 万的人参与新创企业的创业活动，创建的新企业数超过 1 000 万。其中，印度 1.07 亿人建立了 8 500 万家企业，中国则有 1.42 亿人创建了 1 900 万家新企业。

对于当前的中国经济而言，新创企业在总量方面的表现有着特别重要的实际意义。2003 年，我国中小企业数量达 2 930 万户，占我国企业总数的 95% 以上，在所有企业最终创造的 GDP 中，有 51% 是中小企业创造的。中国经济在持续增长的过程中，要逐渐实现从粗放经济向集约经济的转变，劳动力这个重要的生产要素如何能动地从人力投入过多的行业中转移出来，实现最优配置，已经成为社会各界广泛关注的问题。有效的创业活动是解决这个难题的重要途径之一。

根据 GEM 的中国研究报告，1997—2001 年，创业不活跃的国有单位、城镇集体单位和联营单位净减少 5 343 万个工作机会，而创业活跃的公司、股份合作单位和私营企业（这项统计不包含农村私营企业所提供的净增就业机会）共提供了 1 407 万个新增就业机会。其中，公司制企业创造的新增就业机会为 477 万个，私营企业创造的新增就业机会达到 907 万个。

由于中国目前是一个内部发展相对不平衡的经济体，所以从区域创业活动的表现与区域经济总量之间的关系也能看出创业活动经济增长之间的联系，如表 1-1 所示。

表 1-1 中国创业活动不同活跃程度（CPEA）的四类地区

类别	CPEA 指数	省区数	地区
A 高活跃地区	高于全国平均水平 10.43	9	长江三角洲地区（上海、江苏、浙江）；京津地区；珠江三角洲地区（广东）；西部地区（陕西、青海、宁夏）
B 一般活跃地区	高于 5	9	辽宁、内蒙古、安徽、福建、山东、重庆、四川、云南、新疆
C 不活跃地区	高于 2.5	9	山西、吉林、河南、江西、湖北、湖南、广西、贵州、甘肃
D 沉寂地区	低于 2.5	4	河北、黑龙江、海南、西藏

从表中不难发现，创业活动高度活跃的地区，如长江三角洲地区，京津地区，珠江三角洲地区的经济相对比较发达，而创业活动相对沉寂的地区，如河北、黑龙江、西藏等地区，其经济总量也相对较小。

新创企业对经济的贡献不仅仅体现在其总量对经济和就业的帮助。许多创业活

动直接诞生的是对国家经济命脉有着重要影响的世界级企业。微软公司由比尔·盖茨创建于1975年，当时员工只有4人，创业资金是3000美元，到1977年底销售收入达到382万美元，年发展速度636%。截至2004年5月，已经达到2780亿美元。而微软的产品已经渗透到国民经济、人民生活、国家安全的每一个角落。思科公司由斯坦福大学的两位教师于1984年发起成立。成立初期，公司得到了200万美元的风险投资，于1986年推出第一批产品。1990年2月16日，思科作为互联网设备制造供应商股票上市，当年的年度收入为6900万美元。自此以后至2001财政年度，公司的营业额每年以超过40%的速度递增（只有1998年例外）。思科能够在大规模的条件下高速增长，按照钱伯斯的梦想，思科系统将在25年内完成通用电气公司100多年完成的任务。2000年3月24日，科技蓝筹思科在纳斯达克股市超过微软和通用电气达到5792亿美元，成为世界股市市值最高的股票。这些新创企业中的翘楚企业，不仅为社会提供了大量的投资和就业机会，同时也带动了上下游产业派生出大量的新创企业和创业活动。

许多正走向世界舞台的中国大企业也同样是本土企业家创业精神和创业活动的结晶。1984年，11个怀着产业报国的科技人员，靠着20万元启动资金，在一间破旧的小平房里，创建了联想公司。20年后，联想通过并购IBM公司的全部PC（个人计算机）业务一跃成为占全球PC市场份额第三位的产业领袖。随着新公司总部迁往纽约，联想集团将成为一个真正意义上的全球化企业。成立于1988年的华为技术有限公司，当初只有14名员工，2.4万元资产，依靠销售国外小型交换机维持企业的发展。2004年，华为公司实现全球销售额462亿元人民币，其中国内销售273亿元；国际销售额22.8亿美元，占总销售额的41%。2004年，华为公司的业务范围覆盖了90多个国家和地区的300多家电信运营商，其中不乏德国、法国、英国、西班牙、葡萄牙、美国、加拿大等欧美发达国家。由于有着更好的创业环境，中国的第二代企业家正在用更快的速度完成他们的创业梦想，搜狐、51job、携程、盛大等都是其中的代表。创业精神和创业活动在中国这块古老的土地上，将不断地催生着新的产业领袖，也必将孕育出中国人创办的世界级企业。

