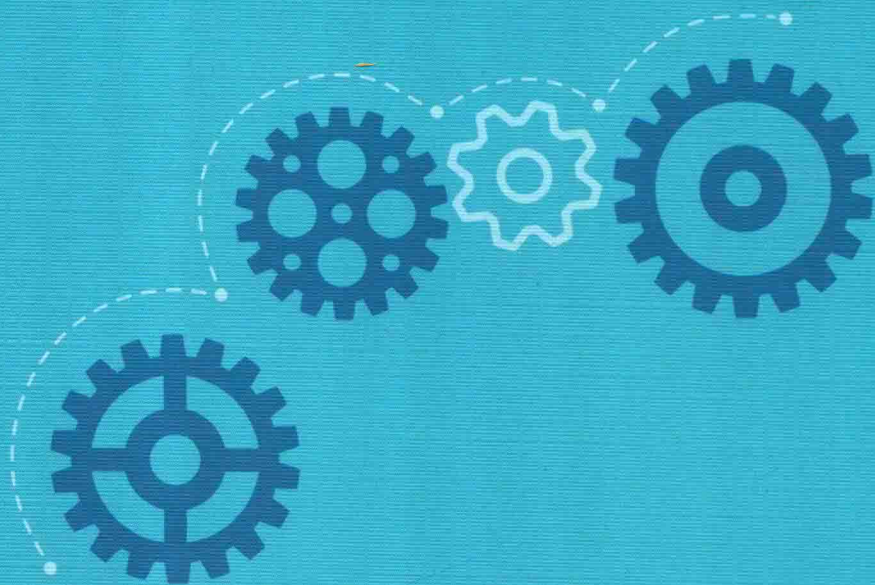


大学生 创新创业

企业家型创业者的培养

杨炜苗 著



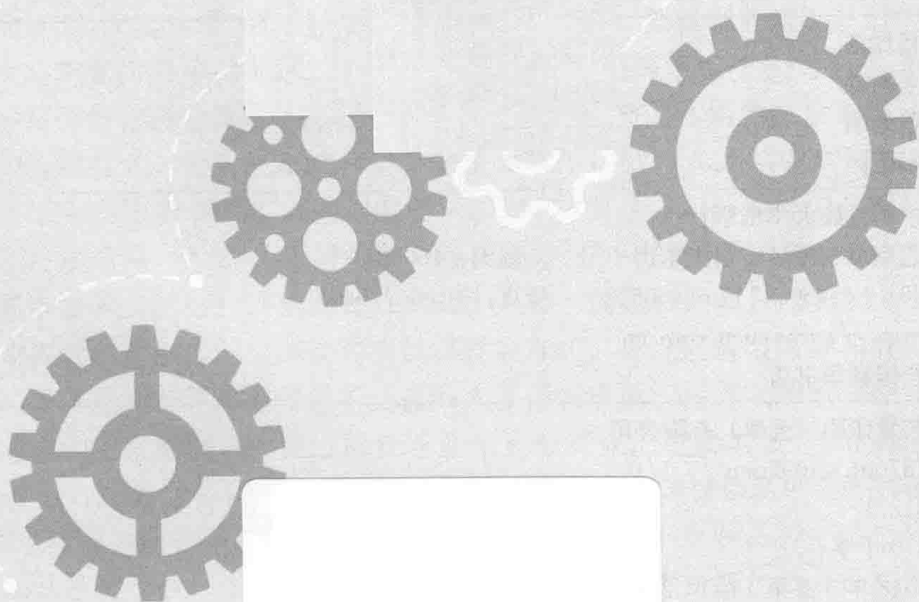
课外借

中国传媒大学出版社

大学生 创新创业

企业家型创业者的培养

杨炜苗 著



中国传媒大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创新创业：企业家型创业者的培养/杨炜苗著. —北京：中国传媒大学出版社，2018. 3
ISBN 978-7-5657-2232-5

I. ①大… II. ①杨… III. ①大学生-创业-教材 IV. ①G647. 38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 035295 号

大学生创新创业
企业家型创业者的培养
DAXUESHENG CHUANGXIN CHUANGYE
QIYEJIAXING CHUANGYEZHE DE PEIYANG

著 者 杨炜苗
策划编辑 姜颖旻
责任编辑 曾婧娴
责任印刷 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024
电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真：010-65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 艺堂印刷（天津）有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 11.75
字 数 270 千字
版 次 2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2232-5 / G · 2232 定 价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序

