

小企业管理 ——企业家指南

(第三版)

THIRD EDITION

Small Business Management
An Entrepreneur's Guidebook

[美] William L. Megginson / Mary Jane Byrd / Leon C. Megginson 著
李刚 范存会 俞海 译



麦格劳-希尔教育出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

小企业管理

——企业家指南

(第三版)

Small Business Management
An Entrepreneur's Guidebook
THIRD EDITION

BASO7 / 400P

William L. Megginson
[美] Mary Jane Byrd 著
Leon C. Megginson
李 刚 范存会 俞 海 译



麦格劳-希尔教育出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

北京·BEIJING

William L. Megginson, Mary Jane Byrd, Leon C. Megginson

Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook Three Edition

ISBN: 0-07-234652-3

Copyright © 2000 by the McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Publishing House of Electronics Industry.

本书中文简体字翻译版由电子工业出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司激光防伪标签,无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号: 01-2000-3375

图书在版编目(CIP)数据

小企业管理:企业家指南/(美)梅金森(Megginson, W. L.)等著;李刚,范存会,俞海译.—3版.—北京:电子工业出版社,2002.3

书名原文:Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook Three Edition

ISBN 7-5053-7426-5

I. 小… II. ①梅… ②李… ③范… ④俞… III. 小型企业—企业管理 IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 009458 号

责任编辑:刘宪兰 特约编辑:毛联霞

印刷:北京大中印刷厂

出版发行:电子工业出版社 <http://www.phei.com.cn>

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100026

经销:各地新华书店

开本:787×980 1/16 印张:36.75 字数:699.7千字

版次:2002年3月第1版 2002年3月第1次印刷

印数:5000册 定价:48.00元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。
联系电话:(010)68279077

译 序

20 世纪国际经济的快速增长和科学技术突飞猛进的发展进一步推动了企业的进步和发展,一方面,一些企业在竞争中脱颖而出,发展成为大集团、跨国公司,另一方面,小企业也异军突起,在经济发展中发挥着越来越重要的作用。从纵向发展过程来看,在过去的一个世纪里,小企业数量增长很快,其管理水平、创新能力不断提高。如果进行横向比较,还可以发现,发达国家由于具有良好的经济、社会条件和体制环境,加上创业者良好的自身素质和努力,其小企业的发展水平领先于发展中国家小企业的发展水平,其小企业的管理水平也普遍高于发展中国家小企业的管理水平。

中国自实行改革开放以来,小企业如雨后春笋般地出现、成长和壮大,其数量增长很快。目前在工商机关登记的企业中,99%是中、小企业,它们在产值、利税和就业等方面为中国的经济发展作出了巨大贡献。小企业的数量为什么增长得如此之快呢?原因就在于小企业具有投资少、易组建、易管理和见效快等优势,是许多单枪匹马的创业者成就一番事业的首选途径。人们所熟知的许多知名企业都起家于小企业,在创始阶段,它们都很小,但是经过业主和管理者辛勤地工作、精明地经营和科学地管理,有些已经发展成为规模很大的企业。

每个人都渴望获得巨大的成功,每个人都希望拥有无尽的财富,每个人都想开创自己的事业,但许多人却不知如何才能使梦想变为现实。对于大多数人来说,在创业之初,大企业、大集团只能是可望而不可及的目标,而创建自己的小企业是实现梦想的可行选择。麻雀虽小,五脏俱全,许多人以为小企业很容易管理,因而忽视了对它进行科学管理的重要性,但是这往往会给小企业带来致命打击。好的管理和差的管理会产生截然不同的结果,在相同条件下,管理较好的企业肯定比管理较差的企业更具有竞争力,这意味着科学管理可以提高效率和效益。

从总体分析,中国小企业的管理水平低于发达国家小企业的管理水平,这使小企业的发展受到一定影响,特别是中国加入 WTO 以后的挑战,形势更加严峻,小企业提高管理水平变得更加紧迫,甚至刻不容缓。

本书是美国三位既有坚实的企业管理理论基础,又有丰富的小企业管理实践经验的管理学家的力作,这是第三版。前两版出版后,受到美国高校和企业经营者的青睐。在前两版的基础上,作者根据经济和社会中发生的新变化,吸收了许

