

- ✦ 根据教育部指定《创业基础》教学大纲编写
- ✦ 国家级精品课程配套教材
- ✦ 主编讲授的《创业人生》入选教育部精品视频公开课建设计划

创业基础

梅强 © 主编



清华大学出版社

- ✦ 根据教育部指定《创业基础》教学大纲编写
- ✦ 国家级精品课程配套教材
- ✦ 主编讲授的《创业人生》入选教育部精品视频公开课建设计划

创业基础

梅强 © 主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书遵循教育部2012年8月初颁布的《普通本科学校创业教育教学基本要求》中的“创业基础”教学大纲(试行),系统地阐述了开展创业活动所需要的基本知识,包括创业的基本概念、创业者与创业团队、创业机会、创业风险、创业资源、创业计划、创业政策法规、新企业开办与管理等相关理论和方法,以及大量的相关案例,从而使学生树立科学的创业观,掌握创业的基本理论,具备必要的创业能力。

本书可用作高等院校创业教育课程教材,也可作为正在创业或者准备创业人士以及相关研究、管理人员的参考用书,也可作为大学生创业计划大赛和各种创业培训项目的培训教材。

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。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

创业基础/梅强主编. —北京:清华大学出版社,2012

ISBN 978-7-302-30563-7

I. ①创… II. ①梅… III. ①大学生—职业选择 IV. ①G647.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第260317号

责任编辑:杜 星

封面设计:漫酷文化

责任校对:王凤芝

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62790175-4903

印 刷 者:北京世知印务有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×230mm 印张:17.5 插页:1 字 数:312千字

版 次:2012年10月第1版

印 次:2012年10月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:35.00元



前言

创业以特有的魅力改变着一个又一个国家或地区的经济发展轨迹,创业已成为这个时代的主旋律和最强音,英雄式创业人物不断催人奋进。但对大多数人来说,创业是充满未知与挑战的险途,创业需要激情的涌动,更需要理性的思考。我国创业实践活动的现状是,创业愿望强烈但创业技能比较低,创业实践快于创业理论和创业教育。早在20世纪80年代的改革开放初期,就有很多人开始了创业实践活动,由此产生了中国的第一次创业浪潮。近年来,我国的创业实践活动由稚嫩期逐渐迈入成熟期,创业者个人自发创业活动的种种不足日益凸显出创业教育的薄弱。

面对大学生目前就业难的形势和创业与生俱来的风险性这样的双重背景,加强对高校大学生的创业教育势在必行。2010年,全国大学生自主创业的人数总计达到10.9万人,虽比往年有明显增长,但在毕业生总人数中的比率还不到2%,与发达国家20%~30%的大学生自主创业比例还有很大的差距。因此,创业教育具有极强的现实性,不仅有利于增强大学生的创新能力,还可以开辟新的就业渠道,缓解日益加重的就业压力,并且有助于从长远和根本上解决大学生的就业问题,具有重大而深远的意义。在这样的背景下,教育部在2012年8月初出台了《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》,对大学生创业教育进行了规范和指导。

本人作为我国率先研究中小企业的学者之一,自1996年承担联合国开发计划署资助项目“小企业改革与发展”起,以本人为首的科研团队坚持不懈地研究中小企业的发展,主持完成了一批国家自然科学基金项目、国家社会科学基金项目、国家软科学项目,累积了一大批相

关成果。跨入 21 世纪,本团队在前期研究基础上,开展了大量的创业管理科研和教学工作,先后在研究生、本科生中开设了《创业管理》课程,主编出版了《创业管理》教材,亦取得一批相应的教学研究成果。2010 年,领衔的《创业管理》课程被评为国家精品课程;2012 年,主讲的《创业人生》课程被列入国家精品视频公开课建设计划;2008 年,被江苏省中小企业局聘为“创业辅导大师”,并被江苏省教育厅、江苏省团省委等授予“江苏省大学生创业计划竞赛优秀指导教师”。这一系列的工作孕育了本书——《创业基础》教材的诞生。

本教材具有以下鲜明特色:第一是新颖性,全书遵循教育部刚刚于 2012 年 8 月初颁布的《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》中的“创业基础”教学大纲(试行),进行内容的合理编排,教材结构、要点、目标与该教学大纲要求完全一致。书中亦引入了本团队多年来在中小企业及其创业管理方面丰硕的科研成果,做到科研反哺教学,通过从七个方面深入浅出的阐述,形象而贴切地引领立志创业或在创业征途上的人们认知创业真谛,从而能够使读者树立科学的创业观,掌握开展创业活动所需要的基本知识,具备必要的创业能力。第二是实用性,书中大量采用了原创性案例。本团队通过深入、全面地对江苏省数十家创业企业进行调查研究,编写了 20 多个原创性的创业案例,绝大部分已出版,从中将部分案例选编到本教材之中。书中亦有大量的在创业过程中具有可操作性的知识内容。