近 20 年来,在教育主管部门的大力推动下,我国高等院校的创业教育经历了从无到有、从个别试点到全面推广的发展历程。早在 1998 年年底,为适应 21 世纪我国经济社会发展的需要,教育部在《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中首次提出了大学生创业教育的概念。2002 年 4 月,教育部高教司在北京召开了普通高等学校创业教育试点工作座谈会,会议强调:“对大学生进行创业教育,培养具有创业精神创业能力的高素质人才是当前高等院校的重要任务。”为奠定创新创业教育的良好基础,教育部随之将清华大学、中国人民大学、北京航空航天大学等 9 所高校确定为开展创业教育的试点院校。此次座谈会标志着创业教育在我国高校的正式启动。2006 年 7 月,由国家 14 个部委联合下发的《关于切实做好 2006 年普通高等学校毕业生就业工作的通知》(教学〔2006〕8 号)中明确指出:“高等学校要加强对毕业生的创业指导、创业培训和创业实践活动,培养学生的创业观念和创业能力。”2010 年 5 月,《教育部关于大力推进高等学校创新创业教育和大学生自主创业工作的意见》(教办〔2010〕3 号)中进一步提出:“创新创业教育是适应经济社会和国家发展战略需要而产生的一种教学理念与模式。在高等学校中大力推进创新创业教育,对于促进高等教育科学发展、深化教育教学改革、提高人才培养质量具有重大的现实意义和长远的战略意义。创新创业教育要面向全体学生,融入人才培养全过程。”2010 年 7 月,《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020 年)》更是将创业教育纳入新的十年教育改革发展规划。2012 年 8 月 1 日,教育部办公厅下达关于印发《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》(教高厅〔2012〕4 号)的通知。文件指出:“在普通高等学校开展创业教育,是服务国家加快转变经济发展方式、建设创新型国家和人力资源强国的战略举措,是深化高等教育教学改革、提高人才培养质量、促进大学生全面发展的重要途径,是落实以创业带动就业、促进高校毕业生充分就业的重要措施。”特别值得一提的是,2015 年 5 月,国务院办公厅专门印发了《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》,从国家层面对高等学校开展创业教育进行系统设计、全面部署,这也标志着国家期待教育,尤其是高等教育在“双创”中集中发力,为国家经济转型提供新引擎。为落实国务院文件精神,教育部先后多次发文,在高等学校全面推进并落实创业教育。强调高等学校要把创业教育教学纳入学校改革发展规划,纳入学校人才培养体系,纳入学校教育教学评估指标,建立健全领导体制和工作机制,制订专门教学计划,提供有力教学保障,确

保取得实效。2015年12月,教育部印发的《关于做好2016届全国普通高等学校毕业生就业工作的通知》(教学〔2015〕12号),明确要求从2016年起,所有高校都要设置创新创业教育课程,对全体学生开设创新创业教育必修课和选修课,纳入学分管理。如今,开设创业课程在全国高校已呈燎原之势,“大众创业、万众创新”已经成为当下时代主旋律之一,大力推进双创教育已成为全社会的共识。在中国的历史上,“创业”作为人们的一种经济行为,从来没有像今天这样受到社会的广泛关注。从党和国家领导人,到普通百姓,越来越多的人认识到,我们国家要成为世界强国,必须要营造一种有利于培养和发挥人们创业潜能的环境。

我们在看到当下高校创业教育出现了全面开花的大好局面的同时,也要清醒地认识到,创新创业教育在全国各高校的发展并不均衡。不少高校对为什么要开设创业课程的理解比较肤浅,与教育主管部门的要求有明显差距。由于认识上的偏差,一些创业课程在教材编写和教学内容设计上要么追求急功近利,要么有名无实,突出的表现有:在课堂上过分强调赚钱本领和财富积累,忽视学生创新创业精神和企业家素养的培养;创业课程仅面向部分对毕业后立刻创业有兴趣的学生;把创业课程视同对待业或下岗失业人员的创业训练,或把创业课程开设成等同于经营公司技巧的培训,创业课程就是围绕着创建公司的过程展开。总之,创业课程缺乏系统设计,不重视学生创新创业意识、创新创业能力的培养,特别是不重视着眼于每个学生的全面发展和企业家型创业者能力的培养。对创新创业教育本质理解的偏差,也导致了管理部门不重视,教师上课不认真,学生盲目学习的局面,影响了创新创业知识的普及和学生综合素质的提高。

此外,对于什么是创业?什么是企业家型创业者?在不同的高校,也有很多不同的理解和答案,可谓仁者见仁、智者见智。比较典型的观点认为,创业就是自己创办个企业或开个店,自己为自己打工,自己做老板,小到自己开店、摆摊、做小买卖,大到创建规模较大的新企业,片面地认为只要是能赚大钱的创业者都是企业家等。笔者认为,同样是开一家快餐店,有的创业者就能将其做成全国连锁,甚至成为上市公司;有的创业者一辈子一直就在原地经营,从未超越过自我。同样是创建一家公司,有的公司创业不久就倒闭了,有的创业者却将公司做成世界级名企。大量事实表明,追求卓越的企业家型创业者在商业智慧和综合能力上明显高人一筹。如今,希望自己成为一名成功的创业者已经是越来越多人的梦想。但要成为一名真正的企业家型创业者并不是一件容易的事。创业仅有热情和激情是远远不够的,没有明确的事业追求,没有认真的态度、开拓创新的能力、艰苦奋斗的精神和掌握必要的经营管理、市场营销、公共关系、消费心理、法律法规、金融财务等方面的知识,盲目创业往往会导致失败。

