

第一章

创新创业概述

故事引入

打造校园手机 APP

“我最初的想法是方便同学查成绩,还有让新来的学弟学妹尽快熟悉校园环境和开学查课表。”黄河科技学院国际学院的学生赵琦道出了开发校园生活 APP 的初衷。一个简单的想法,在这个小伙带领的智慧团队的运筹下,竟然成就了一番事业。

在有了这个想法之后,赵琦开始全力以赴进行开发运作。首先,他运用自身所学用了两周的时间设计出这个客户端。其次,他开始组建智慧团队,招募有特长的同学加入运作团队。“他们都是自愿来做的,不拿工资,但是投入了很大的热情和很多时间,每天在线运作时间平均有 20 多个小时。”

在设计客户端的模块时,赵琦将心比心,设计出“失物招领”“找‘组织’”“科大快讯”“科大论坛(八卦)”“兼职招聘”“创业格子”“屌丝 or 女神”“学霸乐园”等贴近大学生生活的模块。“设计出的模块很多,我和团队经过仔细斟酌,去掉了一些不够贴近生活或者和其他业务重复的模块。在接下来的全校公测后,我们还会进一步调整,争取使这个 APP 更符合大学生需要。”

为了保证 APP 在我校能够顺利运行,而且未来能在更多高校推广,赵琦注册成立了郑州桔子网络科技有限公司。目前公司有成员 12 人,设立运营部、市场部、技术部、宣传部和设计部共 5 个部门,主营业务就是 APP 资源开拓和运行推广。“现在已经有 20 家企业和我们合作开展兼职招聘。校园内多家店铺在我们的客户端上开展业务。”他说,下一步将开发“上课签到”功能,准备在暑假新生开学后全面推行。

目前,赵琦设计开发的这个 APP 客户端在全校公测达到每日破 500 次,总下载量超过 5000 次,适用人群还在与日俱增。

面对未来的发展,赵琦和他的团队充满了信心,决定要将这个 APP 做强做大,推广到社会上去,方便更多的人……

(资料来源:黄河科技大学学报。)

第一节 创新概述

创新(innovation)一词起源于拉丁语。它有三层含义：一是更新；二是创造新东西；三是改变。

一、创新的含义

1912年熊彼特(Schumpeter, 1883—1950, 美籍奥地利经济学家)在他的德文版著作《经济发展理论》中,首次提出了创新的概念。熊彼特认为,“创新”就是把一种从来没有过的关于“生产要素的新组合”引入生产体系。其目的是为了获取潜在的利润。熊彼特的理论一开始并没有引起足够的重视,直到1934年他的作品用英文出版后,才引起了学界的广泛关注。

创新的最初含义主要以技术创新为主,是指创造新技术并把它引入产品、工艺或商业系统之中,或者创造全新的产品和工艺以及对现有产品和工艺的重大技术改进,并且产品被引入市场(产品创新)或生产工艺得到应用。

以后,不同学者给出了创新的不同定义:

美国著名经济学家曼斯菲尔德(Edwin Mansfield)认为:“一项发明,当它首次被应用时,可以称之为技术创新。”

美国加州大学伯克利分校哈斯商学院教授亨利·切萨布鲁夫(Henry Chesbrough)认为:“创新意味着进行发明创造,然后将其市场化。”

国务院1999年颁发的《关于加强技术创新,发展高科技,实现产业化的决定》中关于技术创新的定义相对较为系统:“企业应用创新的知识 and 新技术、新工艺,采用新的生产方式和经营管理模式,提高产品质量,开发生产新的产品,提供新的服务,占据市场并实现市场价值。”

创新是指以现有的思维模式提出有别于常规或常人思路的见解为导向,利用现有的知识和物质,在特定的环境中,本着理想化需要或为满足社会需求,而改进或创造新的事物、方法、元素、路径、环境,并能获得一定的商业价值或者社会价值的活动。



