

Justin G. Longenecker
Carlos W. Moore
J. William Petty

SMALL
BUSINESS
MANAGEMENT



工商管理经典译丛

小企业管理

[美]

杰斯汀·G. 隆内克

卡罗斯·W. 莫尔

J. 威廉·彼迪

著

《小企业管理》翻译组

译

Tenth Edition

第十版

中译本



东北财经大学出版社

DUFEP Dongbei University of Finance & Economics Press



汤姆森国际出版集团

International Thomson Publishing Inc.

工商管理经典译丛

小 企 业 管 理(第十版)

[美]杰斯汀·G.隆内克

卡罗斯·W.莫尔

J.威廉·彼迪

(贝勒大学)

著

《小企业管理》翻译组

(中央广播电视大学)

译

东北财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

小企业管理(第十版)/(美)隆内克(Longenecker, J.G.)等著;《小企业管理》
翻译组译. —大连:东北财经大学出版社, 2000. 11

(工商管理经典译丛)

书名原文: Small Business Management

ISBN 7 - 81044 - 724 - 6

I .小… II .①隆… ②小… III .小型企业 - 企业管理 - 研究 IV .F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 30719 号

辽宁省版权局著作权合同登记号:图字号 06 - 1999 - 41

Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty: Small Business Management

Original English Edition Copyright © 1997 by South - Western College Publishing,
a Division of International Thomson Publishing Company, Original ISBN 0 - 538 -
85077 - 9

Simplified Chinese Translation Copyright © 2000 by Dongbei University of Finance
& Economics Press

All Rights Reserved.

本书简体中文版由东北财经大学出版社在中国境内独家出版、发行, 未经
出版者书面许可, 任何人均不得复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

大连海事大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 787 毫米 × 960 毫米 1/16 字数: 544 千字 印张: 41 3/4 插页: 2

2000 年 11 月第 1 版

2000 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑: 王雪梅 李 季

责任校对: 孟 鑫

封面设计: 冀贵收

版式设计: 单振敏

定价: 64.00 元

工商管理经典译丛编审委员会

韩经纶（南开大学国际商学院教授，博士生导师）

赵曙明（南京大学国际商学院院长，教授，博士生导师）

于立（东北财经大学MBA中心主任，教授，博士生导师）

张文贤（复旦大学管理学院教授，博士生导师）

李一军（哈尔滨工业大学管理学院院长，教授）

刘晋（南京航空航天大学工商管理学院副院长，副教授）

李东（北京大学光华管理学院管理信息系主任，副教授）

译者前言

美国通常把员工在 500 人以下的企业称为小企业 (small business), 也就是我们通常所说的中小企业。根据《生活时报》(1999 年 11 月 30 日) 的“美国的中小企业”一文报道, 美国的中小企业在国民经济中占有重要的地位: 代表了 99% 的雇主, 雇用了 52% 的工人, 38% 的高技术行业的工人, 提供了 51% 的私营企业的产值, 是新工作机会的源泉。当然, 较高的开业率和倒闭率也是中小企业的特征。在我国, 尽管还很难找到确切的数据来描述中小企业的作用, 但以下一组数据也能说明一些问题: 根据 1997 年的《统计年鉴》, 1996 年我国的工业企业总数为 798.65 万个, 其中国有企业 11.38 万个, 占总数的 1.42%, 集体企业 159.18 万个, 占总数的 19.93%, 个体企业 621.07 万个, 占 78.65%。从工业企业来看, 如果仅把个体企业作为小企业看待, 小企业的比例也是十分可观的, 并且个体企业的数量 1996 年比 1995 年增长了 9.2%。在我国社会主义市场经济体制的建立和完善过程中, 孕育和发展了大量的乡镇、私营或个体小企业家。国家“抓大放小”的政策, 国有企业的转轨、大量的人员下岗, 新经济、新技术的发展, “一元钱”开办企业, 等等, 也正为许许多多的有志成为企业家的人提供了大量的机会。要是有一本能指导准备开办小企业的人开办企业, 指导已开办了小企业的企业家科学管理企业的教科书, 一定会受到社会各界的关注。