笔者作为集团副总裁,从2002年起就参与北京北方投资集团的二次创业。当时正值集团经营战略转型,开拓新领域,逐步涉足投资创办高等院校。十多年来,集团在全国布局,先后投资创办了16所高校。其过程充满挑战和困难,从战略规划到商机分析,从资源整合到团队建设,从运行管理模式创新到专业学科建设与完善,从师资队伍建设和课程体系建设,从学生入学到毕业的全面管理到校园环境、校园文化建设等,任何一个环节出现大问题都会产生难以承受的损失,可以说其过程实质上就是一个创业的过程。随着创业

进程的展开,面对如此繁杂的重任,一般的创业者根本无法应对。笔者注意到,相当多的创业者创业仅凭一时冲动,既缺乏企业家精神,缺乏必要的创业相关知识,盲目创业,最终导致创业失败,教训深刻。我们究竟需要什么样的创业者呢?创业的历练,使我对创业内涵的认识也在不断深化和升华。我渐渐地意识到,能肩负起创新创业的重任,只有企业家型创业者才具备这种能力,而这样的企业家型创业者恰恰是市场上非常稀缺的资源。为了有助于培养企业家型创业者,帮助大学生培养企业家精神,理性创业,少走弯路,笔者深感高等院校应该在创新创业教育和培养企业家型创业者方面有所作为,于是逐渐萌生了将自己的创业心得结合具有普遍规律性和行之有效的创业方法进行汇总并编写成书的念头。

本书作为应用型本科院校开设创新创业课程专用的教材,撰写内容是按照教育部在《普通本科学学校创业教育教学基本要求(试行)》(2012年8月1日)中制订的“创业基础”教学大纲(试行)的要求,突出培养学生创新创业思维 and 企业家精神的内容,增强学生建功立业意识,提高学生社会责任担当能力和创业能力。教材除了重点介绍创新创业过程所需要的基本知识外,还列举了大量企业家型创业者展现志存高远、责任担当、百折不挠、开拓进取等精神的案例,为开设好创新创业课程提供了新视角。

本书第一个特点是在区别分析的基础上,强调创业者要努力追求事业型创业,力争做企业家型创业者。首先,根据创业者的动机不同,笔者将创业分为生存型创业和事业型创业。生存型创业通常是创业者把创业作为其不得已而做出的选择,创业的目的更多是为维持生计,往往以短期利益驱动为主,依靠创业为自己的生存谋出路,这种创业具有很大的被动性。而事业型创业是创建基业或创建能展示自己价值的事业过程,具体讲就是在发现、把握或创造商机的基础上,通过创新产品或服务,依托创业团队,实施一系列恰当的商业模式,承担一定风险,将各种资源整合并加以合理利用,创造新价值并取得预期收益的过程。事业型创业者往往将创业当作自己终生追求的事业,在造福社会,实现事业梦想和基业长青的过程中,实现自身的价值。事业型创业具有很大的主动性和创新性,其为社会可能做出的贡献要远远大于生存型创业,显然,社会应大力倡导和支持事业型创业。其次,根据创业追求格局的不同,笔者又将事业型创业者分为工匠型创业者和企业家型创业者。工匠型创业者并不太在意追求大的创业格局,他们对现代企业管理机制和商业经营知识了解甚少,他们往往通过工作获得金钱,但并不为钱而工作。他们代表着一种独善其身的气质,创业是其人生态度的表现,他们对自己提供的产品或服务孜孜以求、精益求精、臻于完美。而企业家型创业者往往志存高远,格局更大。具有企业家精神的创业者,能凭借其超凡的个人能力和商业智慧来改变一家企业的发展路径,挽狂澜于既倒,变劣势为优势,化优势为胜势。他们有着清晰的愿景和商业经营知识,有着强烈的使命感和责任感,不畏艰险,百折不挠,对自己的能力和创业项目充满信心,不放过任何开拓创新的机会。

本书第二个特点是尽可能突出基于创新的创业。我们知道,创业需要创新做支撑,没有创新的创业将是死水一潭,创业的发展空间也会很有限。同样,没有落实到创业的创新仅是空中楼阁,也只能停留在发明、技术专利、学术论文或理念阶段,创新就成为空谈。以苏联为例,他们有着强大的科技力量,技术创新水平很高,曾经第一个把人类送上月球,