多新内容，推出了本书。尽管本书所描述的是美国小企业的经营状况，而且美国的经济、社会、制度和法律环境与中国的现状有一定的差异，但是，随着中国社会主义市场经济体制改革不断深入，市场体制不断完善，其对中国的适用性也会越来越强。

本书全面讲述了人们创建小企业的原因，如何创建小企业，选择哪种组织形式，如何制定企业计划，如何筹集资金，小企业的市场营销，如何进行人力资源管理，财务、计算机在小企业中的应用等许多内容。它可以使企业管理者、创业者、准备创业者对小企业管理的方方面面具有清醒的认识，实在是创业的好帮手。

在阅读本书时应该意识到，因为中国与美国在制度和体制等方面存在着巨大的差异，所以本书所介绍的某些内容不一定与中国的现状完全相符。但是他山之石，可以攻玉，中国的创业者完全可以从中得到启迪和指导，实现创业的梦想。

本书在翻译过程中得到了陈人杰、李丽和张莉的大力帮助，他们对本书进行了认真的校对，在此表示感谢。

由于水平有限，译文不妥或错误之处，敬请读者批评指正。

译 者

2001年9月



献 词

谨以《小企业管理——企业家指南》第三版缅怀我们以前的合著者查尔斯·拉尔夫·斯科特。

我们的朋友和同事——斯科特于1996年10月29日在亚拉巴马州塔斯卡卢萨 DCH 地区医疗中心不幸病逝。追悼会于一周后在联合基督教堂举行。他的遗孀埃迪·M·斯科特、女儿桑迪·斯科特·史密斯、儿子查尔斯·尤金·斯科特和他的兄弟悉尼·斯科特在追悼会后接待了所有前来悼念的朋友。他还有三个孙子克里斯·斯科特、凯文·史密斯和亚历克斯·史密斯。斯科特被安葬在陵墓山公园的家族墓地里。

从康奈尔大学毕业后，斯科特从事企业管理工作，二战期间回到了康奈尔大学工程学院任教并从事 V-12 项目研究。后来又回到塔斯卡卢萨的亚拉巴马大学商业和企业管理学院任教，1980 年退休。

退休后，他又去韩国、新西兰和秘鲁讲学。这些国家的学生和同事在他去世前一直与其保持联系。

斯科特的学术成就卓著。他与别人合著了 11 本管理和计算机方面的书籍，研究并撰写了许多有关企业管理的文章。他是北美案例研究会的名誉会员及其前身——南方案例研究者协会的创始者之一，他还是南方管理协会的主席和名誉会员。

退休后，他放弃了休闲生活，作为退休经理服务协会的一员，他为许多小企业主提供咨询。同时还任职于退休委员会，并在联合基督教堂担任青年班和成人班的教师。

斯科特和埃迪崇尚教育，曾捐款在亚拉巴马大学商学院建立了埃迪·M 和查尔斯·R·斯科特奖学金。

实事求是地讲，查尔斯·拉尔夫·斯科特是一位真正的绅士和学者。他的去世是这本书本版和今后再版的一个损失。



致 谢

衷心感谢我们各自的爱人佩姬、杰丽和乔克莱尔，正是在他们的鼓励、帮助和支持下，我们才顺利地出版了本书。



前 言

无论您是一个小企业主还是一个正在求学将要成为小企业主的学生，21 世纪对小企业来说是一个充满挑战和希望的世纪。自从《小企业管理——企业家指南》第二版问世后，企业家和小企业主的经营环境发生了巨大的变化，而 2000 年后其经营方式还会发生更大的变化。

经营任何企业都会遇到很多困难和挑战，无论是大企业还是小企业，但它也会带给你更有趣味的、创造性的和有益的经验。有迹象表明，新世纪的前一段时间，那些富有挑战精神的、拥有和（或）管理这些重要企业的人们将会遇到前所未有的刺激、挑战和机遇，当然也难免遇到挫折。

成功需要奉献、渴望、知识和辛勤的工作，也需要一定的运气。本书主要介绍成功所需要的基本知识。

学习指南

与第二版相似，《小企业管理——企业家指南》第三版主要介绍构思、筹划、组织和管理一个小企业的非常实用的方法。基于当前的研究、理论和实践，本版通过引用许多企业的实际案例而从“如何去做”的角度出发进行分析。作者也有丰富的作为小企业主、小企业经理或员工的实践经验。

