

甘华鸣 主编

MBA

必修核心课程

创业

ENTREPRENEURSHIP



全国畅销MBA教材
隆重推出2002年版

吸收世界最权威工商管理大师截至2001年的最新成果

对第二版进行了全面修订，重写了许多内容，并且增加了大量篇幅

系统介绍欧美MBA必修核心课程，准确阐述MBA必须牢固掌握的工商管理精髓要义

依据欧美最权威、最通行的知识，囊括最普遍、最适用的方法

中国国际广播出版社

MBA 必修核心课程

创 业

- 2002 年版 -

甘华鸣 主编

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业/甘华鸣 主编. - 北京:中国国际广播出版社,2002.6

(MBA 必修核心课程)

ISBN 7-5078-2129-3

I. 创… II. 甘… III. 企业管理-研究生-教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 028818 号

创 业

编 著	甘华鸣等
责任编辑	王先豫
版式设计	王学英
封面设计	徐 昕
出版发行	中国国际广播出版社(电话:68036519 传真:68033508)
社 址	北京复兴门外大街2号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	王林芳
印 刷	华北石油廊坊华星印刷厂
装 订	华北石油廊坊华星印刷厂
开 本	787×960 1/16
字 数	241 千字
印 张	16.5
版 次	2002 年 6 月北京第 1 版
印 次	2002 年 6 月北京第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2129-3/F·271
定 价	29.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现图书质量问题,本社负责调换)

前言

11B12-67/2105

MBA(工商管理硕士)这一简洁而响亮的名称,以其不可抗拒的魅力和不可思议的魔力征服了全球主要发达国家的企业界,目前正强烈地吸引着中国的有识之士,特别是青年人的注意。

MBA 诞生于美国,经过近百年的探索和努力,它培养了为数众多的优秀工商管理人才,创造了美国经济发展的神话和奇迹。MBA 被誉为“天之骄子”和“管理精英”,成为企业界乃至社会敬重和羡慕的特殊人物,甚至在公众心目中被视为“商界英雄”。据统计,美国最大的 500 家公司的总经理、董事长等高层主管,绝大多数都是 MBA。这一惊人的事实,是对 MBA 教育的成功业绩的最好说明。MBA 意味着超群的能力、胆识、品德……,代表着财富、地位、权力、荣誉……,预示着希望、成功和辉煌……。

MBA 创造的奇迹得益于其教育的科学性、规范性、灵活性和实用性。MBA 教育具有传统教育不可比拟的特色和优势。在教育观念、教育理论、教学内容和教学方法等诸多方面,都显现出其不同凡响的特点。这些特点不仅贯穿于 MBA 教育的整个过程之中,还体现在高质量的教材里面。因此,学习和阅读 MBA 权威教材,是了解和掌握 MBA 精髓要义的捷径;尤其是在我国, MBA 教育发展尚不能完全满足广大求学者要求的时候,这种求知的方式越发显得必要和实惠。

我们编译、编写的这套“MBA 必修核心课程”分为两辑。第一辑包括《经营战略》(CORPORATION STRATEGY)、《新产品开发》(NEW PRODUCTS DEVELOPMENT)、《市场营销》(MARKETING)、《生产作业》(PRODUCTION)、《采购》(PURCHAS-

ING)、《理财:资金筹措与使用》(FINANCE)、《人力资源:组织与人事》(HUMAN RESOURCE)、《管理方法》(MANAGEMENT METHODS)、《MBA 必修核心课程学习大纲(第一辑)》;第二辑包括《业务流程》(BUSINESS PROCESS)、《项目管理》(PROJECT MANAGEMENT)、《合争》(COOPETITION)、《创业》(ENTREPRENEURSHIP)、《情景案例》(CASEBOOK)、《会计》(ACCOUNTING)、《企业股份制:中国规则》、《企业股份制:国际典范与全球比较》、《MBA 必修核心课程学习大纲(第二辑)》。所依据的都是当今欧美工商管理各个领域最著名、最通行的教科书,囊括了工商管理最普遍、最适用的知识。系统研读这些教材,就会对 MBA 核心必修课程有一个比较全面的了解。(另外,我们还组织编写有“MBA/MPA 必修公共课程”。)

“MBA 必修核心课程”于 1997 年出版并于 2000 年修订后,获得社会各界好评,被广大读者誉为内容最完整、最深入的 MBA 教材。为适应国际上管理理论和我国管理实践的发展,现在我们郑重推出 2002 年版。“MBA 必修核心课程”2002 年版吸收世界最权威工商管理大师的最新成果,对第二版进行了全面修订,重写了许多内容,并且增加了大量篇幅,体系更加完善,阐述更加透彻。2002 年版的出版,必将有力地促进我国 MBA 教育的提高和普及,推动我国企业管理人才的培养。