但是其创新发明与创业严重脱节,创业活动水平低,科学家们或创业者们无法成功地将科技创新通过创业导入市场,导致经济系统运行不畅,物资匮乏,严重影响了经济增长和社会发展。为此,本书结合企业家型创业者的创业案例,介绍了一些形成创新思路、创造创业商机并引发创业行动的有效方法。

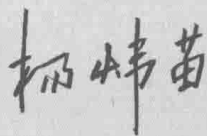
本书第三个特点是内容力求充实。为减少创业盲目性,提高理性创业水平,降低创业失败风险,本书以事业型创业为主线,力争将创业过程可能涉及的一般规律和相关知识进行系统梳理并展现在读者面前。全书共分14章,主要包括:做企业家型创业者、创业商机的发现与创造、创业商机的评估与筛选、创业资源与资源整合、创业模式、组建创业团队、商业模式的选择与创新、目标市场的选择与开拓、新创企业融资、创业过程相关法律常识、新创企业财务基础知识、新创企业的发展等,这些内容基本上涵盖了事业型创业过程可能涉及的相关知识与实务。

本书第四个特点是尽量做到理论联系实际。为了尽可能做到理论联系实际,在本书的写作过程中,我借鉴和参考了大量国内外的有关创业的专著和案例,从中获得很多启迪和收益,而且还得到了不少专业人士和一些成功创业者的大力帮助。此外,每章的开头我都会引用一个创业故事,然后提出一些供学生思考和研讨的主题,目的是让学生能通过实际案例加深理解创业知识,使学生真正认识到:事业型创业活动是一个非常复杂的开拓创新、建立基业的艰辛过程,需要大量商业智慧、经验的积累和综合能力的有效发挥。

本书作为一本培养大学生创新创业精神与能力的教材,其目的是希望能系统地教育学生掌握与领会创业的相关专业知识与实际业务,立志做企业家型创业者。由于本书贴近创业教育的实际需求,除了可以作为高等院校开展创业教育的基本参考教材外,也可为研究创业教育的指导教师提供参考。

在本书的撰写和出版过程中,得到了不少专家学者和中国传媒大学出版社编辑们的大力支持和帮助。中国社会科学院原院长、我的博士生导师刘迎秋教授;中国社会科学院美国研究所所长、我的博士后合作导师郑秉文教授;北京工商大学资深创业课程教师赵学凯教授等都给予了不少建设性修改意见。瑞士信托集团(CS纽约)投资银行结构性产品融资部分分析师赵芳女士,对书中有关新创企业财务和融资管理的部分内容提出修改意见,还为配合本书的写作,认真收集和整理了相关案例资料,对丰富本书案例来源做出了很多贡献,为本书增色不少。此外,我还要特别鸣谢中国传媒大学出版社编辑姜颖映和曾婧娴等对本书的出版与发行倾注了大量的时间和精力,为本书的顺利出版付出了很大努力,在此,谨向他们致以最诚挚的谢意!

不得不承认,相对于其他学科而言,创业理论与实践还有很多不成熟之处,再加上作者水平和时间有限,疏漏在所难免。希望广大读者对本书的不足之处提出批评指正。



2018年1月8日

目 录

第1章 树立正确的创业观/001

- 第1节 有关创业的历史观点/003
- 第2节 创业的真谛是创建事业/004
- 第3节 事业型创业的实现条件/005
- 第4节 事业型创业的主要形式/006
- 第5节 创业的一般过程/010

第2章 做企业家型创业者/012

- 第1节 企业家/013
- 第2节 企业家精神/014
- 第3节 两种不同的创业者/015
- 第4节 成为企业家型创业者的回报和挑战/021

第3章 创业商机的发现与创造/024

- 第1节 创业商机/025
- 第2节 发现创业商机/026
- 第3节 从环境变化中发现创业商机/027
- 第4节 从热点中发现创业商机/031
- 第5节 从不满意中发现创业商机/034
- 第6节 从不方便中发现创业商机/034
- 第7节 创造创业商机/035

