

徐小洲 李志永 主编

创业教育

CHUANGYE JIAOYU

(普通高校版)



浙江教育出版社

徐小洲 李志永 主编

创业教育

CHUANGYE JIAOYU

(普通高校版)



浙江教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业教育:普通高校版/徐小洲,李志永主编. —杭州:
浙江教育出版社,2009.9

ISBN 978-7-5338-8348-5

I. 创... II. ①徐...②李... III. 大学生—职业
选择 IV. G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 163272 号

责任编辑	李 春	责任校对	莫晓虹
封面设计	曾国兴	责任印务	温劲风

创业教育(普通高校版)

主 编 徐小洲 李志永

出版发行 浙江教育出版社
(杭州市天目山路 40 号 邮编 310013)

图文制作 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷 建德市时代印刷有限公司

开 本 710×1000 1/16

印 张 17.5

插 页 1

字 数 296 000

版 次 2009 年 9 月第 1 版

印 次 2009 年 9 月第 1 次

本次印数 0 001-3 000

标准书号 ISBN 978-7-5338-8348-5

定 价 28.00 元

联系电话: 0571-85170300-80928

e-mail: zjjy@zjcb.com

网址: www.zjeph.com

《创业教育》(普通高校版)编委会

主 编 徐小洲 李志永

副主编 陈红儿 金桂生

编 委 (以姓氏笔画为序)

牛长松 叶映华 朴忠鹤

徐小洲 陈文干 陈红儿

陈 劲 李志永 何杨勇

金桂生 查 颖 盛兰芳

梅伟惠 Carlo Socol

序 言

举目世界,人们不难发现,这是一个崇尚创业的时代。从寻找机会到创造机会,从就业到创业,反映出人们对自身价值与功能观认识的转变。在某种程度上说,这是当代大学生实现自身价值的重大跨越。曾几何时,许多人为自己能找到一份稳定的工作而手舞足蹈,庆幸自己可以从此衣食无忧,过上安逸的生活。然而,历史把许多大学生推上了风尖浪口,使他们成为时代的弄潮儿。在这些人眼里,自己的人生价值不仅是找到适合自己的位置,更要努力帮助别人找到更好的生活机会。在他们看来,在奔向未知、创造未来中工作与生活,挥洒自己的热情和青春具有无比的价值。这些人,便是生活在我们当中的形形色色的创业者。

有的人认为,创业就是创办大大小小的企业。毫无疑问,创办企业是创业的重要组成部分,甚至是当前创业的主流。但是,创办企业并不能包揽创业的全部内涵。追溯中外历史,从张骞到郑和,从马可·波罗到哥伦布,他们开辟的远非经济之通途。遍览当今天下,政治、经济、文化、教育等领域相互交融,创业的空间相互交织,创业者的身份与素质多重综合。展望未来世界,创业者的使命更加崇高,任务更为艰巨,空间更加广阔。因此,创业的触角遍及人生的每一个角落。在挑战与机遇面前,一个成功的创业者必须具备杰出的创业精神、知识与能力。这些素质不是与生俱来的,而是在后天的成长环境中逐步形成的。学校作为系统性、正规化的教育机构必然在其中大有可为。

从世界经济发展形势看,创业型经济已经成为世界经济发展的主要模式,它以灵敏的适应性,通过有效整合与挖掘各种资源,在无序中把握潜在的成功机会。从中国未来经济和社会发展的态势来看,加强创业教育是大势所趋。一方面,经济结构调整不可避免地出现大量剩余劳动力;另一方面,高等教育扩招而引起的大量高校毕业生按照传统的就业方式已经难以找到合适的工作岗位。引导劳动力寻找新的突破口是必然的时代新任务。