去年年底, 我们有机会读到了美国小企业管理协会会长杰斯汀·G. 隆内克和卡罗斯·W. 莫尔、J. 威廉·彼迪合著的小企业管理(第十版)一书, 本书独具特色的内容结构和工艺设计深深地吸引了我们。在内容结构上, 本书研究了小企业和小企业家的特征, 让已经是小企业家或想要成为企业家的人全面认识自己和自己的企业; 阐述了如何寻找创业的机会, 如何开办或购买一家企业, 如何从事特许经营或进入家族企业; 当你理解了小企业家并决定拥有一家企业时, 本书将告诉你如何制定一个新企业的冒险计划, 包括如何创造竞争优势、如何分析市场并制定市场计划, 如何选择管理队伍和组织结构、选择地点和设施、设备, 如何做出资金预算和财务计划、并寻找筹资渠道; 一个小企业开始运作后, 如何开展企业的市场营销、运营管理和财务管理等; 作为国民经济

的重要组成部分,小企业的拥有者承担哪些社会、道德和法律责任。在教材的工艺设计上,每个单元、每一章教学内容的组织都以一个完整的体系出现:每章都以“导读”开始,提出学习目标;反映特定的小企业经历的章首小企业案例和启发性报道对学习者的极具启发性;章末提供了本章主要概念、思考与讨论的问题、应用与实践要求、要点回顾、综合分析的小型案例。这些内容恰到好处的编排给学习者特别是自学者提供了十分方便的学习条件和宽广的思考空间。本书不正是指导准备开办小企业的人开办企业,指导已开办了小企业的企业家科学管理企业的很好的教科书吗?正如本书的作者所言:“不论你已准备开办一个小企业,还是寻找资料和指导,或仅仅是对开办小企业感兴趣但还没有下定决心,本书对你都有帮助。”把本书翻译成中文一定会受到广大的中小企业家和潜在的小企业家的欢迎。

为此,我们把这一想法和引进本书的东北财经大学出版社的领导作了交流,在他们的大力支持下,我们开始了翻译工作。翻译工作的分工是:杨孝堂翻译第一部分的第1,2章和第二部分的第3,4,5章;刘乃民翻译第三部分的第7,8,9,10,11,12章;刘志敏翻译第四部分的第13,14章;刘爱君翻译第四部分的第15,16章;杨军毅翻译第五部分的第17,18,19,20,21章;陈宝峰翻译第三部分的第6章和第六部分的第22,23,24章;刘臣翻译第七部分的第25,26章。陈宝峰、陈天宝、陈艳萍对全书做了校对。本书的翻译和出版,得到了中央广播电视大学的校领导和财经部领导的支持和关心,在此表示感谢!翻译过程中难免会有错误,敬请读者指正。

译 者

2000年10月

本书特色

在打开本书之前,请先浏览一下本书的特色,我们对小企业情有独钟,也愿与你一起分享我们的成果。不论你已准备开办一个小企业,还是寻找资料和指导,或仅仅是对开办小企业感兴趣但还没有下定决心,本书对你都有帮助。下面,我们将向你介绍本书一些丰富而有趣的特点,帮助你提高管理小企业的实战技巧,并对将会遇到的挑战保持敏锐的洞察力。

☞ 一体化的学习体系

每章都以“导读”开始,提出学习目标。教学内容是个完整的组织体系。为使你牢记中心概念,开头的学习目标在关键的地方重复出现:如在开始解答学习目标中的问题的地方和章末的“要点回顾”中。

为帮助你安排学习进度,我们在《学生学习指南》中也根据相同的学习目标展开叙述。指南每个部分的开始都与学习目标一致。我们根据学习目标重新安排了每章的重要内容,并在“快速测试解答”中重现本章的重要术语。接下来是判断正误、多选、填空和案例分析——所有这些都与学习目标一致。

☞ 完成自己的企业计划

- 第三篇将帮助你一步一步完成企业计划

本版我们给企业计划以应有的重视。第三篇的每一章都安排企业计划的一个主要内容。

- 附录 A:样本企业计划

本附录展示给你一个真实的企业计划。通过这个例子你可以知道各部分内容是如何整合到一起的,当制定自己的企业计划时可作为参考——不管你是为准备课堂讲授还是准备开办企业。