第4章 创业商机分析/039

- 第1节 创业商机可行性分析/040
- 第2节 波特五力分析模型/046
- 第3节 SWOT 分析/049

第4节 本量利分析 (Cost—Volume—Profit Analysis, CVP 分析) /053

第5章 创业资源与资源整合/057

第1节 创业资源/059

第2节 创业者个人资源/060

第3节 创业者的外部资源/062

第4节 资源整合/063

第5节 发挥资源杠杆效应/065

第6章 创业模式/067

第1节 将创业商机转化为创业实际行动/069

第2节 加盟连锁企业/069

第3节 通过收购现成企业创业/070

第4节 通过承包经营进行创业/071

第5节 通过购买特许经营权创业 /073

第6节 通过做代理商进行创业 /074

第7节 白手起家自主创业/075

第8节 互联网创业/077

第9节 移动互联网创业/078

第7章 组建创业团队/081

第1节 创业需要合伙人/082

第2节 选择合伙人 /084

第3节 股权安排/085

第4节 团队的创建 /086

第5节 留住骨干员工/088

第8章 商业模式的选择与创新/093

第1节 商业模式的内涵/094

第2节 商业模式的构成/095

第3节 创造价值内涵/097

第4节 商业模式创新/098

第5节 商业模式创新的特点/100

第6节 比较典型的商业模式创新/100

第9章 商业计划书的撰写/103

第1节 商业计划书的用场/105

- 第2节 商业计划书的初步编写/106
- 第3节 正式商业计划书的编写/108
- 第4节 撰写商业计划书的注意事项/114

第10章 目标市场的选择与开拓/115

- 第1节 什么是市场? /116
- 第2节 细分并确定目标市场/118
- 第3节 产品/服务定位/120
- 第4节 营销组合策略/120
- 第5节 市场开拓策略/124

第11章 新创企业融资/129

- 第1节 两类不同的融资/130
- 第2节 债务融资的主要形式/131
- 第3节 权益融资的主要形式/133
- 第4节 新创企业首轮融资时应注意的问题/136
- 第5节 融资多少和时间的确定/137
- 第6节 融资风险及控制 /139
- 第7节 新创企业融资时的估值/139

第12章 与创业相关的法律常识/144

- 第1节 初创企业所涉及的相关法律问题/145
- 第2节 创业市场准入涉及的相关法律问题/147
- 第3节 经济交往过程中所涉及的法律问题/148
- 第4节 创业过程中与知识产权相关的法律问题/149
- 第5节 专利的申请/152

第13章 新创企业财务基础知识/154

- 第1节 新创企业进行财务管理的必要性 /155
- 第2节 新创企业的财务管理问题和困境 /156
- 第3节 资产管理与配置 /157
- 第4节 现金流和成本 /157
- 第5节 创业者要学会读懂三大财务报表和财务分析 /158
- 第6节 财务管理过程 /160

第14章 新创企业的发展/163

- 第1节 初创期的经营管理/164

第2节 新创企业成长期的经营管理/167

第3节 企业发展进入稳定期的经营管理/168

第4节 企业进入衰退期的经营管理/169

附件1 创业合作协议书（仅供参考）/171

附件2 软件开发、软件服务外包合同范本/173

Chapter 1

第1章 树立正确的创业观

- ▶ 第1节 有关创业的历史观点
- ▶ 第2节 创业的真谛是创建事业
- ▶ 第3节 事业型创业的实现条件
- ▶ 第4节 事业型创业的主要形式
- ▶ 第5节 创业的一般过程

创业案例 全世界快餐领域第一品牌——麦当劳^①

1937年，在洛杉矶以东的一个偏僻位置，麦当劳兄弟俩开了世界上第一家麦当劳汽车餐厅。在兄弟俩的精心努力下，餐厅生意越做越好，成为远近闻名的快餐店，一年就可以赚十多万美金。在当时，这是相当可观的收入。对此，兄弟俩早已是心满意足了。但在1955年，这家麦当劳餐厅却因为一个人的出现而发生了根本性的转变，这个人就是瑞·克罗克。当时他是一位奶昔设备推销员，时年五十三岁。一次偶然的机会，他得知有一家名为麦当劳的餐厅一下子订购了八台奶昔设备，而当时其他餐馆一般也就买一、两台。于是，好奇的克罗克便动身前往洛杉矶，想具体了解一下这家餐厅订这么多设备的原因。

当克罗克走进这家餐厅，发现这里食客盈门、生意兴隆，并了解到餐厅一年就可以赚十多万美金时，他立刻有了扩张麦当劳的想法。尽管他的本意是希望借助麦当劳的扩张，拓展自己奶昔设备的销路，但他很快就从中发现了更大的商机。事实上，作为一个精明的推销员，克罗克比麦当劳兄弟更加清楚麦当劳餐厅的巨大发展潜力和价值。克罗克知道，像麦当劳这样干净卫生、经济实惠、品质优良、方便快捷的餐馆，正好适应当时美国人民生活节奏加快所引发的新需求。他认为，快餐服务一定会大受欢迎。他特别注意到郊区年轻家庭巨大的消费需求，因为当时为这一消费群体提供服务的餐馆很少，麦当劳正好可以填补这个空白。另外，开设一家麦当劳餐馆的费用当时只需7.5万美元，用特许经营方式实在是再合适不过了。只要能够得到麦当劳的特许经营权，其他人就可以在大小城镇开设麦当劳餐馆。1955年克罗克成立了特许经营公司——麦当劳公司系统公司（1960年改名为麦当劳公司），以实现“遍地都是麦当劳”的目标。但根据与麦当劳兄弟签订的合约，连锁店的作业费用与市场推广费用都由克罗克来支付，也就是说，市场开拓的投入和风险全部由克罗克承担，而麦当劳兄弟却坐享其成。