在政府的鼓励和推动下,中国创业教育取得了许多成绩。20世纪90年代以来,中国创业教育规模从小到大,创业课程从少到多,创业教材从无到有,推动了学生创业精神、知识与能力的提高。但是,由于历史原因和传统观念的影响,我国创业教育在课程建设、教材开发、师资培养等方面存在亟需解决的瓶颈问题。创业机会大量涌现与大学生创业能力低下的矛盾非常突出。由于缺少创业素质,当前大学生创业的成功率普遍不高。为此,我国必须建立与完善符合地方特色、行业特点,切合大学生实际的创业教育课程体系。本着为我国创业教育课程建设添砖加瓦的目的,在借鉴中外创业教育经验的基础上,我们以“立足中国国情,反映国际创业教育前沿”、“创业理论与创业案例相结合”、“突出创业核心问题与创业基本知识”、“符合教学规律与学生创业心理”为原则,编写了这本《创业教育》(普通高校版)教材。编写者真诚希望本教材能有效帮助有志于创业的大学生增进创业兴趣,增加创业知识,提高创业能力。

本教材由徐小洲、李志永任主编,陈红儿、金桂生任副主编,由来自浙江大学、浙江师范大学、浙江理工大学、杭州电子科技大学等院校的教师们共同编写,他们或长期从事创业教育理论研究,或具有丰富的创业教育实践经验。全书共五章,分别探讨如何认识创业、创业者有哪些核心素质、创业的知识准备、创业基本流程、创业管理等问题。其中,第一章由牛长松编写;第二章由叶映华编写;第三章由何杨勇编写;第四章由陈红儿、查颖编写;第五章由陈文干编写。

创业教育是个复杂的系统工程,涉及的领域非常广泛,教材编写的难度也非常大。本教材是作者们集体智慧的结晶,但限于学识与创业经验等方面的限制,其中必定存在诸多缺陷与谬误,恳请各位同仁与读者批评、指正。

在编写过程中,我们得到了浙江教育出版社的大力支持,在此表示衷心感谢!

编者

2009年8月8日

目 录

ChuangYe
JiaoYu
PuTongGao
XiaoBan

第一章 认识创业	1
第一节 创业的价值和需求	1
一、创业的内在价值	1
(一) 创业的个体价值	1
(二) 创业的社会价值	3
二、创业的驱动因素	5
(一) 大学生就业问题严峻	5
(二) 产业结构的调整	6
(三) 人才技能需求的变化	7
第二节 国内外创业形势分析	8
一、国内外创业环境	8
(一) 我国创业环境及其国际比较	9
(二) 我国支持大学生创业的政策	12
二、影响大学生创业的主要因素	15
第三节 创业的内涵与类型	17
一、创业内涵	17
(一) 创业者个人特质的视角	18
(二) 创业者活动的视角	19
(三) 创业过程的视角	19
二、创业类型	20
(一) 生存型创业和机会型创业	20
(二) 克里斯琴分类	21

第二章 创业者的核心素质	24
第一节 创业者的核心特质及测量	26
一、创业者的核心特质	26
(一) 成就动机	26
(二) 内在控制源	28
(三) 风险承担倾向	29
(四) 问题解决能力	29
(五) 自动坚持自己	30
(六) 不确定容忍性	31
(七) 情绪稳定性	32
(八) 创新性	33
(九) 团队或小组合作能力	34
二、创业者核心特质的测量	35
(一) 《内在一外在心理控制源量表》	35
(二) 《大五个性问卷》(NEO—PI)	37
(三) 《华人创业家适应性量表》	40
(四) 《大学生创业人格特质量表》	42
第二节 创业者的核心能力及测量	43
一、创业者的核心能力	43
(一) 创业的知识和观念	44
(二) 创业的经验	44
(三) 创业技能或行动能力	45
二、创业者核心能力的测量	45
第三节 创业者的创业认知及测量	46
一、创业环境认知和创业自我认知	46
二、创业者创业认知的测量	47
第四节 创业者核心素质的养成	49
一、创业者核心素质的养成方法	49
(一) 重视创业理论的研究	49
(二) 完善学校的创业教育	50
(三) 进行相关的实践活动	50