- 准备企业计划:课堂资源

这个小册子将带你浏览准备一个简单的企业计划的全过程,它将作为你将来准备自己企业综合计划时的参考。

☞ 当今的小企业管理

第十版拥有前几版行之有效的优点,并且有作家队伍上的优势,他们将带给你当今小企业最热门的话题。这里仅摘录一小部分你将在本版中看到的热门话题。

☞ 对互联网的专门强调

- 互联网作为销售工具

随着互联网的普及,每个人都将上网。这就是作为一个未来的小企业管理者,你必须知道如何利用互联网把产品推向潜在市场的理由。我们愿意帮助你实现这一愿望。

- 网上浏览作业

互联网决不仅仅是一个销售工具。它还提供了丰富的来自全世界的资源,帮助你管理小企业。网上浏览带你网上冲浪,去看各种小企业的信息。你将浏览真实小企业的网站,甚至可以看看书中提到的网站。

- 来自互联网的启发性报道

书中来自网上的“启发性报道”话题将向你展现一些小企业是如何创造性地利用这一强有力的通信工具的。或许你可以有一些独创。

☞ 现实中的小企业

本书整书都融汇了小企业的实际经历。每章开始都有一个小案例,介绍一个小企业,佐证本章的理论。每章都有许多“启发性报道”,介绍当今的小企业如何处理有关道德、技术、质量、创业和全球化趋势的事项。这些报道来自《公司》、《福布斯》、《企业家》、《华尔街日报》和《民族企业》等杂志,介绍了当今小企业的最新动态。

☞ 在实践中学习

要想成为一个成功的小企业管理人员,你必须参加实践,否则你只能是欲望而不能亲身参与。本书除提供有用的实践资料外,每章总结中都有实际应用作业。

前言

首先感谢你选择本书作为教材。我们为教材的新版和与它相关的教学工具而激动。许多学生在一生中的某一个阶段将会拥有一个小企业或为其工作。因而,这一研究领域每年都吸引很多人。作为教育工作者,我们既有压力又受鼓舞。我们的目标是为你提供一个帮助你指导学生的教学包。

过去三十多年里,《小企业管理》一直是该领域的畅销书。第十版在前几版的基础上,融合了有关开办和管理小企业的最新理论和实践。我们在企业管理、市场营销和财务方面多样化的教育和研究背景,使我们能够给小企业论题一个不失偏颇的概括。在编写第十版时,我们牢记三个目标:第一,我们试图对每个论题都提供一个完美的处理。第二,我们继承前几版的特色,把可读性放在特别重要的位置,这是学生特别喜欢的。第三,我们列举了丰富的实例,帮助学生理解如何应用有关概念。

但是,对我们来说,你的评价才是最重要的。我们希望了解你在想什么。当有问题和要求时,请与我们联系(我们的电话、传真、E-mail 地址附在前言后)。我们始终把你看做合作伙伴,只要可能,我们将尽力了解你的愿望和要求。

本版的创新

在第十版编写过程中,我们努力引进最新的教学工具以帮助你安排课程,引进最新的概念和实例以帮助你紧跟时代步伐。新版的特色如下:

- 一体化的学习体系。在本版,我们围绕学习目标安排教学内容和补充材料,形成了一体化学习体系。

在章末“要点回顾”栏目,确定学习目标的要点。在《学生学习指南》里同样的学习目标也在各栏目的作业内出现。如果学生发现对有些概念还没有把握,只要查找相应的学习目标,就可以很容易地在教材和《学生学习指南》中找到相关材料。

作为一个指导教师,一体化的学习体系可以让你更容易地准备讲稿和测试题。《教师手册》的讲授笔记也围绕学习目标组织,并同图片、Powerpoint 幻

幻灯片相配套。题库中的问题也围绕学习目标展开。题库中每章的开头都有一张提示表,你可以选择覆盖所有知识点的题目,也可以强调你认为最重要的问题。

- 强调制定企业计划。制定企业计划的能力对未来的小企业管理人员是至关重要的技巧,在这一版里我们在整个第三篇里用7章的篇幅讲述企业计划。本篇每章末尾,“打实基础”帮助学生认清他们正在为自己的企业做计划。作为一个范例,我们在附录中收录了一个完整的企业计划样本。

在现实中,小企业所有者、管理者常常利用专门软件来完成企业计划。为将这一实用软件引入课堂,我们与简(JIAN)公司合作以折让价为学生提供该公司的成功软件——计划设计师。请问一问西南大学 ITP 的销售代理商有关这一捆绑教材的信息。第三篇的每章后都有一个专门应用这一软件的部分,让学生用软件准备本章讨论企业计划的内容。想进一步了解这一软件,可以浏览简公司的主页,网址为:<http://www.jianusa.com>。