成就事业需要人才,优秀的工商管理人才需要接受一流的教育。实践证明,MBA 教育是当今世界培养职业企业家最完美的教育。一切有志于在企业界谋求发展并最终赢得成功的人士,都应该不失时机地夯实自己的知识根基。通过自学,掌握 MBA 必修核心课程的基本内容,能让你茅塞顿开、恍然大悟,会使你获得一种全新的感觉,全新的视野,全新的理念,全新的境界,全新的体验。

MBA 必修核心课程研究组

MBA 必修核心课程(2002 年版)

《创 业》

编辑委员会

主 编：甘华鸣

副主编：(以撰写章节的多少为序)

尹海刚 刘彦敏

目 录

引 子

第一章 超级创业家的秘密.....	(3)
第一节 变革时代的骄子：创业家.....	(3)
一、创业家.....	(4)
二、变革时代——创业家盛世.....	(4)
第二节 创业所需的各种能力.....	(5)
一、洞察能力.....	(6)
二、用人能力.....	(9)
三、筹资能力.....	(10)
四、组织能力.....	(11)
第三节 你做好创业准备了吗.....	(12)
一、是否具有冒险的勇气.....	(12)
二、是否拥有新环境中的乐观主义.....	(12)
三、是否具有坚韧不拔的精神.....	(13)
四、是否具有把握时机的能力.....	(13)
五、是否采取客观现实的态度.....	(14)
六、是否习惯预先作出安排.....	(14)
七、是否注意到各种反馈信息.....	(15)
八、是否具有正确的金钱观.....	(15)
第四节 案 例.....	(16)

第一篇 用创新来创富

第二章 创富之本：创新.....	(25)
第一节 创新的提出.....	(25)

一、创新的概念	(25)
二、创新与创业	(27)
三、创业家、创新和创富	(27)
四、创业家与发明家	(28)
第二节 寻找创新机会	(30)
一、从意料之外的事件中捕捉创新机会	(30)
二、从实际结果与预期结果不一致的状况中 捕捉创新机会	(34)
三、从过程的需要中捕捉创新机会	(35)
四、从行业与市场结构的变化中捕捉创新机会	(36)
五、从人口状况的变化中捕捉创新机会	(38)
六、从观念和认识的变化中捕捉创新机会	(39)
七、从新知识中捕捉创新机会	(41)
第三节 创新法则	(42)
一、创新的原则	(42)
二、创新的禁忌	(43)
三、创新的条件	(44)
第四节 案 例	(45)
第三章 工艺创新	(58)
第一节 工艺创新概述	(58)
第二节 工艺创新方式	(60)
一、独立研制方式	(60)
二、联合研制方式	(60)
三、技术改造方式	(61)
四、技术购买方式	(61)
第三节 案 例	(61)
第四章 产品创新	(70)
第一节 产品创新过程	(70)
一、提出产品创意	(70)
二、创意甄别和产品试验	(72)
三、新产品市场试验	(74)
四、推出新产品	(75)
第二节 产品创新诀窍	(76)

一、善爆冷门，人无我有	(77)
二、树立名牌，以质取胜	(77)
三、标新立异，以奇取胜	(78)
四、拾遗补缺，以活取胜	(78)
五、跟随超越，以超取胜	(79)
第三节 案 例	(80)
第五章 市场创新	(84)
第一节 市场创新概述	(84)
一、市场创新的涵义	(84)
二、市场创新的内容	(85)
三、创业家的应变力——市场创新的机会来源	(87)
第二节 市场创新方式	(89)
一、市场创新的产品方式	(89)
二、市场创新的价格方式	(91)
三、市场创新的广告方式	(93)
第三节 案 例	(95)

第二篇 创业实践

第六章 创业之旅	(103)
第一节 创业艺术	(104)
第二节 确定问题	(105)
一、千方百计地寻找问题	(105)
二、清楚系统地阐明问题	(106)
第三节 创造解决办法	(108)
第四节 编制企业计划	(109)
一、PERT 图	(109)
二、环境分析	(111)
三、具体计划	(112)
第五节 组建创业小组和市场试验	(114)
一、组建创业小组	(114)
二、市场试验	(114)