小贴士

从哲学角度对创新的理解

从认识论的角度看,创新是人超越自然,达成自觉自我的必备途径。创新就是

人的自觉自发；从矛盾论的角度看，创新与积累行为构成一个矛盾发展过程。创新是对重复、简单的劳动方式的否定，是对人类实践范畴的超越；从辩证法的角度看，创新包括肯定之否定与否定之肯定。前者是从认同到批判的暂时过程，而后者是一种自我批判的永恒阶段。因此，创新就是一种“怀疑”，是永无止境的。

二、创新的特征

不同学者对创新理解的角度不同，对创新基本特点的理解也不尽相同。本书主要从目的性、变革性、新颖性、超前性、价值性来论述创新的特征。

(1) 目的性。任何创新活动都有一定的目的，这个特性贯彻于创新过程的始终。创新总是为了解决某一问题，围绕着解决一定的问题而进行的，它总是与某个任务相联系的。所以说，创新是一种有目的的认识世界和改造世界的实践活动。

(2) 变革性。创新是对已有事物的改革和革新，是一种深刻的变革。“穷则变、变则通、通则久”。这个由“变”到“通”的过程，就是创新的过程。故步自封就没有创新。

(3) 新颖性。创新是把新的或重新组合和再次发现的知识，引入到所研究对象系统的过程，是引入新概念、新思想和新方法的过程。因此其成果必然是新颖的，“求新”是其灵魂。

(4) 超前性。创新以求新为灵魂，具有超前性。这种超前是从实际出发、实事求是的超前。

(5) 价值性。从创新的效果来看，创新有明显、具体的价值，对经济社会具有一定的效益。创新是各种社会事物进步与发展的共同因素，它能够满足人们的某种需求，促使企业获得成功，国家经济活力得到增强，社会取得进步。如若创新没有价值，创新也就失去了意义。创新成果的价值主要体现为社会价值、经济价值和学术价值。

三、创新与相关概念的关系

1. 创新与创造

创造强调的是第一次的首创，它在“首创”或“第一”问题上绝对的。而创新则是相对的概念，“创新”要比“首创”“前所未有”的“创造”更宽泛，它既包含了“前所未有”，也包含着对先前原有创造的“重新组合”和“再次发现”。所以，“创新”的概念包含着“创造”，但“创造”并不包含“创新”。

2. 创新与发明

发明既有促进社会发展的积极发明,也有阻碍社会发展的消极“发明”;如计算机的发展是积极发明,而电脑算命、计算机病毒则是消极发明。核科学和技术的发展是积极发明,而核武器的发展则是消极发明。但是,创新则不同,创新必须要能促进社会的发展。所以说,发明只是创新过程的一部分。

3. 创新与企业家精神

“企业家”这一概念是由法国经济学家理查德·坎蒂隆在 18 世纪 30 年代首次提出,即:企业家使经济资源的效率由低转高;“企业家精神”则是企业家特殊技能(包括精神和技巧)的集合。或者说,“企业家精神”指企业家组织建立和经营管理企业的综合才能的表达式,它是一种重要的无形生产要素。创新是企业家精神的灵魂。此外,企业家精神一般还包括关于冒险、勇于开拓、善于学习、执着、敬业、合作、诚信等特征。

四、创新的基本类型

创新可以从不同角度分类。按照创新类型和内容分为产品创新、过程创新、商业模式创新和服务创新。

1. 产品创新

传统意义上将产品定义为有形的、物理的物品或原材料等产品。近年来,服务行业公司(保健、保险、金融、通信、专业服务等)也开始把他们提供的服务业务称为“产品”。所以,打破传统行业边界,越来越多的产品制造商开始围绕产品向顾客提供服务。

服务型公司和制造商都趋向于使用“产品”这个名词来描述他们提供的内容,但服务和服务型公司的“产品”还是与一般产品有所区别,最主要的一点是,服务往往是无形的,而一般产品是有形的(例如一份保险是无形的,而一辆汽车是有形的),服务型产品的生产和消费是同时进行的,它的配送也需要人的高度参与(如医疗和美容),无法通过专利等法律手段来抵制模仿行为。