不仅是新创企业的创业活动对经济增长发挥着积极的作用。随着许多成熟企业投资和企业内部创业的活化，成熟企业内部的创业活动也日益成为经济增长的推动器。3M公司，这个最具创新精神的古老企业，企业内部的创业活动，每年为公司创造30%以上的营业收入。苹果公司，这个曾经濒临危机的企业，利用公司内部创造的iPod+iTunes这一新的商业模式获得了新生，并将另一个老牌企业索尼公司逼入困境。

中国的许多成熟企业也通过投资企业内部或外部的创业活动获得了增长。与新中国同时诞生的华润公司，是新中国设立在香港的一个贸易窗口企业。1992年通过注资永达利成立“华润创业”，拉开了公司内部创业的序幕。通过近十年的努力，最终完成了一个由贸易企业向大型企业集团的转变，成为地产、啤酒和零售三个产业

中的国内龙头企业。如出一辙的是，先前以粮油贸易为主业的中粮集团，通过公司内部的创业活动，转而成为一家集贸易、实业、金融、信息、服务和科研为一体的大型企业集团。成功地完成了内部创业的中粮集团，横跨农产品、食品、酒店、地产等众多领域，自1994年以来，一直名列美国《财富》杂志全球企业500强。通过各种形式鼓励公司内部创业，使公司获得新的增长，已成为诸多成熟企业选择增长的有效方式，也是成熟企业推动经济增长的一个重要途径。

1.2 创业精神与社会发展

人类进入机器大工业社会最伟大的发明就是大企业、大组织的社会存在方式。在工业社会中，人类逐渐学会了依赖程序、流程组织协调成千上万个独立个体行为的方法。组织使个体能够围绕同一个目标进行分工协作。专业化使得单位工作效率得到极大的提升，组织使得规模经济得以实现。组织成为社会最重要的结构单元，而个人，如果还存在纯粹意义上的个人的话，也都是作为组织中的人存在。在专业化分工和组织规模极大地提升了社会产出效率的过程中，人类自身感受到的幸福感并没有得到同样的提高。在一定意义上，它反而成为禁锢人类自由、压抑人类天性、掠夺人类天赋的经济怪兽。

一个有效率的企业能否同时是保持人类天性的组织？如何有效地解决组织效率与个人自由之间的矛盾？工业社会带给人类极度丰富的物质财富的同时，能否拯救人类正在失去的幸福感？这些问题自工业社会诞生以来就不停地受到来自社会学家的质疑。经济学家企图为这种被工业社会扭曲的人类心灵提出种种合理解释。但无论我们如何“合理地”解释工业社会中人类所表现出的贪欲、自私是多么符合人的天性，现实却是：在企业获得利润的同时，能否同时帮助人类获得心灵的解放和个性的张扬，是工业社会永远无法回答的问题。

在20世纪70年代，德鲁克便宣称，美国已经由管理资本主义社会转型为创业型社会。虽然至今我们仍然没有观察到创业型社会作为一个独立的社会发展阶段应有的特征，但创新精神和创业活动确实在方方面面影响着我们的社会。

首先，创新精神和创业活动的兴起将“人”推向了整个社会发展的中心。由于创业和创业活动更依赖人的创造性和主动性，使得整个社会更加关注人的发展。在工业社会中，企业中的角色基本可以简化为股东、管理者和一般性员工（大多数经济学家的企业模型也是如此构建）。股东出资成为这个企业的所有者，管理者分配并监督员工的劳动成果，而员工则将自己无差异的劳动时间交由他的上级支配，从而获取劳动力再生产所需的收入。对于员工来说，工资是企业支付的维持生活的必要生存条件；对于企业来说，工资是支付给员工的成本。工资是连接企业和个人重要纽带，同时又是企业与个人之间的矛盾焦点。在这种价值体系下，企业总是偏向于低估人的价值，而员工则往往愿意高估自己对企业的贡献。