本教材在原《创业管理》教材基础上进行了较大的改动,根据《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》,修改完善了相关内容。参与本教材编著的人员都是江苏大学中小企业发展研究中心(江苏省首批社会科学研究基地)的团队成员,本教材编著工作的分工如下。

本书由梅强主编,其中:第 1 章由毛翠云(第 1、2 节和第 3 节的部分)、陈永清(第 3 节的部分)编写;第 2 章由梅强(第 1 节)、赵观兵(第 2 节)编写;第 3 章由赵观兵编写;第 4 章由梅强(第 1 节)、文学舟(第 2 节)、赵观兵(第 3 节)编写;第 5 章由郭龙建编写;第 6 章由梅园(第 1 节)、李昕(第 2 节)编写;第 7 章由周辉(第 1、2、3、5、7 节)、徐慧珍(第 4 节)、胡桂兰(第 6 节)编写。最后,梅强提出各章修改意见,并对全书进行统稿定稿,赵观兵全程参与统稿定稿。

徐占东、张健、张兵、陈雨峰等人参与了本书相关资料的收集整理工作,在本教材的编写和出版过程中,还得到了许多其他人士的帮助和支持,在此一并深表感谢。

本书可用作高等院校创业教育教材,也可用作正在创业或者准备创业人士的指导用书。

最后衷心祝愿所有读者都能从本书中领悟到创业管理的真谛,愿本书能助大家未来创业一臂之力。

由于作者水平有限,错误在所难免,敬请广大读者批评指正。

梅 强

2012年9月30日于江苏大学



目 录

第 1 章 创业、创业精神与人生发展	1
1.1 创业与创业精神	2
1.1.1 创业的定义和功能	2
1.1.2 创业的要素和类型	3
1.1.3 创业过程	5
1.1.4 创业精神的内涵、本质、作用和培养	8
1.2 知识经济发展与创业	13
1.2.1 知识经济的内涵	13
1.2.2 经济转型掀起创业热潮	14
1.2.3 创业是知识经济发展的主要动力	16
1.2.4 知识经济条件下创业的主要特征	18
1.2.5 知识经济时代下创业的意义	19
1.3 创业与职业生涯发展	21
1.3.1 狭义和广义创业概念	21
1.3.2 创新创业型人才素质要求	21
1.3.3 创业教育、创业精神培养对大学生职业生涯发展的意义和作用	22
1.3.4 国内外大学生的创业活动	24
本章小结	27
案例分析	27
本章习题	30
第 2 章 创业者与创业团队	31
2.1 创业者	31

2.1.1	创业者界定	31
2.1.2	创业者类型	32
2.1.3	创业者素质	36
2.1.4	创业者能力	39
2.1.5	创业动机	42
2.2	创业团队	46
2.2.1	创业团队及其重要性	46
2.2.2	创业团队的优势、劣势分析	47
2.2.3	创业团队的组建策略	48
2.2.4	创业团队的管理技巧和策略	50
2.2.5	领导创业者的角色与行为策略	53
	本章小结	54
	案例分析	55
	本章习题	57
第3章	创业机会与创业风险	58
3.1	创业机会概述	59
3.1.1	创业机会界定	59
3.1.2	创业机会类型	60
3.1.3	创业机会的基本特征	62
3.1.4	创业机会来源	63
3.1.5	创意、商业机会和创业机会	66
3.2	创业机会识别	66
3.2.1	创业机会识别定义	67
3.2.2	创业机会识别目的	67
3.2.3	创业机会识别的关键影响因素	67
3.2.4	创业机会识别的一般过程和行为技巧	70
3.3	创业机会评价	76
3.3.1	创业机会评价定义和特殊性	76
3.3.2	创业机会评价目标	77
3.3.3	个人与创业机会的匹配	77
3.3.4	创业机会评价策略	78
3.3.5	创业机会评价方法和技巧	81
3.3.6	创业机会评价步骤	85