所以说,产品创新是指一种能够满足客户需要或能够解决顾客问题的新产品。例如,苹果公司推出的 iPhone 手机,保险公司推出的新保单等都是产品创新。

产品创新是一个全过程的概念,包括新产品的研究开发过程,也包括新产品的商业化扩散过程。

2. 过程创新

过程创新也称工艺创新,是指把一种新的生产方式或流程引入生产体系,它包括新

工艺的应用、新装备和新的生产管理方式流程的应用。

对于制造型企业来说,过程创新包括采用新工艺、新方式、整合新的制造方法和技术以获得成本、质量、周期、开发时间、配送速度等方面的优势,或者提高大规模定制产品和服务的能力,例如在生产洗衣机时采用了新钢板材料,或者洗衣机的生产线设备从传统机床更换为数控机床,从而降低成本,提高生产效率,这就是过程创新的例子。

产品创新的目的是提高产品设计与性能的独特性,过程创新的目的是提高产品的质量、降低生产成本、提高生产效率、降低消耗与改善工作环境等。过程创新能够增加企业盈利,降低生产成本,提高生产力,并提高员工的工作满意度。

企业通过过程创新为顾客提供完善的前台服务,并增加新型服务,也就是顾客看得见的新“产品”。

3. 商业模式创新与特点

商业模式创新,是指对目前行业内通用的顾客创造价值的方式提出挑战,力求满足顾客不断变化的要求,为顾客提供更多的价值,为企业开拓新的市场,吸引新的客户群。

商业模式创新的特点如下。

(1) 商业模式创新更注重从客户的角度,从根本上思考设计企业的行为,视角更为外向和开放,更多注重和涉及企业经济方面的因素。商业模式创新的出发点,是如何从根本上为客户创造增加的价值。因此,它逻辑思考的起点是客户的需求,根据客户需求考虑如何有效满足它。商业模式创新不仅涉及技术,同时也与技术所蕴涵的经济价值及经济可行性有关。

(2) 商业模式创新不是单一因素的变化。它常常涉及商业模式多个要素同时有大的变化,需要企业组织的较大战略调整,是一种集成创新。商业模式创新往往伴随产品、工艺或者组织的创新。反之,则未必足以构成商业模式创新。如开发出新产品或者新的生产工艺,就是通常认为的技术创新。技术创新,通常是对有形实物产品的生产来说的。但如今是服务为主导的时代,如美国 2006 年服务业比重高达 68.1%,对传统制造企业来说,服务也远比以前重要。因此,商业模式创新也体现为服务创新,表现为服务内容及方式,及组织形态等多方面的创新变化。

(3) 从绩效表现看,商业模式创新如果提供全新的产品或服务,那么它可能开创了一个全新的可盈利产业领域,即便提供已有的产品或服务,也更能给企业带来更持久的盈利能力与更大的竞争优势。传统的创新形态,能带来企业局部内部效率的提高、成本降低,而且它容易被其他企业在较短时期模仿。商业模式创新,虽然也表现为企业效率提高、成本降低,由于它更为系统和根本,涉及多个要素的同时变化,因此,它也更难以被竞争者模仿,常给企业带来战略性的竞争优势,而且优势常可以持续数年。

4. 服务创新

现代经济发展过程中一个显著的特征是服务业的迅猛发展,其在国民经济中的地位越来越重要。服务业已经成为世界经济的核心,是世界经济一体化的推动力。越来越多的企业和服务行业开展服务创新,以提高生产和服务产品的质量,降低企业的成本率,发展新的服务理念。

服务创新是企业为了提高服务质量和创造新的市场价值而发生的,服务要素来源于技术创新,两者之间有着紧密的联系。但由于服务业的独特性,使服务业的创新与制造业的创新有所区别。

