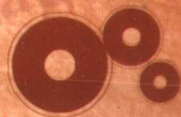


管理学系列

THOMSON



第7版



有效的

小企业管理

[美] 理查德·M·霍杰茨 (Richard M. Hodgetts) / 著
唐纳德·F·库那科 (Donald F. Kuratko)

Effective
Small
Business
Management

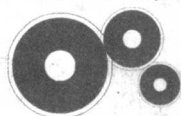


中信出版社
China CITIC Press

管理学系列

THOMSON

第7版



有效的 小企业管理

[美] 理查德·M·霍杰茨 (Richard M. Hodgetts) / 著
唐纳德·F·库那科 (Donald F. Kuratko)

肖勇波 刘晓玲 / 译

Effective
Small
Business
Management

中信出版社
China CITIC Press

图书在版编目 (CIP) 数据

有效的小企业管理 / [美] 霍杰茨, 库那科著; 肖勇波, 刘晓玲译. — 北京: 中信出版社, 2006. 1
ISBN 7-5086-0559-4

I. 有… II. ①霍…②库…③肖…④刘… III. 小型企业-企业管理-美国 IV. F279.712.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 150144 号

Effective Small Business Management by Richard M. Hodgetts and Donald F. Kuratko.

Copyright © 2001 by Harcourt, a division of Thomson Learning.

First published by Harcourt, a division of Thomson Learning. All rights reserved.

本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有, 盗版必究。

CITIC Publishing House is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权中信出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内 (不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾) 销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

THOMSON



有效的小企业管理 (第 7 版)

YOUXIAO DE XIAOQIYE GUANLI

著 者: [美] 理查德·M·霍杰茨 唐纳德·F·库那科

译 者: 肖勇波 刘晓玲

责任编辑: 苏 毅 徐 莉

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路 14 号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 廊坊市长虹印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印 张: 47 字 数: 643 千字

版 次: 2006 年 1 月第 1 版 印 次: 2006 年 1 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2006-0269

书 号: ISBN 7-5086-0559-4/F·981

定 价: 89.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。服务热线: 010-85322521

http: //www. publish. citic. com

010-85322522

E-mail: sales@citicpub. com

author@citicpub. com

教学支持服务

汤姆森学习出版集团 (Thomson Learning) 作为为终身教育提供全方位信息服务的全球知名教育出版集团, 为秉承其在全球对教材产品的一贯教学支持服务, 将为采用其教材图书的每位老师提供教学辅助资料。任何一位通过 Thomson Learning 北京代表处注册的老师都可直接下载所有在线提供的、全球最为丰富的教学辅助资料, 包括教师用书、PPT、习题库等等。

鉴于部分资源仅适用于老师教学使用, 烦请索取的老师配合填写如下情况说明表。



教学辅助资料索取证明

兹证明 _____ 大学 _____ 系/ 院 _____ 学年 (学期) 开设的 _____ 名学生 ☐ 主修 ☐ 选修的 _____ 课程, 采用如下教材作为 ☐ 主要教材 或 ☐ 参考教材:

书名: _____

作者: _____ ☐ 英文影印版 ☐ 中文翻译版

出版社: _____

学生类型: ☐ 本科 1/2 年级 ☐ 本科 3/4 年级 ☐ 研究生 ☐ MBA ☐ EMBA ☐ 在职培训

任课教师姓名: _____

职称/职务: _____

电话: _____

E-mail: _____

通信地址: _____

邮编: _____

对本教材建议: _____

系/ 院主任: _____ (签字)

(系/ 院办公室章)

_____ 年 _____ 月 _____ 日



* 相关教辅资源事宜敬请联络汤姆森学习出版集团北京代表处。



Thomson Learning Beijing Office

汤姆森学习出版集团北京代表处

北京市海淀区科学院南路 2 号融科资讯中心 A 座 408 室

Tel: (8610) 8286 2095/96/97 Fax: (8610) 8286 2089

E-mail: tlsg.infochina@thomson.com

www.thomsonlearning.com

译者前言

在任何国家的经济中，小企业都占据着非常重要的地位。小企业不仅在数量上远远超过了大企业，它们对整个经济的影响也在逐步增大。另一方面，任何大企业都不可避免是从小企业逐步发展起来的，今天的小企业很有可能就是明天大企业的前身。然而，小企业往往是商学院教学中被忽视的一个方面。现在，国内很少有商学院专门开设有关于小企业管理的课程，市面上也很少有专门针对小企业管理的教材，《有效的小企业管理》一书正好弥补了这一空白。