(四) 大众传媒的普及宣传	50
二、从高校创业教育看创业者核心素质的养成	51
(一) 培育创业文化	51
(二) 优化课程设置	52
(三) 培养学生独特个性	53
(四) 实施体验性教学,重视创业实践教学	55
(五) 鼓励生涯设计	57
(六) 拆除无形围墙	58
第三章 创业的知识准备	62
第一节 创业的基础知识	62
一、专业知识	63
(一) 专业知识的重要性	63
(二) 专业知识从何而来	63
二、初创企业管理的特殊性	65
(一) 成本和规模上的原因	65
(二) 初创企业都比较脆弱	66
(三) 现金管理	66
(四) 艰难地付出	66
三、财务知识	66
(一) 成本计算	67
(二) 应收账款管理	68
四、营销知识	69
(一) 发现市场	70
(二) 营销策略	71
第二节 法律法规	76
一、劳动法规	76
(一) 招聘	76
(二) 第三人侵权责任	76
(三) 辞退员工	78
二、工商注册与登记	80
(一) 登记注册的一般程序	80

(二) 企业登记注册材料	81
(三) 企业的类型	81
三、税务法规	82
四、知识产权	87
(一) 专利	88
(二) 商标	91
第四章 创业基本流程	95
第一节 识别创业机会	95
一、创业机会从何而来	97
(一) 市场变化	97
(二) 技术变革	98
(三) 政策导向	99
二、创业机会的主要类型	99
(一) 根据创业机会的来源	99
(二) 根据创业者实现目的和利用手段的对应关系是否明确 ...	100
三、如何把握创业机会	101
(一) 创业机会识别过程	101
(二) 创业机会评价	102
(三) 创业机会的发现方法	104
(四) 把握创业机会的原则与要求	107
四、模拟游戏	112
第二节 组建创业团队	112
一、出色的创业团队特征	112
(一) 共同的创业理念	112
(二) 团队成员的互补关系	113
(三) 合理的股权分配	113
(四) 团队成员有良好的沟通	113
(五) 优秀的创业团队应该精简高效,以快制强	113
二、如何吸引优秀成员	114
(一) 待遇激励	114
(二) 感情激励	114

(三) 事业激励	115
(四) 环境激励	115
(五) 制度激励	115
三、创业团队的职责分工	116
(一) 一个具备高超领导艺术的人	116
(二) 一个策划能力极强的人	118
(三) 一个研发能力强的人	119
(四) 一个营销能力较强的人	120
四、模拟游戏	123
第三节 开展市场分析	124
一、市场调查主要事项	124
(一) 市场调查的重要性	124
(二) 市场调查的内容	126
(三) 市场调查的方法	129
二、如何进行市场分析	130
(一) 行业分析	130
(二) 竞争对手分析	133
三、如何找准市场	135
(一) 市场细分	135
(二) 选择目标市场	136
四、模拟游戏	139
第四节 创业资金的筹集	139
一、筹资方式	139
(一) 权益资本筹资	140
(二) 债权资本筹资	142
二、筹资渠道	146
(一) 国家财政资本	146
(二) 银行信贷资本	146
(三) 非银行金融机构资本	147
(四) 风险资本	148
(五) 创业者的个人资本	149
(六) 亲朋好友的资本	149

(七) 民间资本	150
(八) 其他企业资本	151
(九) 外商资本	151
三、模拟游戏	153
第五节 撰写创业计划书	154
一、如何设计创业计划书	154
(一) 创业计划书的核心要素	154
(二) 创业计划书的具体内容	154
(三) 创业计划书典型模板	157
二、动手写创业计划书	170
(一) 如何写摘要	170
(二) 如何写公司简介	170
(三) 如何描述市场营销策略	172
第六节 申办企业程序	176
一、基本申办步骤	176
(一) 初步确定企业的登记事项	176
(二) 企业登记注册的步骤	176
二、企业申办要点	177
(一) 企业组织形式的合理选择	177
(二) 企业登记设立的条件	179
(三) 公司的设立登记程序	186
三、模拟游戏	189
第五章 创业管理	201
第一节 企业战略规划	201
一、如何制定创业战略	201
(一) 企业战略规划的制定方法	201
(二) 企业战略规划的制定步骤	204
二、构建市场竞争优势	206
(一) 企业竞争优势的来源有哪些	206
(二) 构建企业竞争力的途径	207
三、新创企业可能的战略策略选择	208