本书探讨了小企业的角色和不断增强着的作用，讨论了支持和反对拥有小企业的各种观点，阐述了筹备、建立、组织和运营小企业的最新观点，解释了小企业如何用得到的有限资源获取最佳收益以及如何规划小企业的增长和持续发展。

每章开始部分的照片案例都是特别有用的案例，它们突出了现实中的企业家的经验。为了全面地了解小企业所面临的问题和经验，有时我们会引用一些小企业的资料、图片和其他案例以提供它们“怎样去做”的经验。本书列出了所涉及的机构的网址。

本书所列的网址是在写作时可用的网址，现在有些或许已经不能使用，但它们为了解在信息高速公路上可以收集到什么类型的信息提供了有益的指导。



本书的结构

第 1 部分 拥有和管理小企业的挑战

本部分重点讨论了以下内容：小企业在美国和世界经济中的作用，企业家和小企业主的主要特征，拥有或不拥有小企业的原因，小企业现在所面临的机遇和挑战以及能够选择的企业组织形式。

第 2 部分 企业的计划与组织

本部分详细解释了以下内容：如何成为一个小企业主，包括如何制定战略计划和经营计划以及不断增加着的特许经营机会；如何准备和制定一个成功的小企业计划，其中提供了一个小企业计划范本以供参考；如何为小企业合理地筹措资金。

第 3 部分 货物和服务的营销

本部分讨论了如何制定生产、销售和分配一种产品或服务的营销战略，包括开发国际市场、营销研究和其他相关活动。

第 4 部分 企业的组织与管理

本部分解释了人力资源在小企业中的重要地位，介绍了如何发现、选拔、培养和补充所需要的高素质员工。读者将学到如何与其他员工及今后所参加的工会进行交流、相互鼓励和保持良好的关系。

第 5 部分 企业的经营

本部分涉及一些重要的经营要素，如企业位置的选择、营业设施的安排、购买和持有存货的确定及可靠的质量管理。

第 6 部分 财务计划和控制

本部分包括：对利润的解释以及如何制定利润计划，如何作经营预算和控制运营，如何处理税收事务和记账，最后介绍了如何用计算机技术和管理信息系统更有效地完成这些工作。此外，对因特网的运行也进行了深入的探讨。

第 7 部分 企业发展的安全保障

本部分介绍了以下内容：如何应用保险和犯罪预防措施进行风险控制，如何应对影响小企业的法律，社会责任、经营道德、家族小企业的作用，如何制定长



期计划，包括税收和地产计划。

第 7 部分之后附有一个如何制定小企业计划的练习。在练习中，将讨论什么是小企业计划以及学习如何制定小企业计划。练习还将指导你根据所提供的案例或你自己的案例来使用其制定你的计划。

学习指导

受“计算机时代”的影响，本书用许多意义深刻的照片、图形、图表以及漫画阐述所讨论的概念。本书从始至终采用了许多实际生活中的案例，同时提供了它们的网址。为了易于辨认，各章的术语和概念都用加黑字体突出显示。书后的“本书词汇注解”也列出了这些术语。

每章都以与内容相称的、能激发思考的引用语开始，同时列出了本章应达到的学习目标。其后是一幅生动的、易于体会的并反映现实存在的企业和其所有者的照片，然后介绍他（她）是如何经营企业的。

每章的结尾部分包括：本章的总结，被称做“本章应该掌握的内容”，该总结有助于复习课程内容，并与本章开始部分的学习目标相对应；检验对本章内容掌握程度的“问题讨论”；两个有助于分析、增强和应用已学知识的有趣的案例。

我们希望《小企业管理——企业家指南》第三版能激发您对小企业的兴趣。同时希望通过学习和讨论照片案例中的那些人的经验，能成为一个更好的小企业主或经理。

教师指南

教师将会发现讲授新版《小企业管理——企业家指南》是一件容易和有趣的事。

第三版的特点包括：简单、清楚和简洁的日常谈话式的写作风格，大量的但各不相同的图片，贯穿全文的、大量的、能加强对基本概念理解的相应案例。本书深入地分析了当前流行的而且令小企业主很感兴趣的话题，如多元化，全球化，提高质量，特许经营，计算机操作，因特网及其对小企业的意义，税收和政府规章，地产计划，道德和社会责任，企业计划，风险管理以及利润计划。分析简洁明了，从而保证了本书的趣味性并使它容易理解。