《有效的小企业管理》是一本非常优秀的小企业管理教材，它全面地探讨了企业从创业到发展过程中可能遇到的各种问题。全书共分为六篇。第Ⅰ篇对美国的小企业进行了介绍。它解释了小企业的性质、技术革命对小企业的影响、决定新企业成败的因素以及成功的企业家的特征和家族企业的独特性。第Ⅱ篇讨论了个人创办小企业的各种不同途径，包括收购一家现有的小企业、成立一个家族企业、从无到有开始创业，或者购买一个特许经营权。此外，本篇还描述了如何准备一份可靠的商业计划。第Ⅲ篇讨论了新企业所面临的各种问题，包括融资、选址、布局设计、组织的法律形式以及小企业面临的法律问题等。第Ⅳ篇集中于如何管理小企业的运作。介绍的重点放在各种管理过程上面，包括计划（planning）、组织（organizing）、命令（directing）和控制（controlling）。文中也考察了人力资源管理以及小企业成长过程中面临的挑战以及小企业的国际机遇。第Ⅴ篇解释了产品和服务是如何营销的，讨论的主题包括市场研究、定价、广告、销售和客户信誉。第Ⅵ篇探讨的是财务和存货控制问题。它涉及到财务报表、记录保持、财务分析、预算、采购、存货控制、风险管理、犯罪和保险等内容。

《有效的小企业管理》是原著者针对美国的实际情况撰写的，因此在很多内容（比如法律法规等）上具有较强的地域针对性。同时，本书原版是在2000年出版的，书中的部分内容和数据已经显得有点过时了。相信读者在阅读到相关内容时能够自行加以辨别。但是，书中提出的各种思想、观点和注意事项等都是非常有借鉴价值的。

正如作者指出的，本书的目标读者包括三类：首先是商学院讲授小企业管理的教师，书中所探讨到的主题不仅是比较全面的，而且都分别融合了最新的研究成果；其次，商学院学生非



常适合阅读本教材，全书不仅语言简洁，而且贯穿了很多富有趣味性的小案例，通过对案例的思考，学生能够将学到的知识应用到实际问题中去，无疑是对所学知识的一个很好巩固；最后，本书也是实际生活中的小企业业主经理和打算成为小企业业主经理的创业者的一本非常不错的指南。本书内容涵盖了小企业管理的方方面面，有助于提高他们在工作岗位上管理的有效性。

本书主要由清华大学现代管理研究中心和经济管理学院的肖勇波博士和刘晓玲硕士共同翻译。参与部分章节初译工作的还包括北京大学研究生李琦、侯艳飞和清华大学研究生蔡长明、周淑萍、郭迅华、吴俊杰、黄河、潘慧峰、李明涛、张楠、陈卓、姜鹏、刘运辉、宋红花、张楠、唐晓辉、于岚、姜波、丁鼎、吴瑞鹏、徐鸿雁、胡为敏、蒋任重、李岩、吴鹏、钱宇、陈剑峰、林岩以及信阳师范学院市场营销专业的胡时晴；朱岩、鹿应康、张菊亮、郑欣、李勇建、吕莉萍、张小洪、梁雪婧、覃彩红、李飞、张若芳、高芳、张兰、梁冰、张海春、吴胜斌、肖玉容和刘晓玲在初稿的校对中发挥了重要作用；徐莉小姐对全书进行了非常认真的审校；此外，肖从新、胡西娥、李锦涛、游允芳、丛佩峰、董柏民、吴菊香、张玉芳、董柏军、梁水庭、张华等家人和朋友还提供了各种形式的支持，在此向他们表示深深的谢意！全书的统稿和校对工作由肖勇波和刘晓玲完成。在翻译过程中，大家齐心协力，保证了工作的顺畅进行。在这里我谨代表所有译者向家人对我们的支持表示感谢，同时还感谢清华大学出版社的熊妍妍和王荣静、中国人民大学出版社的刘蕴莉、高翔、龙沂霖与其他所有编审人员，是他们才使得本书能够顺利出版。