3.4	创业风险识别与防范	86
3.4.1	创业风险的定义	86
3.4.2	创业风险的特征	86
3.4.3	系统创业风险的识别及防范途径	87
3.4.4	非系统创业风险的类别及防范途径	88
3.4.5	创业者风险承担能力的估计	92
3.4.6	基于风险估计的创业收益预测	93
3.5	商业模式开发	95
3.5.1	商业模式的含义和本质	95
3.5.2	商业模式和商业战略的关系	96
3.5.3	商业模式设计的思路和方法	97
3.5.4	商业模式创新的逻辑与方法	99
	本章小结	102
	案例分析	103
	本章习题	105
第4章	创业资源	106
4.1	创业资源概述	107
4.1.1	创业资源的内涵与种类	107
4.1.2	创业资源与一般商业资源的异同	110
4.1.3	创业资源的作用	111
4.2	创业融资	112
4.2.1	创业融资分析	112
4.2.2	创业所需资金的测算	115
4.2.3	初创期融资渠道及融资策略	118
4.2.4	成长期融资渠道及融资策略	123
4.3	创业资源管理	134
4.3.1	创业资源的识别	134
4.3.2	创业资源的获取	137
4.3.3	创业资源的开发	139
4.3.4	创业资源的利用	142
	本章小结	143
	案例分析	144
	本章习题	147

第 5 章 创业计划	148
5.1 创业计划概述	149
5.1.1 创业计划在创业过程中的作用	149
5.1.2 创业计划的需求者	151
5.1.3 创业计划的内容	151
5.1.4 创业计划的基本结构	152
5.1.5 创业计划的信息收集	159
5.1.6 市场调查的内容和方法	164
5.2 撰写与展示创业计划	167
5.2.1 研讨创业构想	167
5.2.2 分析创业可能遇到的问题和困难	169
5.2.3 凝练创业计划的执行概要	171
5.2.4 把创业构想变成文字方案	172
5.2.5 创业计划的撰写和展示技巧	173
5.3 创业计划的修订	178
本章小结	179
案例分析	179
本章习题	182
第 6 章 新企业的开办	183
6.1 开办新企业的法律政策与伦理问题	184
6.1.1 企业组织形式选择	184
6.1.2 开办新企业的法律规定	189
6.1.3 创业扶持政策的内容	194
6.1.4 大学生创业扶持政策	198
6.1.5 新企业的伦理、社会责任与认同问题	201
6.2 成立新企业	203
6.2.1 新企业办理工商注册登记	203
6.2.2 新企业刻制印章	212
6.2.3 新企业办理组织机构代码证	213
6.2.4 新企业办理税务登记	214
6.2.5 新企业开立银行账户	216
本章小结	218

案例分析	218
本章习题	221
第7章 新企业生存管理	222
7.1 新企业管理的特殊性	223
7.1.1 新企业的特征	223
7.1.2 新企业的优势与问题	224
7.2 新企业成长的驱动因素	225
7.2.1 内部驱动因素	225
7.2.2 外部驱动因素	226
7.3 新企业营销管理的技巧和策略	227
7.3.1 新企业营销特征	227
7.3.2 市场再评估	228
7.3.3 新企业的营销策略	229
7.4 新企业财务管理的技巧与策略	231
7.4.1 财务管理的基础观念	232
7.4.2 现金管理	234
7.4.3 资本预算	239
7.5 新企业人力资源管理的技巧与策略	245
7.5.1 新企业人力资源管理工作的主要内容	245
7.5.2 新企业在人力资源管理方面存在的问题	246
7.5.3 新企业人力资源管理的策略	247
7.6 新网络企业生存管理的技巧与策略	248
7.6.1 新网络企业概述	248
7.6.2 选好网络商业模式	249
7.6.3 做好定位和经营	253
7.7 新企业的风险控制与化解	257
7.7.1 新企业风险控制的原则	257
7.7.2 新企业风险控制与化解的步骤	257
本章小结	258
案例分析	259
本章习题	262
参考文献	264

本章要点

- ☺ 创业的概念、功能和类型
- ☺ 创业过程
- ☺ 创业精神的内涵、本质、作用和培养
- ☺ 知识经济时代下创业的特征和意义
- ☺ 创新型人才的素质要求
- ☺ 创业教育、创业精神培养对大学生职业生涯发展的意义和作用
- ☺ 国内外大学生的创业活动