服务创新主要分为服务产品创新、服务流程创新、服务管理创新、服务技术创新和服务模式创新。



小贴士

海底捞的服务创新

海底捞的服务特色,说得简单一点,就是服务的个性化,永远超越消费者的预期,真诚服务,创新服务。

海底捞的服务小细节:

等位时免费提供棋牌、美甲、擦皮鞋等服务,提供瓜子、爆米花、龙虾片、水果等零食。

用餐期间提供眼镜布、手机套、头绳、围裙、感冒送姜汤、勤换毛巾、洗眼镜、孕妇获得泡菜、雨衣等。



扫码阅读更多资源

第二节 创业概述

一、创业的含义

随着全球创业的兴起,创业已经引起学术界越来越多的关注和兴趣,越来越多的人开始对这一领域进行研究。尽管如此,创业还远没有形成一个单独的理论体系和学科领域,对创业的定义和内涵理解角度也各有不同。

柯兹纳(Kirzner,1973,奥地利经济学家)则从创业者的心理特性,特别是认知特性来研究创业。他认为,创业者必须具有特殊的“敏感性”,只有能够敏感地感知到市场获利机会的人才可能成为创业者。可见,柯兹纳的创业理论更强调创业者的主观能动性。

创业教育大师杰弗里·A. 蒂蒙斯(Jeffrey A. Timmons, 1942—2008, 美国管理学家, 百森商学院著名教授, 有“创业教育之父”称号)认为:“创业是一种思考、推理和行为方式, 它为机会所驱动, 需要在方法上全盘考虑并拥有和谐的领导能力。”

罗伯特·D. 希斯瑞克(R. D. Hirsch, 2000)认为, 创业是一个发现并捕捉机会并由此创造出新颖的产品、服务或实现其潜在价值的过程。

德鲁克(P. F. Drucker, 1909—2005, 现代管理之父)认为, 创业是一种行为, 其主要任务就是变革。

哈佛商学院教授史蒂文森(Stevenson H)对创业的定义是: 创业是不拘泥于当前资源条件的限制对机会的追寻, 将不同的资源组合并加以利用, 开发机会并创造价值的过程。这一定义充分揭示了创业的实质内涵。

我国一些学者以及清华大学创业研究中心对创业的内涵进行了综合, 他们认为, 创业内涵包括以下几个方面: ①创业是开创新业务、创建新组织、组合新资源、发掘和创造新价值等一系列的具有创新性的活动; ②创业是企业管理的一种手段和指导思想; ③创业是一种高风险的活动; ④创业活动是在企业管理过程中实现的; ⑤创业利润的三个来源: 对于创新的回报、对于风险的补偿、对于企业高效管理和运作的回报。

另外有些学者还将创业分为狭义、次广义和广义三个概念层次。狭义的创业是指创建一个新企业的过程; 次广义的创业是指通过企业创造事业的过程, 包括创建新企业 and 企业内部创业两个层次的内容; 广义的创业概念是指创造新的事业的过程, 也即包括所有各种不同性质和规模的事业的创造, 例如“家业”这一小规模的事业和职业生涯规划等内容。

综合以上观点, 从广义上而言, 创业的本质是不拘泥于当前资源条件的限制对机会的追寻, 将不同的资源组合以利用, 开发机会并创造价值的过程。这种价值创造活动是一种创新活动, 是通过创业者的创业精神体现出来的; 狭义上而言, 创业是创业者发掘创意, 捕捉商机, 承担风险并投入已有的技能知识, 配置相关资源, 为消费者提供产品和服务, 为个人和社会创造价值和财富的创建新企业的过程。

二、创业的基本类型

创业从不同的角度可以分为以下不同类型。

1. 生存型创业与机会型创业

依据创业者的创业动机不同, 全球创业观察(GEM)首先将创业分为生存型创业和机会型创业。生存型创业(necessity-push entrepreneurship)是指没有对创业行为进行更