由于译者水平有限，再加上时间紧迫，译文中定有不妥和疏漏之处，敬请读者批评指正。

肖勇波

2005年12月



英文版序言

当今小企业的现状

美国是一个由众多小企业组成的国家。如今，整个世界经济都集中于小企业。老百姓和各个巨人公司同样都需要小企业来提供产品和服务。小企业的数量已经远远超过了大企业的数量，在美国，每天都有数千个新的小企业创建成立。小企业对于整个经济的影响越来越大。政府实体、公立和私有教育机构以及各种经济开发团体都意识到小企业对于国家及其经济的重要性，并且与企业界（business community）保持着紧密的联系。随着人类社会迈入 21 世纪，有效管理的小企业对于我们经济的繁荣是至关重要的。

本书目标

《有效的小企业管理》（第 7 版）对小企业以及有效的小企业管理的基本知识进行了介绍。这些基本知识涉及到成长管理、定价、广告、财务分析、记录保持、预算、采购和控制存货、特许经营、融资等方面。本书还提供了有关小企业的特殊方面的有用信息，包括技术、犯罪、保险需求、家族企业、伦理以及全球市场等。

本书是一本不错的小企业管理教材，本书的目标读者包括三类：首先，本书对于授课教授是非常有用的，在每个主题上我们都提供了最新的研究成果；其次，本教材非常适合学生阅



读，全书的主题都采用了一种趣味性的、易于理解的风格来进行表述；最后，在撰写本书时，我们也考虑到了实际生活中小企业的业主经理（owner-manager）们的需要，本书内容涵盖了小企业管理的方方面面，有助于提高他们在工作岗位上管理的有效性。

本书特色

本书具有很多特色，从而使得本书信息量非常丰富，各种资料都是最新的，而且是非常有用的。

全面的组织

本书共分为六篇。第Ⅰ篇对美国的小企业进行了介绍。它解释了小企业的性质、技术革命对小企业的影响、决定新企业成败的因素，以及成功的企业家的特征和家族企业的独特性。

第Ⅱ篇讨论了个人创办小企业的各种不同途径，包括收购一家现有的小企业、成立一个家族企业（home-based business）、从无到有开始创业，或者购买一个特许经营（franchise）。此外，本篇还描述了如何准备一份缜密的商业计划。

第Ⅲ篇讨论了新企业所面临的各种问题。我们的讨论重点放在融资、选址、布局设计、组织的法律形式，以及小企业面临的法律问题。

第Ⅳ篇集中于如何管理小企业的运作。我们把重点放在各种管理过程上面，包括计划、组织、命令和控制。文中也考察了人力资源管理以及小企业成长过程中面临的挑战。最后，还讨论了小企业的国际机遇。

第Ⅴ篇解释了产品和服务是如何营销的，讨论的主题包括市场调研、定价、广告、销售和客户信誉。

第Ⅵ篇探讨的是财务和存货控制问题。它涉及到财务报表、记录保持、财务分析、预算、采购、存货控制、风险管理、犯罪和保险等内容。

本教材在主题组织上，首先介绍小企业的一般性问题，然后探讨单个业主经理的非常具体的需求。与前面的几个版本一样，本书的基本主题是有效性，也就是说，本教材将告诉小企业的业主经理，为了尽可能地降低成本和提高利润，他们应当了解哪些方面的知识。