(一) 模仿战略	208
(二) 差异化战略	210
(三) 聚焦战略	211
(四) 低成本战略	212
第二节 市场营销策略	213
一、收集顾客信息	213
(一) 确定“谁是客户”	214
(二) 市场调查的方法	214
二、把握竞争状况	215
(一) 竞争者分析	215
(二) 了解渠道	217
三、制订市场营销计划	217
(一) 市场营销及管理	217
(二) 市场细分与市场定位	218
(三) 4P 营销理论	220
第三节 创业风险管理	231
一、创业风险的内涵	231
(一) 创业风险的含义	231
(二) 创业风险的来源和类型	232
二、创业风险辨识	233
(一) 树立风险识别的基本理念	233
(二) 掌握风险识别的基本途径	234
(三) 了解识别风险的方法	234
三、创业各阶段风险与防范	234
(一) 创业前期的主要风险与防范	235
(二) 创业过程中的主要风险与防范	236
(三) 创业后期的主要风险与防范	236
四、创业风险的控制	237
(一) 回避风险	237
(二) 转移风险	237
(三) 损失控制	238
(四) 自留风险	238

第四节 创业财务与人力管理	238
一、财务管理	238
(一) 关于财务管理的基本内容和基本环节	239
(二) 企业财务的六大要素	241
(三) 财务报表	244
(四) 常用的财务分析	251
二、人力资源管理	254
(一) 人力资源管理的四层次	254
(二) 薪酬规划与培训体系	255
第五节 创业退出机制	257
一、创业退出的时机	257
(一) 成功的创业退出时机	257
(二) 失败后的退出策略	258
二、创业退出方式	259
(一) 股票上市(IPO)	260
(二) 出售	260
(三) 企业回购	261
(四) 清算破产	261
主要参考文献	265

第一章 认识创业

创业是一种人生态度 创业精神无处不在

学习目标

1. 了解创业的价值和需求,理解创业精神和创业技能对个人发展的作用;
2. 了解国内外创业环境,熟悉国内大学生创业政策;
3. 了解国内外创业教育和大学生创业现状;
4. 学习创业的内涵,把握创业类型。

第一节 创业的价值和需求

一、创业的内在价值

(一) 创业的个体价值

《全球创业观察 2007 中国报告》指出,中国创业活动的活跃程度达到了新的高度,全员创业指数从 2002 年的 12.3% 上升到 2007 年的 16.4%,在参加“全球创业观察”的 42 个国家中排在第六位。该报告显示,25—44 岁成为中国创业人群的主体;另一个显著趋势是,从过去六年来看,未受过高等教育的人员是创业主体这一性质没有改变,但是,受到大学及以上教育的参与创业的人数在持续增加,报告认为“中国的创业活动近年来正经历着参与人员的素质不断提升的逐步活跃,这是一种有质量的创业发展趋势,预示着对未来的创业有更多的期待”。2007 年,中国创业活动正经历着结构性的转型,机会型创业从

2002年的40%增加到2007年的60.4%,每增加一个机会型创业者,当年带动的就业人数平均为2.77人,未来5年带动的就业人数为5.99人。

所有这些数据表明,我们已经进入了一个创业时代。在这样一个充满变化和不确定性的全球化时代,每个人都将不断面临新的选择,每个人也越来越坚信,想在21世纪的经济竞争中获胜必须具备创业和创新精神。在现代工业史上,曾掀起过两次比较重要的个人创业浪潮。^①第一次创业浪潮发生在19世纪60年代到19世纪80年代的工业革命时期,创业的特征是大规模生产、有组织的劳动和一批跨国公司的兴起。第二次创业活动的高峰在1910年至1929年期间,不幸的是,经济大萧条打断了创业进程。这两次创业浪潮波及的地域主要集中在北美和西北欧。自20世纪30年代大企业成为经济的主导以后,早期的创业家被淹没在现代管理时代,创业就“消失”了。直到20世纪80年代,大企业不败的神话被打破,由美国“硅谷”引发的创业浪潮带动了大企业的创业和创新,促进了美国经济的高速发展。