与麦当劳兄弟“小富既安”的心态形成鲜明对照的是，克罗克在经营过程中充满着探索和创新精神。在与麦当劳兄弟俩合作早期，克罗克就多次尝试创新各种特许经营的模式，经历了不少失败和挫折，但他百折不挠，不断从中总结经验和教训，注意凝练麦当劳发展壮大的精华。虽然麦当劳先后批准了十余家特许加盟店，但由于采取“大撒把”式的经营方式，造成了管理和运营上的混乱，严重损害了麦当劳的声誉。克罗克决定另辟蹊径，对特许经营模式进行规范化和创新性改进。经过与麦当劳兄弟洽谈，他获得了麦当劳在全美唯一的特许经营代理商的资格。克罗克1955年在芝加哥东北部开设了第一家真正意义上的麦当劳特许经营店，由于他一开始就打算把该店作为未来加盟店的样板，于是在总结过去经验教训的基础上，他创建了一套极其严格的经营制度和模式。该店体现了克罗克对快餐店的经营理念，即著名的“QSCV”。这是由四个英文单词首字母组合而成的：Q，代表英文 quality，表示麦当劳重视各环节食材的品质和配方科学，确保所供食品制作精良、质优味美、营养全面；S，代表英文 service，表示餐馆

^① 根据网络资料综合整理。

要提供快速敏捷、热情周到的服务；C，代表英文 cleanses，表示餐馆店堂从内到外处处清洁卫生、窗明几净、环境宜人；V，代表英文 value，强调店内所提供的所有食品都让顾客感到物有所值、价格合理、经济实惠。特别是克罗克创新性地规定每家麦当劳加盟店的汉堡包品种、质量、价格都必须一致，甚至店面装修与服务方式也完全一样，从而率先在行业内实现了经营、模式、生产工艺的标准化和可复制性，为实现规模化发展奠定了扎实的基础。

克罗克曾多次与麦当劳兄弟共商发展大计，但总是无果而终。看到麦当劳兄弟俩既胸无大志，又无商业智慧，于是，克罗克决定把麦当劳所有权全部买下来，在此基础上完全由自己打拼，开创一番新的事业。1961年，克罗克不惜债台高筑，甚至妻离子散，向一些学校基金与退休基金借了270万美元，把麦当劳全部买断。麦当劳兄弟俩见钱眼开，拱手转让了餐馆的全部经营权，克罗克由此成为名副其实的“麦当劳之父”。在他的努力下，麦当劳的业绩开始扶摇直上。后来，克罗克进一步创新发展，他率先以麦当劳公司的名义买下或者承包人流集中之处的物业，然后，在绝大多数情况下，将此物业作为加盟店开店的地点，麦当劳在对加盟店收取加盟费、市场营销费和销售额提成之外，还额外收取房屋租金。1965年4月15日，麦当劳公司在纽约证交所IPO（首次公开募股），其股票也变成大家抢购的热门。上市时每股为22.5元，不到一个月就涨了一倍。两年之后，公司首次在美国以外的加拿大和波多黎各开设门店。如今，麦当劳是全球最大的快餐公司之一，公司已在全球120多个国家开设了自营、授权合资和加盟店，共有33 144家，其中81%是加盟店、15%是自营店。每天，全球的麦当劳餐厅都有约6 800万名顾客光顾，成为名副其实的世界快餐业大王。

研讨主题：

1. 麦当劳兄弟与克罗克都是通过开餐馆创业，他们的区别是什么？
2. 为什么克罗克能把麦当劳做成世界快餐领域第一品牌？他的主要做法是什么？
3. 克罗克在麦当劳创业过程中所展现的商业智慧有哪些？

第1节 有关创业的历史观点

创业是当今的一个流行话题，但是，对于“创业”的真谛却有着各种不同的解读。比较典型的观点认为，创业就是自己创办个企业或开家店，自己为自己打工，自己做老板，小到自己开店、摆摊、做小买卖，大到创建规模较大的新企业。虽然这些都可称为创业，但其中的差别很大。其实，创业这个概念很早就在国外被提出，但是直到上世纪80年代以后才逐渐热起来。早在产业革命时期，技术创新提供了连续发明和创业的推动力，从而使19世纪成了创业活动的多产时期。19世纪早期，当吉恩·巴普蒂斯特赛（Jean Baptiste Say）提出创业所得的利润与拥有资本而产生的利润是不同的和相互独立的这一理论后，把创业过程看作是一系列独特活动的观点逐渐引起了人们的关注。