本书约定

说明：书中采用了很多表格、图表和插图来展示数据、总结信息，以及补充说明重要概念。

黑体字词汇：当介绍和解释关键词汇和概念时，我们采用黑体字的方式进行强调。

学习目标：在每章的开头，我们都明确说明了希望达到的学习目标。在每章学生都将学习识别、定义、描述、讨论并比较小企业管理的基本要件。



本章小结：在每章的最后，我们都对关键主题进行了一个简洁的、逐点详述的小结。

复习和讨论题：在每章的后面，我们都会提出一些与本章主要概念相关的问题。

推荐阅读：书中的脚注给学生提供了很多可供参考的信息源——绝大部分是期刊文章。这些阅读材料可以作为本教材的补充材料，也可以作为撰写项目的信息源。在本书的这个版本中，我们对参考资料进行了严格的更新。

术语表：词汇表对教材中提到的重要术语和概念进行了定义，希望它能够帮助学生掌握小企业业主的语言。

个性化特色

技术前沿：为了促进小企业进行创新和采纳新的技术，在每章中都插入一个成功地采纳新技术的故事。许多故事都是根据《股份公司》(Inc.)、《小企业计算》(Small Business Computing)、《股份公司技术》(Inc. Technology)、《成功》(Success) 和《创业学》(Entrepreneur) 杂志中的实例改编的。

小企业业主备忘录：在每章中，我们都插入了一个简短的信息条目，用来确定那些影响到小企业业主经理的关键问题。这些有用的提示是根据最新的一些出版物改编的，每个“备忘录”条目都与它出现的章节的内容相关。

案例学习：在每章的后面，我们都列举了两个简短的案例学习，学生可以将他们在本章中学到的知识应用到实际问题中。

“您是顾问”案例：同时，在每章的最后还列出了一个标题为“您是顾问”的案例。这些案例中反映的问题更为复杂；它们要求利用到全章所提到的知识以及学生的经验和以前的知识。

完整的商业计划：在本书的最后，我们还提供了两个完整的商业计划，它们是学生分别针对赛马饲养员和一个娱乐中心撰写的。您可以非常方便地找到这两个商业计划，因为在商业计划的每一页上，都有一个彩色的标签。

综合案例：在本教材的每一部分结束时，都列举了一个综合的案例学习，它综合了许多相关章节的主题。这些案例撰写得相当专业，已经受到很多资深案例编写教授的参考。

致谢

我们非常感谢为本书的出版做出贡献的所有人。我们要特别感谢我们的家人，感谢他们对我们

我们的关爱、支持与理解。此外，我们还要感谢给予我们大力帮助的许多同事，特别是 Joyce Elam (佛罗里达州国际大学工商管理学院院长)、Karl Magnusen (佛罗里达州国际大学管理与国际商业系系主任)、Neil A. Palomba (鲍尔州立大学商学院院长) 以及 Ray V. Montagno (鲍尔州立大学管理系系主任)。

我们特别要指出的是，中西部企业教育中心 (Midwest Entrepreneurial Education Center)



的 Barb J. Terlap 准备了每章中的“技术前沿”小插图。感谢她不懈的努力，这些内容给每章增添了不少吸引力。

此外，我们还要感谢中西部企业教育中心的 Maggie A. Ailes，感谢她在文字处理和手稿准备上付出的心血。

我们也要感谢下列教授，他们创作了每部分结尾的综合案例。他们的见解和创造性使得这一版本大为增色。他们是：

Todd A. Finkle，阿克伦大学

Edward C. Martin, Jr，艾欧纳学院

Donald Grunewald，艾欧纳学院

Brian G. Gnauck，北密歇根大学

James W. Camerius，北密歇根大学

James W. Clinton，北科罗拉多大学

Joan Winn，丹佛大学

我们还要感谢我们的审稿人，感谢他们有用的建议。他们是路易斯维尔大学的 Bruce Kemelgor、俄亥俄州州立大学分校的 Gregory Passewitz、鲍德温华莱士大学的 Tom Monroy、格洛斯特郡立学院的 Edward Hambury、宾夕法尼亚州理工学院的 Dennis Williams、乔治敦大学的 Michael Czinkota、路德学院的 Richard Leake、得克萨斯大学的 Frank Hoy、东犹他州学院的 Cary C. Countryman、中密苏里州立大学的 Rodney Sherman 以及埃德蒙斯社区大学的 Gene Malvino。