如果你想让学生应用软件,但时间有限,可以考虑应用该软件的简化版,简化版专为学生设计。如果你不喜欢应用该软件,可以考虑使用印刷媒体——《准备企业计划:课堂资源》。这本小册子被设计成简化的企业计划实践指南,请向西南大学销售代表咨询。

- 网上浏览。互联网提供了全世界的针对小企业的有用信息以及市场营销机会,为使学生熟悉网上资源,我们在每章后的实践练习中都包含上网实践内容,这些实践叫做“网上浏览”,带领学生到网上的特定站点,像小企业管理局、顿和布莱特杰斯特。有专门问题让学生搜索和评价小企业。

此外,本书还拥有自己的主页:

<http://www.thomson.com/swcp/mm/longenecker.html>

第1章的应用作业5要求学生浏览主页的内容。

许多章里都有“启发性报道”,引导学生上小企业网的主页。通过这些报道,学生甚至可以在不上网的情况下熟悉小企业是如何利用这一特殊的通讯媒体的。

- 主题标志。本版第一次给“启发性报道”加上一个特定的类别图标,每个类别都对应于一个图标。

例如,第16章的启发性报道,其中的全球化图标说明了关贸总协定是如何影响小企业的。

这些具有小企业特征的启发性报道和篇首案例,反映了特定的小企业的经历。例如,第7章的启发性报道描述了企业家卡尔·温斯道克以民族市场为战略目标,开发不同类型的贺卡。在第19章的启发性报道中介绍了一个小企

业的顾客导向战略格言：“为顾客而死”。

- 分类话题贯穿全书。有关技术、道德(理念)、质量和全球机会的讨论并不局限于特定的话题,而是贯穿全书。因为今天的学生对这些话题有特殊的兴趣。

继续保留和改进熟知的特色

在本版,我们保留和改进了许多特色,这些特色为师生所熟知。

- 篇首案例和启发性报道表明了小企业如何利用本章概念。本版多数案例和报道都是新的。

- 每章都有导读和要点回顾,学生可以牢记学习重点。为便于复习,本版我们把概括总结作为关键。

- 每章后都有讨论、应用与实践作业、网上浏览和综合分析。在综合分析中新增数个真实的决策背景,让学生实际应用本章的概念。

本版的重要修订

本次修订的主要目标是打算包含一部分激动人心的小企业管理的领域。当我们组织设计这些材料时,我们也重新安排了章节结构。除了已经提到的部分外还有:

- 财务报表的讨论提前到第 11 章,为介绍资金需求打下一个基础。
- 寻找资金来源:如今作为完整的一章——第 12 章,这部分内容是开办企业的关键。
- 第 21 章,介绍小企业利用计算机技术,增加了有关互联网的讨论。
- 第 16 章的目标市场营销内容已更新,以体现越来越重要的海外市场。
- 第 19 章特别突出质量管理,该章已重组以强调这一话题。
- 增加和更新了对小企业管理有重要意义的新话题,主要有:

创新工程

顾客关注的质量管理

互联网/E-mail

现金流量管理

家族企业继承

企业评估

网络

外部资源

工作队伍

完整的教学包

在第十版,教学包的所有组件都是为适应各种教学形式和课堂形式而设计,你可以选择最适合你的教学方式和学生的资源。

可选择的组件有:

- 学生学习指南。包括每章要点,简要定义以及各种自测材料。自测材料有:判断正误、多项选择、填空和案例题。指南是引导学生自学课程内容的最好工具。

- 教师手册。教师手册是新的,因而用处更大,该手册包括讲授笔记、视听资源和其他指导材料、讨论题解答、综合分析提示和案例讲解笔记。每章还有幻灯片。

- 教师手册磁盘。为帮助你习惯教学,教师手册也做成了磁盘,你可以迅速地让我们的讲授材料适合你作笔记、举例、选择课堂材料的需要。

- 图片。每章都有图片可自由应用。教师手册中的笔记讲授要点提示,何时用图片,何时引导讨论。如果你需要印刷品,你可以用教师手册中的幻灯片作为底片。

- PowerPoint。全部幻灯片如今可用 PowerPoint 演示。计算机驱动的投影仪可以让你容易地应用这些彩色图像以增加讲授的兴趣,硬件要求是 Windows 系统驱动 PowerPoint 视窗和供课堂演示的大投影板。

- 录像带。由于该课已作为远程教育课程——《创业》,你可免费收看并转录。还可以从西南大学新《企业系列》录像系列中订制部分录像带。这些录像带表现的是真实的小企业如何处理扩张(如 Kropf:计划研究)、改进质量(温莱特:质量研究)和决策问题(公司第二次选择:创业)。