在20世纪30年代中期，经济学家约瑟夫·熊彼特（Joseph Schumpeter）提出，创业

包括创新和未曾尝试过的技术，特别是他提出了“创造性毁灭”在创业中的重要作用。熊彼特认为，创造性毁灭就是用更好的产品、工序、观念和企业，来替代现存的产品、工序、观念和企业的过程。通过创造性毁灭的过程，旧的和过时了的方法和产品会被替代。通过对旧的方法和产品的毁灭迎来对新的方法和产品的创造。他还认为，企业家们是创造性毁灭过程背后的驱动力，他们是把突破性的思想和创新带入市场的人。由此，创新和独特性的概念成了创业活动不可分割的部分。

20 世纪经营管理大师彼得·德鲁克（Peter Drucker）为创业的概念添加了新的观点，他认为，创业是企业家们对机会的认知和采取的行动。德鲁克提出，创业不仅仅是在有蓝图的情况下发生，也是企业家对未曾使用、未曾开发的机会的一种回应。

尽管人们研究创业理论已经多年，但对创业的认识仍然在发展中。进入 21 世纪后，研究者们仍在继续研究企业家精神及其创业现象。

第 2 节 创业的真谛是创建事业

创业有各种不同的形式，但其中的差别很大，区别的关键是创业所追求的目标和格局。本书将创业分为两大类：第一类是生存型创业。生存型创业者往往把创业作为其不得已而做出的选择，创业只是为了维持生计。对这类创业者来说，没有其他职业选择或者是对现有职业不满意，他必须依靠创业为自己的生存谋出路，这种创业具有很大的被动性。通常，生存型创业者大多只是在重复其他人已经做过的事，既没什么创新，也没太多新知识和新技术含量，更谈不上引领新需求，广泛造福社会，只要有点资金，一般人都能干。如开个小店、做个小买卖等。

第二类我们称之为事业型创业。事业型创业的本质是创建新基业或新事业。其基本内涵是：在资源有限的条件下，创业者在发现、把握或创造商机的基础上，通过创新产品或服务，依托创业团队，实施一系列恰当的商业模式，承担一定风险，将各种资源整合并加以合理利用，创造新价值并取得预期收益的过程。显然，事业型创业与生存型创业的根本区别就在于追求目标的不同，前者追求的目标是尽可能多地造福社会，实现事业梦想和基业长青；而后者则只是为解决自身的生存问题。

一般来说，事业型创业者又可分为工匠型创业者 and 企业家型创业者。工匠型创业者并不太在意追求大的创业格局，对现代企业管理机制和商业经营知识了解甚少，他们往往通过工作获得金钱，但并不为钱而工作。他们代表着一种独善其身的气质，创业是其人生态度的表现，他们对自己提供的产品或服务孜孜以求、精益求精。而企业家型创业者往往更加志存高远、格局更大。具有企业家精神的创业者，能凭借其超凡的个人能力和商业智慧来改变一家企业的发展路径，挽狂澜于既倒，变劣势为优势，化优势为胜势。他们有着清晰的愿景和商业经营知识，有着强烈的使命感和责任感，不畏艰险，百折不挠，对自己的能力和创业项目充满信心，不放过任何开拓创新的机会。

事业型创业的本质关键有三点：一是建功，二是立业，三是创新。

所谓“建功”，体现了创业者为社会做贡献并建立功勋业绩的追求。建功是一个从无

到有,从小到大,从弱到强的建设与发展的动态过程。事业型创业的特征是具有强烈的社会责任感,不断为社会创造价值,通过追求大的格局,整合并发挥多种创业资源的协同效应,以求为社会带来更多福祉。因此,其对社会的贡献和影响也深远而重大。而生存型创业大都是低创新、低成本、低门槛、低风险、低利润的创业,主要集中在餐饮、副食、百货等微利行业,创业目的大多仅仅是为了养家糊口,补贴家用,如摆摊、开一小店等。因此,它对社会的贡献非常有限。

所谓“立业”,是指创业者以成就大业为己任。对事业的追求往往表现在创业者志存高远,以追求造福社会大量客户为目标,创业者所从事的往往是具有一定目标、规模和系统的对社会发展有影响的活动。比如,同样是开旅馆,沈南鹏等人就可把如家快捷酒店搞成一个品牌,不仅在管理经营上独树一帜,而且将其模式通过连锁店形式推广到了全国各地。

所谓“创新”,是事业型创业的精华所在。创新精神的实质是“做不同的事”。创新意味着差异,而不是标准。通过创新,创造出独一无二的产品,尝试独一无二的方法。创新的概念可追溯到熊彼特,他提出创新是把一种新的生产要素和生产条件的“新结合”引入生产体系。他认为,创新具体有五种形态:开发新产品、推出新的生产方法、开辟新市场、获得新原料来源、采用新的产业组织形态。德鲁克(1993年)在《创新与企业家精神》中谈到:“创新活动赋予资源一种新的能力,使它能创造财富。”德鲁克在这本著作中还列举了分期付款这一创新举措,这一创新有利于人们用未来的收入购买现在急需但却支付不起的物品,从而大大促进了市场的消费和生产。显然,创新主要通过改进、完善、更新换代以及新方法的引进等,从而实现差异化。而生存型创业的特征是不太在意追求创新,资源需求比较少,创业普遍采取模仿或照搬照套他人的做法。