这些年来，许多学生丰富了我们的生活、教学和我们的著作。如果在这里不提到他们的贡献，那将是我们的疏忽。我们特别要感谢 Melissa J. Schnuck 和 Barb J. Terlap，感谢他们允许我们在书中展示他们的商业计划。

最后，我们要感谢哈考特大学出版社以及榆树街出版服务公司的同事和朋友们，特别是组稿部编辑 John Weimeister、开发部编辑 Jana Pitts、营销战略家 Beverly Dunn、制作部经理 Barrett Lackey、Sue Nodine、Barb Lange 和 Emily Friel。

理查德·M·霍杰茨 (Richard M. Hodgetts)

唐纳德·F·库那科 (Donald F. Kuratko)



目 录

第 I 篇：美国的小企业介绍	(1)
第 1 章 小企业：沉默的巨人	(3)
小企业的性质	(3)
小企业业主：尊敬	(5)
小企业业主与企业家的区别	(6)
小企业：为经济注入活力	(7)
小企业的优势	(10)
小企业的劣势	(12)
小企业的倒闭	(16)
本章小结	(21)
复习与讨论题	(22)
案例学习	(22)
您是顾问	(24)
第 2 章 技术革命与小企业	(27)
互联网与电子商务的出现	(28)
信息技术的发展与进步	(35)
打印、复印机、传真机与扫描仪	(40)
电话技术	(43)



本章小结	(45)
复习与讨论题	(46)
案例学习	(47)
您是顾问	(48)
第3章 理解家族企业	(51)
家族企业的运作	(51)
家族企业的优势与劣势	(52)
家族企业面临的挑战	(55)
制定继任战略	(60)
最后的考虑	(65)
本章小结	(66)
复习与讨论题	(66)
案例学习	(67)
您是顾问	(68)
第I篇案例 Memorial 殡仪馆	(72)
第II篇：进入小企业的机遇	(81)
第4章 制定商业计划	(83)
商业计划的性质	(83)
商业计划的重要性	(84)
什么是商业计划	(85)
商业计划的组成部分	(85)
准备商业计划	(86)
制定商业计划的有用提示	(92)
实际例子	(94)
本章小结	(94)
复习与讨论题	(95)
案例学习	(95)
您是顾问	(97)
第5章 开创新企业或者收购现有企业	(99)
开创一个新企业	(100)
收购一家现有企业	(109)
本章小结	(121)
复习与讨论题	(122)
案例学习	(123)
您是顾问	(124)
第6章 运作一家特许经营企业	(127)
特许经营的性质	(127)



小企业如何进行特许经营	(129)
小企业特许经营的发展情况	(129)
特许经营的优势	(133)
特许经营的劣势	(134)
评价特许经营机会	(137)
特许经营的发展趋势	(144)
特许经营您的企业：特许经营的另一面	(146)
本章小结	(147)
复习与讨论题	(148)
案例学习	(148)
您是顾问	(150)
第7章 开创基于家庭的企业	(153)
一个快速发展的行业	(153)
基于家庭的企业的优势与劣势	(158)
自我管理	(159)
组织办公室	(165)
运作管理	(168)
本章小结	(173)
复习与讨论题	(173)
测试题的答案：基于家庭的企业和您	(174)
案例学习	(174)
您是顾问	(176)
第Ⅱ篇案例 Beano 冰淇淋商店	(179)
第Ⅲ篇：启动事项	(195)
第8章 启动资本的来源	(197)
资本的基本类型	(198)
资本的来源	(200)
小企业管理委员会	(206)
本章小结	(212)
复习与讨论题	(213)
案例学习	(213)
您是顾问	(215)
第9章 确定场所和布局	(217)
场所的重要性	(217)
选择场所的一般因素	(218)
选择场所的特定因素	(219)
租赁与购买的对比	(229)