导入案例

永不放弃就会创造奇迹

吴多辉在江苏大学读大三的时候,就产生了自主创业的想法。于是向一位优秀学长进行咨询,而学长的第一句话就是:“你手里没有个一百来万,不要谈创业。”当时,他只有一千多块钱,而且还是那个学期的生活费,但创业梦想并未就此破灭。不久,他和另外两个创业伙伴一起在学校里租了一间门面房,踏上了创业的征途。从最初经营格子铺,到后来创办了中国第一所创新教育学校——环球创新学校,开创了中国大学生“创新人才”培训先河,创立了“小院士”科学实验班品牌,发动了“一人一创”全民创新运动。期间,他遇到了许多困难,有一次,去扬州小商品批发市场批货,为了节省往返的几块钱车费,他们三个人早上天蒙蒙亮的时候骑自行车去扬州,晚上十一点才回到学校,屁股上还因此长了好多疙瘩。尽管创业的路崎岖坎坷,但他坚持不懈,永不放弃,取得了可喜的成绩。截至2011年5月,环球创新学校已经培训了300多名创新学员,有部分学员已经开始发明并申请国家专利。吴多辉已被《中国教育报》、新华网等100多家新闻媒体和网站报道。

资料来源:根据《中国青年报》(2011年10月31日)改编

1.1 创业与创业精神

1.1.1 创业的定义和功能

(1) 创业的定义

纵观创业学术研究史,不难发现创业已经充斥社会的各个领域,学者们对创业的定义也是见仁见智,其中有两大学派的定义被广泛接受。以斯蒂芬森(Howard H. Stevenson)为代表的哈佛商学院学派认为,创业是不拘于当前所控制资源而探寻机会并创造价值的过程;以蒂蒙斯(Jeffrey A. Timmons)为代表的百森商学院派认为,创业是一种思考、推理和行动的方法,它不仅要受机会制约,还要求创业者有缜密的实施方法和讲求高度平衡技巧的领导艺术。哈佛商学院学派强调了创业的本质,即创业的本质在于把握机会,不是等到资源齐备后再去寻找机会,而是机会在先,资源整合在后;百森商学院派既强调机会的重要性,同时也强调创业者实现创业,并创造价值的方法。因而,两种定义各有所长,各有侧重。

本书认为,创业是创业者积极地探寻机会,积极整合资源,充分利用机会,实现价值创造的过程。创业具有以下特点。

第一,创业是创造具有“更多价值的”新事物的过程,这个过程并不是有能力、有资金、有头脑就可以达到,还需要有运气。很多人觉得自己各方面条件都很好,但是一做就失败,这就是所谓的运气不太好。

第二,创业即创建一个新的事业,个人需要投入大量的时间精力,付出巨大的努力。

第三,创业需要承担风险,风险不仅仅是源自经济方面,还来自于精神、社会及家庭等方面。

第四,创业不只是有金钱的回报,而且还能实现自我价值、远大理想,带来无穷的欢乐与分享不尽的幸福。

(2) 创业的功能

自20世纪80年代以来,国外经济和管理学界就一直非常重视“创业”这个十分重要和活跃的领域。这主要是由于创业作为经济发展的原动力,在促进经济高速增长、加速技术创新和科技成果转化以及增加就业机会、缓解社会就业压力等方面的作用日益突出和增强。现阶段在我国推行创业,具有以下功能。

第一,促进城乡结构的优化,加快我国城市化进程。打破我国长期形成的城乡二元经济结构,小城镇建设、农业产业化、农村剩余劳动力转移,主要依靠无数异常活跃、自主经营的小业主及微小企业构造微观运作平台。它们是“公司+农户+基

地”的基础力量,是进城进镇务工经商的主力军,是城镇房地产(住宅和商铺)的重要消费者。

第二,促进产业结构优化,加快第三产业发展。服务业是能够大量容纳劳动力的产业,一般比工业多2~3倍。鼓励在第三产业创业,能迅速提高我国第三产业在国民经济中的比重,同时改善人民生活水平和提高生活质量。

第三,促进所有制结构的优化。创业的微型和小型企业从所有制性质看都是私营和民间资本,国有资本将从国民经济竞争领域逐步退出,此时需要民营企业及时去填补和置换国有资本。因此,扶持创业小企业做大做强具有重要意义。

第四,促进经济规模结构的优化。只有积极发展成千上万“小而专”、“小而特”、“小而精”的微型和小型企业,并形成社会化生产和服务体系、金字塔形的大、中、小型企业规模结构,才能具有国际竞争力。

第五,促进投资结构的优化,加快民间投资进入。目前在市场紧缩、消费疲软、民间投资意愿不强的情况下,主要依靠政府的投入支撑国民经济发展,从长远看积极财政政策的效果是有限的。大量民间资本的创业对国民经济的增长有直接贡献,其投资效率也是很高的。