第六节 筹集资金	(115)
一、取得风险投资	(115)
二、应收账款筹资	(115)
三、政府担保的贷款	(116)
四、杠杆收买	(116)
五、合资经营和许可权经营	(117)
第七章 创业管理	(119)
第一节 创业管理概述	(119)
第二节 经营要以市场为导向	(120)
一、接受“计划外”的顾客	(121)
二、培养市场导向	(122)
第三节 理财要有前瞻性	(123)
一、放弃过多地追求高利润	(123)
二、利用现代财务分析工具	(124)
三、适时调整财务结构	(124)
四、进行资金规划	(124)
五、制定财务制度	(125)
第四节 建立最高管理团队	(125)
一、建立最高管理团队的必要性	(125)
二、如何建立最高管理团队	(126)
第五节 创业家应明确自己的角色	(127)
一、创业家角色的重新定位	(127)
二、创业家角色的转换时机	(128)
第八章 创业战略	(130)
第一节 全力以赴战略	(131)
一、内容和意义	(131)
二、注意事项	(132)
三、风险评价	(134)
第二节 出其不意战略	(135)
一、创意性模仿	(135)
二、创业家柔道	(137)
第三节 寻找生存位置战略	(141)
一、建立“收费站”	(141)

二、控制特殊技能·····	(142)
三、占领特殊市场·····	(144)
第四节 案 例·····	(144)

第三篇 创新创富凭借力

第九章 诞生：利用企业孵化器·····	(155)
第一节 企业孵化器的起源和发展·····	(155)
一、企业孵化器的概念·····	(155)
二、企业孵化器的起源和发展·····	(158)
三、企业孵化器的建立和运作过程·····	(160)
第二节 企业孵化器的职能和作用·····	(163)
一、企业孵化器的职能·····	(163)
二、企业孵化器的作用·····	(165)
第三节 中国的企业孵化器·····	(168)
一、中国企业孵化器的起源和发展·····	(168)
二、创业中心的运营·····	(170)
第四节 国外典型企业孵化器简介·····	(174)
一、美国商业企业孵化器协会·····	(174)
二、得克萨斯明星技术商务发展中心·····	(176)
三、以色列的技术孵化器·····	(180)
第十章 腾飞：借助风险投资·····	(183)
第一节 风险投资的产生·····	(184)
一、风险投资的概念·····	(185)
二、ARD 的成立·····	(185)
三、DEC 的成长·····	(186)
第二节 风险投资的营运·····	(188)
一、营运过程·····	(188)
二、风险资本的注入·····	(191)
三、苹果公司的崛起·····	(194)
第三节 中国的风险投资·····	(197)
一、中国风险投资的发展·····	(197)

二、中国成功的风险企业·····	(199)
第四节 风险投资家如何评估目标企业·····	(200)
一、成功的风险创业家应该具有的素质·····	(201)
二、开发和管理团队的组成·····	(205)
三、持久的竞争优势·····	(206)
第五节 风险企业如何获得风险投资·····	(208)
一、获得风险资本的企业应具备的条件·····	(208)
二、审查风险投资公司·····	(209)
三、成功获得风险投资的程序·····	(212)
第六节 案 例·····	(226)

附 录

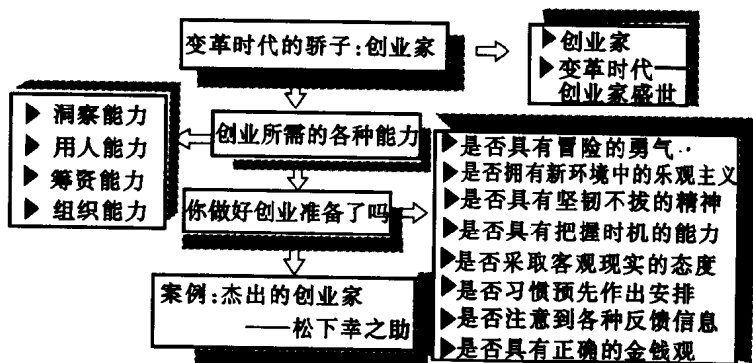
附录一 关于促进科技成果转化的若干规定·····	(235)
一、鼓励高新技术研究开发和成果转化·····	(235)
二、保障高新技术企业经营自主权·····	(237)
三、为高新技术成果转化创造环境条件·····	(238)
附录二 香港联交所关于创业板上市规则·····	(239)
一、一个新的股票市场·····	(239)
二、使命·····	(239)
三、独立的身份·····	(240)
四、市场特征·····	(240)
五、创业板上市规则的主要原则·····	(241)
六、交易系统及与市场参与者的信息交流·····	(242)
七、可能对创业板有兴趣的公司及投资者的概况·····	(244)
八、建议的上市规则·····	(245)
九、联络地址·····	(249)
参考文献·····	(250)