好的选择,为了谋生不得不或不完全自觉地走上创业之路。这类创业大多没有长期的目标和强烈的创业主观愿望,往往会模仿他人,且规模较小;它只在现有市场上寻找机会,而很少创造新需求。由于其创业动机仅仅是为了谋生,往往小富即安,很难做大做强。

机会型创业(opportunity-push entrepreneurship)的出发点并非单纯为了谋生,而是为了主动抓住和利用市场机遇创造价值和实现自身理想。由于其有强烈的创业意愿,往往能敢于开拓新市场、创造新需求,从而可能带动新的产业发展,进而做大做强。

生存型创业产生的小规模的创业企业吸收和解决就业的数量有限,其简单重复的创业活动一般停留在产业链低端。而由机会型创业催生的企业更有志于开发潜在需求,容易上升至产业的核心技术,提升和创造产业链高端价值,对于提高国家核心竞争力有很大溢出效应。世界发达国家的创业活动均以机会型创业为主,如美国90%以上的创业属机会型创业。而我国由于经济发展水平和社会环境的原因,机会型创业所占比例还较小,绝大多数的创业活动仍然是生存型创业。

生存型和机会型创业取决于多种因素,并非完全由主观因素决定。如创业者的能力及所处的外部政治、经济、文化环境都对创业类型的选择有决定性的作用。因此,加强创业教育和培训,提高创业者的内在创业能力和素质,创造良好的创业外部环境,就会逐步增加创业者选择机会型创业的比例。

2. 个体创业与公司创业

按照新企业创建的渠道,创业可以分为个体创业和公司创业。

个体创业是指创业者个人或团队白手起家进行创业。而公司创业主要是由已有组织发起的创业性行为,通常称为二次创业或者公司内创业。虽然在创业本质上,公司创业和个体创业有许多共同点,但是由于起初的资源禀赋、组织形态、战略目标等不同,在创业风险承担、成果收获、创业环境、创业成长等方面也有很大的差异。

3. 大学生创业、失业者创业、兼职者创业和农民工返乡创业

按照创业主体的社会角色不同,可分为大学生创业、失业者创业、兼职者创业和农民工返乡创业。

大学生毕业后不选择固定职业就业,而是进行自主创业,以这些群体为主体的创业称作大学生创业。大学生为了体现自我价值,愿意做自己想做的事,于是进行创业。他们有的以所学专业创业,有的却是非所学专业,却都可以创业成功。

大学生创业的主要模式有模拟孵化、概念创新、加盟代理、积累演进、连锁复制、分化拓展和技术创新等。按照大学生参加创业活动的时机划分,可以分为三种模式:兼职型创业、休学创业、大学毕业后创业。



小贴士

大学生创业几种典型模式

模拟孵化模式,是大学生受各种创业大赛的驱动和高校创业园区环境的熏陶、资助、催化而进行的创业活动。该模式对资金、技术、创业者能力以及政府支持要求较高。限于大学生的专业特点和局限性,通常孵化项目属服务行业项目。

概念创新模式,是大学生根据自己的新颖构想、创意、点子进行的创业活动。该创业模式集中于装饰、教育培训、家政服务等行业,创业的资金需求量较大,组织管理上个人独资、合伙、股份公司均可。但对个人的能力要求较高,要求创业者具有良好的知识、技术和素质。

加盟代理模式,是大学生个人或团队以“小型办公室”形式从事创业活动,凭借加盟企业的品牌开展业务。财经类院校大学生选择这种模式的比例很高,选择行业主要是科技含量比较低的服务行业。在校大学生以此模式创业具有以下优势:一是充分了解学生的消费需求,立足校园以及周边市场,能够更好地服务学生消费群体;二是具有较高的市场敏感性,能深入了解市场,同时有较强的沟通能力,了解大学生市场的需求。但是由于缺乏创业基金,大部分的大学生选择加盟代理模式也只是做校园代理,企业规模和未来发展都受到了限制。