第六,带来劳动力就业的倍增放大效应。创业不单是创业者个人创下自己的一份事业、产业,而且还创造出新的就业机会。比如一个小型企业能够吸纳3~5个人就业。

第七,提高政府就业管理工作效能。通过创业带动就业的杠杆作用,政府减轻了就业服务工作量,提高了就业服务工作效率。

第八,通过一大批创业的微型、小型企业的设立和成长,还能够增加国家税源,成为国民经济的新增长区域;成千上万以勤俭、诚信创业的小业主将成为中产阶级的中坚力量,为发家致富提供正面的典型示范,其社会效果和经济效果不可估量。

1.1.2 创业的要素和类型

(1) 蒂蒙斯的创业要素模型

蒂蒙斯(Timmons)在长期的研究工作中提炼出了创业要素模型,见图1-1。

蒂蒙斯认为创业有三个要素:机会、团队和资源。该模型的含义主要有以下三个方面。

第一,创业机会是创业过程的核心驱动力,创始人或创业团队是创业过程的主导者,资源是创业成功的必要保证。创业过程始于创业机会,而不是资金、战略、网络、团队或商业计划。开始创业时,创业机会比团队的能力和资源更重要。在创业过程中,资源与商机间经历着一个适应→差距→适应的动态过程。成功的创业者

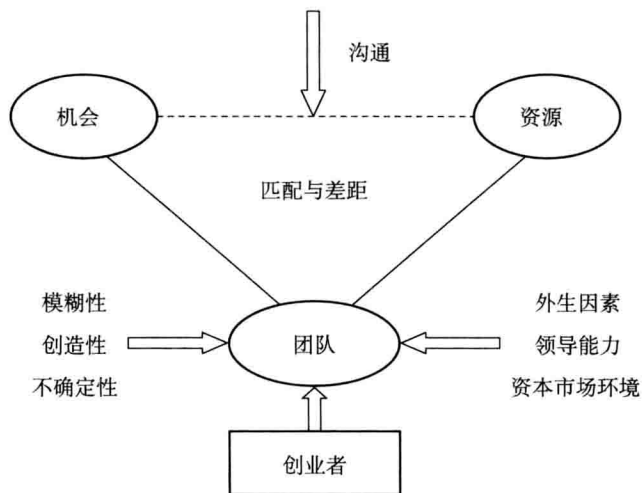


图 1-1 蒂蒙斯创业要素模型

和投资者都知道，一个好的思路未必是一个好的商机。实际上，以商业计划或商业建议等形式呈送给投资者的每 100 个思路中，通常仅有一两个最后会成为投资对象。所以，对创业者和投资者来说，学会快速估计是否存在真正的商业潜力，以及决定该在上面花费多少时间和精力是一项重要的技能。

第二，创业过程是商业机会、创业者和资源三个要素匹配和平衡的结果。处于模型底部的创始人或创业团队要善于配置和平衡，借此推进创业过程，他们必须做的核心过程是：对商机的理性分析和把握，对风险的认识和规避，对资源的最合理的利用和配置，对创业团队适应性的分析和认识。

第三，创业过程是一个连续不断地寻求平衡的行为组合。在三个要素中绝对的平衡是不存在的，但企业要保持发展，必须追求一种动态的平衡。保持平衡的观念展望企业未来时，创业者必须思量的问题是：目前的团队是否能领导公司未来的成长、资源状况；下一阶段所面临的陷阱。这些问题在不同的阶段以不同的形式出现，牵涉到企业的可持续发展。

总之，创始人或创业团队必须在推进业务的过程中，在模糊和不确定的动态的创业环境中具有创造性地捕捉商机、整合资源和构建战略、解决问题的能力，要勤奋工作、勇于牺牲。创业者在创业过程中就像一个杂技表演者，一边要在平衡线上跳上跳下，保持平衡，一边还要在动荡的处境中进行各式各样的表演。

(2) 创业的类型

1) 生存型创业和机会型创业

该分类首次由全球创业观察项目依据创业者的创业动机提出，将创业分为生

存型和机会型两类。一般来说,生存型创业被认为是创业行为出于别无其他更好的选择,即不得不参与创业活动来解决所面临的困难。因为所有的其他选择不是没有就是令人不满意,所以创业者必须依靠创业为自己的生存与发展谋求出路。不少下岗职工的创业行为便属于这种类型。而机会型创业被认为是创业行为的动机出于个人抓住现有机会并实现价值的强烈愿望,创业来自更好的机会选择。比尔·盖茨创建微软公司显然属于机会型创业。根据全球创业观察报告,全球的创业活动以机会型创业为主,占三分之二,生存型创业为辅,占三分之一;而我国的创业活动则以生存型为主。我国的创业活动主要是由于创业者别无更好的选择而不得不做出的一种选择的结果。