进入21世纪,创业演变为一场全球范围的平民运动,草根阶层释放出巨大的创业热情,平民创业成为增强经济社会实力的重要力量。创业不再是少数人的专利,创业者就是我们身边普普通通的民众。尤其是接受过高等教育,拥有智力资本,具备创业知识、创业技能和创业精神的大学生将成为未来创业的主体。创业对于个体人生价值的提升具有重要的意义。

1. 创业可以实现自我价值

知识经济时代,智力已经成为比土地、资金、劳动更有意义的关键性生产要素,拥有稀缺知识和具有人力资本的大学生将更有能力通过创业实现自我价值。21世纪的中国,创业的环境条件日渐良好,创业家的社会地位不断提升,借助知识和创意去创建企业的梦想随时可以变为现实。创业为每个人创造了发展的机会和增加个人财富的可能性。

2. 创业是个人独立的表现

创业使得创业者能够自己控制自己的工作,自己决定何时何地如何工作,自主创业者可以选择自己喜欢的事业,按照自己的方式独立决策、独立经营。个人的前途完全取决于个人努力和所承担的责任,个人可以自由地掌控自己的命运。在一个全球化和技术变革产生更大不安全感的社会里,创业赋予了人能力,使人获得解放。

^①拉里·法雷尔著,李政,杨晓菲译,创业时代.北京:清华大学出版社,2006:4.

3. 创业可以带动就业

大学生就业形势严峻,找工作难,在这种情况下选择创业,机会成本较低,承担的风险相对较小。自主创业不仅解决了自身就业问题,还可以创造就业岗位,带动他人就业。“学位=工作”这个公式不再简单地成立,传统意义上的就业具有了“求职”和“创造新的就业岗位”的新内涵。“求职”不是被动地等待工作,也不是在某一特定领域里寻找空缺,而是主动地、全方位地探寻可能的岗位以及通过施展才华使其成为自己现实工作的过程。^①试想:一个大学生的成功创业,可以带动几个甚至一批大学生或待业人员就业。如果社会上形成了大学生创业的氛围,则将大大缓解大学毕业生的就业压力。从这个意义上来说,高校创业教育为新产业、新行业的创建和就业岗位的出现,提供了思想的基地和源头。

4. 创业失败也是人生财富

自主创业使个人潜能得以最大限度地发挥,勤恳工作、不断学习、承担责任、勇于创新等创业品质就是在创业过程中形成并强化的。即便创业失败,也是一次完美的学习经历,创业所带来的有益经验,会使创业者学会更好地应对失败和挑战,变得更加成熟。很多创业失败的年轻人,后来又回到企业工作,依托公司的各种平台、各种资源,往往能把工作做得更加出色。应该说创业是一种非常有价值的训练,对人才培养的意义比课堂教育还要重要。在实际生活中,那些成功的创业家们不约而同地将第一次创业的失败当做日后功成名就的秘诀。马来西亚常青集团执行主席华裔企业家张晓卿在接受凤凰卫视台“财智全攻略”节目专访时说:“危机常常带来希望,失败让我重新站起来,最重要的是我们不要放松自己,不要以为一切都是唾手可得。”

(二) 创业的社会价值

1. 创业是经济增长的动力

①中小企业在经济发展中的重要性与日俱增,中小企业已成为拉动经济增长的重要力量。在美国,雇员少于500人的中小企业雇用了53%的私人劳动力,占有了47%的市场销售份额,占美国国内生产总值的51%。②中小企业已成为吸纳劳动力的主要载体。截至2005年底,中国经工商部门注册登记的小微企业已达4200多万户,占全国企业总数的99.6%,这些小微企业吸纳了全

^①张玉利.创业管理.北京:机械工业出版社,2008:229.