积累演进模式,即大学生在实现就业的同时积累资本和经验,由个人或几个人组成创业团队而白手起家。该模式的资金需求较小,在管理上主要是采取自我雇佣的业主组织形式,产权关系上以个人独资或合伙投资经营为主。大学生利用专业知识对环境进行分析,在学校周围经营服装、餐厅、酒吧、化妆品等生意,积累原始资本。由于自身对大学生消费群体较了解,所以成功的概率较高。

不少失业者也可以通过自身努力,成功进行创业。这类创业大多选择服务性行业,因其投资少、回报快、风险低。

兼职者创业也占据了创业很大一部分。大专院校、科研院所的教授和科研人员有的会利用业余时间创建公司。另外,一些在校的大学生、研究生在读书期间也可以创建公司。

农民工返乡创业是农民工在城市务工后,返回家乡,利用打工期间所掌握的知识和技能进行创业。大量的农民工通过返乡创业在工业化、城镇化、农业现代化建设中发挥着重要的作用。农民工返乡创业可以带动农村经济的快速发展,对于提高农民生活水平和文化水平,以及建设和谐向上的社会主义新农村具有很重要的意义。

4. 传统技能型、高新技术型和知识服务型创业

按照创业项目分类,可分为传统技能型、高新技术型和知识服务型三种。

传统技能型创业指使用传统技术、工艺进行创业。比如酿酒、饮料加工、工艺美术品、服装、食品加工、修理等。行业中的独特技能拥有长久不衰的竞争力,许多现代技术也无法与之竞争。

高新技术型创业指的是采用知识经济、高科技、知识密集型产业项目进行创业。高新技术型创业多带有前沿性,包含技术研发和开发的性质。

知识服务型创业是以各类知识咨询服务的方式进行创业。如律师事务所、会计师事务所、管理咨询公司、广告公司等。知识服务型项目具有投资少、见效快、周期短的特点。

5. 依附型、尾随型、独创型和对抗型创业

按创业风险分类,可分为依附型、尾随型、独创型和对抗型创业。

依附型分为两种情况:一是依附于大企业或产业链而生存。在产业链中确定自己的角色,为大企业提供配套服务。如专门为某个或某类企业生产零配件,或生产、印刷包装材料。二是特许经营权的使用。如麦当劳、肯德基,利用品牌效应和成熟的经营管理模式,减少经营风险。

尾随型创业即模仿他人创业。创业者所开办的企业和经营项目均无新意,行业内已经有许多同类企业,新创企业只是尾随他人之后,向他人学着做。尾随的第一个特点,是短期内不求超过他人,只求能维持下去,随着学习的成熟,再逐步进入强者行列。尾随的第二个特点,是在市场拾遗补阙,不求独家承揽全部业务,只求在市场上分得一杯羹。

独创型创业可表现在诸多方面,归结起来,集中在两个层面:一是填补市场需求内容的空白,二是填补市场需求形式的空白。前者是经营项目具有独创性,独此一家,别无分店。大到商品独创性,小到商品的某种技术的独创性。独创性也可以表现为一种服务,如现在的起名公司。当然,独创型创业也具有一定的风险性,因为消费者对新事物总会有一个接受的过程。另外,独创型创业也可以是旧内容的新形式,比如上门产品销售、网络销售等。

对抗型创业是指进入其他企业已形成垄断地位的某个市场,与之对抗较量。这类创业必须做到知彼知己,对市场情况了如指掌,然后依据自身优势,快速科学决策,抓住市场机会,成功创业。

6. 初始创业、二次创业与连续创业

按创业周期划分,可分为初始创业、二次创业与连续创业。

初始创业是一个从无到有的过程。创业者通过挖掘市场潜在需求、寻找商机、评估创业机会、分析市场和自身优势与劣势。创立企业,并进行招聘员工、建立组织、投入资