引 子

第一章 超级创业家的秘密

在和平时期个人如何才能获得财富、荣誉和地位？只有通过创业。有了自己的事业，你才能得到世人的景仰，因为创业家是经济英雄——和平时期的英雄。那么，什么样的人才能成为创业家？创业需要具有哪些能力？我能创业吗？本章也许能帮助你解决这些问题。

本章结构图如下：



第一节 变革时代的骄子：创业家

历史上曾经有许多杰出的创业家，他们的创业传奇广为世人所传颂，如洛克菲勒石油帝国的创始人老洛克菲勒、福特汽车公司的创始人亨利·福特、迪斯尼游乐王国的创始人沃尔特·迪斯尼、麦当劳快餐王国的创建者克罗克、索尼电器公司的创始人盛田昭夫、松下电器产业公司的创始人松下幸之助、台湾台塑集团创始人王永庆、微软的总裁比尔·盖茨等等。无数人暗中以他们为奋斗的榜样，期望有朝一日

能获得像他们那样的地位和财富。

一、创业家

创业家就是这样一类人，他们以一种创新的方式把社会上闲置的生产要素组合起来，或者把那些效率低下的生产要素进行重新组合，在这个过程中他们既为自己积累了财富，又为社会创造了福利，并实现了自己所追求的价值。可以说，创业家既是社会经济发展的动力之源，也是亿万富翁的前期代名词。

曾经有经济学家把创业家定义为成功地创立一个前所未有的新企业的人。从这个定义中可以看出，“创业”包括两个必不可少的环节：“创”和“立”。“创”指的是把一个企业创建起来，这是一个从无到有的过程，它不包括企业长远的生存和发展；“立”指的是把新建立的企业发展壮大，这是一个从弱到强的过程。只完成第一个环节的人充其量只能称之为“创业者”，而不能称为“创业家”。

二、变革时代——创业家盛世

常言道：“乱世出英雄”。同样，“乱世”也出创业家。创业家也是英雄，他们是经济英雄。如果仔细研究经济史，我们就会发现这样一个规律：变革时代往往是创业家辈出的时代。这里所说的变革时代包括的内容很多，如科学技术的进步、新资源的开发和利用、社会观念的变化、产业结构的不断升级等等。

许多创业家都是利用了变革时代的创业机会而发家致富的。大亨们的创业史可以证明这一点。

石油的应用是世界能源史上的一次重大变革。19世纪60年代，美国石油业的发展如火如荼，老洛克菲勒敏锐地发现炼油将是整个石油行业的关键所在，于是他以4000美元起家建立了垄断美国炼油业的石油帝国。

汽车自诞生之日起就改变了人们的交通方式。福特认识到汽车将是一种大众交通工具，于是他立志生产出能为平民所接受的汽车。后来他建立了世界上最大的汽车公司。

计算机技术深刻地改变了人类社会的方方面面。在计算机的发展过程中，盖茨认识到了软件的重要性，于是他建立了自己的软件王国，自己也荣登全球首富的宝座。

这样的例子还有很多很多。

为什么变革时代会带来高频率的创业呢？

这是因为变革时代的创新机会远远多于太平时期。任何一次变革都有深刻的背景和很长的酝酿期，但变革一旦开始发生就像火山爆发一样猛烈而短促。这个爆发期恰恰是机会最多的时期。当大多数人面对突如其来的机会而不知所措的时候，极少数杰出的创业家已经行动起来开始了自己的创业历程。

变革的深刻影响和结果就是通过创业家的创业过程逐步体现出来的。爆发期过后将是漫长的沉寂期，这一时期的创业频率将逐步减少，直至下一次变革的爆发。

随着社会的不断进步和人类文明的日新月异，各个变革之间的界限已经变得模糊，变革本身的频率也在不断加快。一个方面的变革可能会导致其他许多方面的连锁反应，不同领域的变革相互影响，此起彼伏。计算机技术的发展直接推动了信息时代到来，信息时代又改变了人们的生活观念，进一步又改变了人们生活方式的方方面面，如信息交流手段、娱乐方式、购物方式等等。

这启示我们，创业的机会无处不在，无时不在，只要我们能够发现和抓住它们。

第二节 创业所需的各种能力

创业是一项复杂的系统工程，它要求创业家随时解决涉及方方面面的各种问题，因此创业家应具有多方面的能力。研究人员通过对许多成功创业家的考察发现，以下四种能力是成功创业家所必须具备的：