从麦当劳快餐店创业成功的案例中我们注意到,尽管麦当劳兄弟和克罗克的做法都可称之为事业型创业,他们都是把创业作为其职业生涯的一种选择,特别是作为一种事业追求,通过成功创业实现其自身的价值。但二者的创业又完全不同:麦当劳兄弟是典型的工匠型创业者,兄弟俩认真、执着,从选料到制作,精工细作,追求完美;而克罗克则代表的是企业家型创业者;后者的创业过程充满着企业家的商业智慧和雄才大略,他要创建的事业跨越了地域的限制,走向了全国和世界,在创建事业的过程中,包含着众多的创新举措,如加盟模式、标准化经营、供应链设计、经营场所选址、房地产配套等,令人眼花缭乱。从中可以看出,企业家型创业者所追求的目标是如何创新和充分发挥各种资源的作用,实现持久的发展,最大限度地造福社会。企业家在此过程中不断挑战创新,不断对旧的元素重新组合,或者对其产品和服务寻求突破与创新,甚至是破旧立新的革命。

第3节 事业型创业的实现条件

事业型创业是需要一定条件的,一般来说,如果能创造或争取具备如下条件,成功的概率往往会很高。

第一,具有工匠精神,特别是具有企业家精神是事业型创业的关键要素。企业家精神可以影响人们的思维方式和行为准则,用企业家的思维和准则开展工作,有助于职业发展,也有助于开发新事业。具有企业家精神的创业者往往有着强烈的事业追求,面对机会和风险,他们充满激情、意志坚定、不怕挫折、决策力强、知人善任、随机应变、善于学习,勇于进取。如果没有一位愿意去承担风险,具有企业家精神的人,就不会有事业型创业。

第二,有创业项目优势,即有切实可行、为市场所欢迎的产品或服务项目。如今的事业型创业不仅需要创业者的投入和努力,也需要创业项目自身应有明显的优势,这一优势体现为具有一定门槛且有独特创新性,这样的创业才有可能通过知识和技术推动社会的财富增长。没有优势的项目很容易被别人模仿甚至超越。熊彼特认为,在自由竞争市场前提下,经济的本质不在于循环流转式均衡,而在于创造性毁灭。创造性毁灭,就是用更好的产品、工序、观念和企业来替代现存的产品、工序、观念和企业的过程。

第三,有优势互补的团队。当下的创业早已不是过去那种仅靠单打独斗、卖力气就能成功的,特别是追求大格局的事业型创业更需要优势互补的创业团队相互配合,创业队伍中既要有人懂市场、技术、管理,也要有人懂财务管理,会经济核算,能经济合理地使用资金等。只有创业团队的决策人、核心成员责任分工明确、优势互补、结构合理,才有可能形成合力,取得成功。

第四,有核心竞争优势。创业团队如果在多方面具备核心竞争优势,往往也是创业成功的重要基础,如在产品、价格、方案、专利技术、技术壁垒、地理位置、管理能力,或者扩展市场,以及在人脉、创业资源、广告、宣传、网络、媒体等方面具备优势。

第五,环境有利。有利的创业环境往往可遇不可求,特别是具备可持久发展的基础并可能会带来丰厚回报,该领域的创业符合国家政策鼓励、保护或支持的要求,法制健全,在该领域的竞争不是很激烈的商机更是难得。如果创业者能敏锐地发现或创造有利的商机,及时采取创业行动,创业的胜算就会很高。

第六,有较高的管理能力。创业不是昙花一现,而是一个需要持久打拼的过程。它包括从创业初期筹划与成立实体,到新创企业的日常经营管理,甚至到一定时间退出等各类决策和行动。因此,对于一个真正的创业者,创业过程不但充满了激情、艰辛、挫折、忧虑、痛苦和徘徊,而且还需要较强的管理能力和商业智慧去解决所有可能出现的问题。

第4节 事业型创业的主要形式

1. 自主创业

自主创业是指由创业者个人创建组织平台(如公司等),并借助这一平台,自己承担风险,整合各种资源,然后将自己的创业理念、创新产品或服务通过一定方式实现增值,最后取得实效的过程。

大多数自主创业是在摸索中进行,开始创业时,虽然有目标,但并没有成功的把握,发展也可能不如意。随着创业过程的展开,创业者往往会发现发展瓶颈问题或更好的机