改造设施	(230)
布局	(231)
本章小结	(236)
复习与讨论题	(236)
案例学习	(237)
您是顾问	(238)
第 10 章 选择组织的法律形式	(240)
简介	(240)
独资企业	(241)
合伙企业	(243)
有限公司	(250)
有限责任公司	(256)
本章小结	(257)
复习与讨论题	(258)
案例学习	(258)
您是顾问	(259)
第 11 章 小企业的法律问题	(262)
合同法	(262)
合同的要点	(263)
担保	(272)
代理法	(276)
破产	(278)
专利、版权和商标	(281)
本章小结	(283)
复习与讨论题	(284)
案例学习	(284)
您是顾问	(286)
第Ⅲ篇案例 哈皮霍洛宠物公墓	(289)
第Ⅳ篇：运作的管理	(297)
第 12 章 管理过程的性质	(299)
什么是管理	(300)
计划	(301)
组织	(305)
指导	(310)
控制过程	(316)
本章小结	(320)
复习与讨论题	(321)



案例学习	(322)
您是顾问	(323)
第 13 章 小企业的人力资源管理	(326)
管理人力资源面临的挑战	(327)
不断增加的法律考虑	(328)
安置职工	(331)
当前人力资源管理实践的状况	(343)
新世纪的关键问题	(345)
本章小结	(348)
复习与讨论题	(349)
案例学习	(349)
您是顾问	(350)
第 14 章 管理成长中的小企业	(353)
小企业特有的管理问题	(354)
成长的关键要素	(356)
企业家向管理者的转变	(358)
小企业中伦理道德的挑战	(360)
伦理实践和行为规范	(362)
社会责任的挑战	(363)
小企业的道德领导	(365)
全面质量管理	(366)
本章小结	(372)
复习与讨论题	(373)
案例学习	(373)
您是顾问	(374)
第 15 章 小企业的国际机遇	(378)
小企业为什么走向国际化	(378)
文化的挑战	(381)
国际市场研究	(387)
出口	(391)
许可和特许经营	(395)
本章小结	(398)
复习与讨论题	(399)
案例学习	(399)
您是顾问	(401)
第 IV 篇案例 Performance Solutions 公司：制定发展战略	(404)



第 V 篇：营销产品和服务	(421)
第 16 章 理解市场	(423)
什么是市场?	(423)
考察当前的细分市场	(428)
市场研究	(432)
本章小结	(436)
复习与讨论题	(436)
案例学习	(437)
您是顾问	(438)
第 17 章 为利润定价	(441)
定价考虑因素	(441)
关键定价因素	(443)
定价策略	(445)
小企业如何定价	(453)
本章小结	(462)
复习与讨论题	(463)
案例学习	(463)
您是顾问	(465)
第 18 章 促销和人员销售	(467)
制定促销计划	(467)
广告和小企业	(468)
宣传和公共关系	(479)
销售准备	(480)
销售培训	(482)
销售心理	(485)
销售过程	(488)
制定并实施促销预算	(489)
本章小结	(492)
复习与讨论题	(492)
案例学习	(493)
您是顾问	(494)
第 19 章 客户信用	(498)
信用和销售	(498)
信用的种类	(499)
有关客户信用的法规	(501)
零售信用	(503)
批发信用	(508)
服务企业信用	(508)



制造企业信用	(509)
本章小结	(511)
复习与讨论题	(511)
案例学习	(512)
您是顾问	(514)
第 V 篇案例 Artistic Impressions 公司：制定企业发展战略	(516)
第 VI 篇：财务和库存控制	(525)
第 20 章 财务报表和账簿保存	(527)
财务报表	(528)
保持正确的记录	(538)
本章小结	(541)
复习与讨论题	(541)
案例学习	(542)
您是顾问	(544)
第 21 章 财务分析和预算	(547)
财务报表分析	(547)
资产负债表分析	(548)
损益表分析	(553)
财务报表分析的局限性	(558)
财务预算	(559)
本章小结	(563)
复习与讨论题	(563)
案例学习	(564)
您是顾问	(567)
第 22 章 采购和库存管理	(570)
采购	(570)
库存控制	(573)
本章小结	(585)
复习与讨论题	(586)
案例学习	(586)
您是顾问	(587)
第 23 章 风险和保险管理	(590)
风险的概念	(591)
犯罪和小企业	(591)
内部犯罪：盗窃	(595)
内部犯罪：贪污和计算机欺诈	(596)
风险管理	(598)