2) 个体创业和公司创业

按照创业活动的主体差异,可将创业分为个体创业和公司创业。个体创业主要指不依托于某一特定组织而开展的创业活动,而公司创业主要指依托于某一特定组织而开展的创业活动。虽然就创业本质而言,公司创业与个体创业有许多共同点,但是,两者还存在着一些明显的区别,如表 1-1 所示。

表 1-1 公司创业与个体创业的区别

类型	公司创业	个体创业
范围	在已有的组织环境下的创新,要考虑组织的物质、人力资源以及其他约束条件	通常并无此限制
获得的支持	可以从现有组织的制度、管理、资源等诸多方面汲取养分	一般能得到的最多是风险资本的投资
风险	在公司内部有限范围内的激进式变革,哪怕失败,也不会影响整个组织的生存	更像是“赌博”
规划	更关注如何将短期与长期利益协调发展,并制订详细的计划、预算	以追求短期利益为主,以抓住时机为手段,避免制订详细的计划
障碍	最大挑战来自于行政组织体制和既定的企业文化	可能来自于资金的短缺和管理层面、操作层面的技巧

1.1.3 创业过程

创业不是一个独立的事件而是一个过程,是一个随着时间的延长而各个阶段紧密相连的过程。创业的本质是创造或认识到新事物的商业用途(识别它是一个机会),并积极采取行动将机会转变成可行的、有利可图的企业(夏清华,2007)。这里引用巴隆(Robert A. Baron)和谢恩(Scott Shane)(2005)关于创业的概念,创业

是一个随着时间而展开的动态过程。经济学家罗伯特·荣斯达特(Robert C. Ronstadt)提出,“创业是一个创造不断增长的财富的动态过程”。创业过程可以分为机会识别、资源整合、创办新企业、新创业的成长与可持续发展这四个主要阶段。

(1) 机会识别

创业机会的识别是创业过程的起点,是创业过程的核心,也是创业管理的关键环节。创业机会是由经济、技术和社会这些处于持续变化状态的因素产生的,所以创业者在机会识别时应该具备敏锐的嗅觉,把握稍纵即逝的机会。对创业者来说,机会识别旨在识别能为市场创造或增加新价值的产品或服务,创业机会意味着创造价值和财富的可能性。创业者识别机会的过程实际上就是搜集处理信息的过程,创业者凭借其以往对市场、产业或技术知识的积累等对搜集的信息进行正确的分析与判断。

大多数创业者都是把握了商机而成功创业。例如,蒙牛的创始人牛根生看到了乳业市场的商机,好利来的创始人罗红看到了蛋糕市场的商机。在现实生活中,这样的例子不胜枚举。在这个阶段,新企业还是一个朦胧的状态,通常是没有一个具体的创业经营计划,产品或者服务和营销模式还没有完全确定,各种资源没有落实,创业者之间仅仅有初步的合作意向而已。创业机会识别最重要的是机会发现和机会评估两个环节。这其中有许多问题需要研究,比如,创业机会来自哪里?为什么某些人能够发现创业机会而其他人却不能?通过什么形式和途径识别创业机会?是不是所有的创业机会都有助于创业者开展创业活动并创造价值?

创业机会是一种情境,在该情境中,技术、经济、政治、社会和人口条件变化产生了创造新事物的潜力。其中,技术变革是有价值创业机会的最重要来源,它能使人们以新的、更有效率的方式做事,技术带来的改良原有事物的可能性使技术变革成为创业机会的最大来源。另一个重要的机会来源是社会变革。这些变革使人们能够开发商业创意,从而用新的方法使用资源,这些方法或者更有效率,或者将财富从一个人重新分配给另一个人。

不是所有的机会对创业者都有同等的价值,因为创业者资源有限,不可能去追逐他所面临的每一个机会,因此必须去选择那些回报潜力大并且有能力去利用和可利用的机会。对市场机会进行认真细致的评估对于创业者是至关重要的。在进行机会评估时最重要的是建立获取信息的有效渠道并有效利用信息。

(2) 资源整合

如果说机会识别的过程是把一个一般的、泛泛而谈的创意打成一个较具体的商业概念的过程,那么资源整合就是创业者开始有开创企业的意向,并将必要的