- 题库。综合测试题库包括判断正误、多项选择和讨论题,题库每章开始都有一张提示表,可以帮助你编制试题,可根据你的要求选择题目的覆盖面。

- 计算机题库。完整的试题库可用 MicroExam4.0 版软件。你可以通过选择、修改、增加问题来生成试题。软件运行条件是 MS-DOS 操作系统,至少 640K 内存,一个 3 寸软驱和一个硬盘。

- 准备企业计划:课堂资源。这本小册子,包括背景材料、作业、准备计划指导和样本企业计划。

鸣 谢

在第十版的修订过程中,我们得到很多人的帮助,对此我们深表感激。特别感谢 South - Western 大学出版社的朋友们,感谢编辑:Randy Haubner, Cincinnati Stowell, Ann Sass, Judy O'Neill 和 Jeanne Yost。他们都是值得信赖的。

我们特别感激支持我们的 Edwin W. Streetman 夫妇,前系主任 Richard C. Scott 和现系主任 Terry Maness。我们还感谢 Doris Kelly 及她精湛的文字水平,再一次感谢理解和支持我们的家人——Trances 和 Donna。

我们还特别感谢下列人士:

David Anstett	The College of St. Scholastica
Max Harbert	West Virginia State College
Aline Arnold	Eastern Illinois University
Neil Hilkert	Delaware Valley College
Barry Ashmem	Bucks County Community College
Carl Kovelowski	Mercer County College
Ronald Cook	Rider University
John Lea	Arizona State University
Michael Graves	Portland Community College
Charles Matthews	University of Cincinnati
Cecil Green	Riverside Community College
John Maurer	Wayne state University
Timothy Mescon	Kennesaw State College
Nicholas Sarantakes	Austin Community College
William Motz, Jr.	Lansing Community College
Winston Stahlecker	West Texas A&M University
Douglas Naffziger	Ball State University
James Swenson	Moorhead State University
Joan Nichols	Emporia State University
Bernard Weinrich	St. Louis Community College

Joseph Platts

Miami – Dade Community College

Jonnie Williams

Grand Rapids Community College

Elaine Powell

Sinclair Community College

最后,我们对许多在教学研究中使用我们教材的老师表示感谢,我们的联系方式如下:

杰斯汀·G.隆内克

电话:(817)755 – 1111 转 4258

传真:(817)755 – 1093

卡罗斯·W.莫尔

电话:(817)755 – 1111 转 6176

传真:(817)755 – 1068

E – mail: Carlos _ Moore@Baylor. edu

J.威廉·彼迪

电话:(817)755 – 1111 转 2260

传真:(817)755 – 1092

E – mail: Bill _ Petty@Baylor. edu

目 录

译者前言
本书特色
前言
鸣谢

◆ 第一部分 企业家和小企业的特征

第 1 章 企业家:小企业的动力	3
第 2 章 小企业:经济的关键成分	24

◆ 第二部分 寻找企业机会

第 3 章 创建和买断机会	45
第 4 章 特许经营机会	72
第 5 章 家族企业的机会	97

◆ 第三部分 制定新企业计划

第 6 章 企业计划在风险投资中的作用	123
第 7 章 创造竞争优势	145

第 8 章	分析市场及制定营销计划	167
第 9 章	选择管理队伍和组织形式	192
第 10 章	选择经营场所和经营设施	217
第 11 章	财务报表和资金需求	244
第 12 章	寻找资金来源	268

◆ 第四部分 小企业市场营销

第 13 章	消费者行为和产品策略	299
第 14 章	定价与信用策略	325
第 15 章	促销:人员推销、广告和销售促进	351
第 16 章	分销渠道与全球市场	374

◆ 第五部分 小企业的经营管理

第 17 章	成长中的企业的专业管理	401
第 18 章	人力资源管理	425
第 19 章	质量管理及操作过程	444
第 20 章	存货的购买与管理	465
第 21 章	计算机在小企业中的运用	483

◆ 第六部分 小企业的财务管理

第 22 章	财务状况评析	507
第 23 章	营运资本管理和资本预算	531
第 24 章	风险和保险管理	570

◆ 第七部分 社会和法律环境

第 25 章	社会与伦理问题	593
第 26 章	合法经营	611

第一部分

企业家和小企业的特征