每章都以富有哲理和智慧的引用语开始，这能激发学生对本章主要概念的兴趣。“学习目标”告诉读者应该从这一章学到什么。这些目标按顺序与该章结尾处的“本章应该掌握的内容”相对应。紧随其后的是一幅照片，这是一个企业及其的所有者或经理的特写。每章的照片案例都是对小企业的有益和生动的描述，



照片描绘了小企业的现实景况，尽管有些已经变成大企业了。照片案例不仅确定了本章的重点和内容，而且是了解企业家的实践经验的基础。

所有各章包含有助于讨论的照片、图形和表格等。照片案例与正文彼此分离，这有助于读者领会所学内容是如何应用于现实的。为了易于辨认，最重要的词语和词组都用加黑字体突出显示，这些术语被列于书后的“本书词汇注解”中。

每章的结尾有很多东西有助于学习。如前面已经提到的与开始部分的学习目标相对应并有助于复习的被称做“本章应该掌握的内容”的总结。可以被用做学生作业、课堂讨论或测试的简短回答和讨论的问题。最后，每章结尾部分的相关并有趣的案例从现实出发帮助学生分析本章的内容。

为了帮助教师准备、讲授和评价这门课程，我们还提供如下教学辅助资料（采用该书作为教材的教师可向 McGraw-Hill 公司北京代表处联系索取教学课件资料，传真：(010) 62638354，电子邮件：webmaster@mcgraw-hill.com.cn）。

教师手册、试题库、幻灯片

教师手册为第三版的每一章提供了一些材料和意见。每章的讨论包括：本章应该掌握的内容及教学建议、讲座提纲、问题讨论和案例习题的答案以及编了号的与结尾应该掌握的内容相对应的学习目标。此外，试题库包括对或错的多项选择题，并附有正确答案。另外还有 150 张正文中图片的幻灯片。

计算机化的试题库

借助能在校园网或因特网上运行的 Brownstone 的 Diploma 97 软件，您能非常方便地制作考试卷。

录像

录像包括两段。第一段描述了公司进行战略管理和长期计划的方法，第二段介绍了公司战略的实现和主要经营哲学。

当前小企业面临的主要问题

我们已经列出了许多小企业主及其经理们在 21 世纪将关注的主题，其中包括税收，企业法，社会责任和管理道德，营销及国际营销，制定企业计划以及计算机技术的应用，特别是因特网的应用。

我们已经从实践和应用导向的角度讨论了以下问题：定位和采购，特别是零售业和服务业；小企业不断扩展的作用；特许经营；多元化；融资渠道。最后，从小企业的角度讨论了企业的功能范围。这些特征使得本书成为一部优秀的、最



新的教材，而且能适应 21 世纪不断变化的环境。

本书的创新之处在于在书的结尾处提供了一个模拟制定成功的企业计划指南，它为制定真正企业计划提供了指导。它也是对第 5 章附录中的企业计划范本的补充。

致谢

我们真诚地感谢那些对本书提供了建议、案例、照片和例证的人们。在每个案例和图片之后都注明了其来源。我们还要感谢那些对本书作出过贡献的教师、企业家、经理、专业人士和北美案例研究会的成员。

我们要特别感谢莫比尔大学的沃尔特斯·H·霍林斯沃思博士，他对本书中的计算机技术和管理信息系统提出了专业建议。我们还要感谢拉根和杰伊·梅金森的研究和写作工作。

感谢国内的同行和以下审稿者对本书提出了有益的评论和建议，他们是：阿比林克里斯琴大学的戴维·L·卡特、乔治华盛顿大学的查尔斯·N·托夫特伊、堪萨斯城堪萨斯社会学院的查尔斯·N·阿姆斯特朗、杜佩奇学院的玛丽·卢·洛克贝、纳索社会学院的理夏德·兰德尔、瓦尔多斯塔州立大学的小弗雷德·A·韦尔博士、布法罗大学的约瑟夫·F·萨拉蒙尼。

我们还要由衷地感谢我们各自的爱人：佩姬·梅金森、杰丽·伯德和乔克莱尔·梅金森。他们的支持、建议和耐心使我们的工作变得轻松。另外，乔克莱尔·梅金森慷慨地为我们提供了计算机、电话、打印机和网络搜索服务。她辅助苏珊·S·巴恩希尔做完了本书的终稿，然后将稿件送交麦格劳-希文教育出版公司。

我们无法表达对苏珊的感激之情，如果没有她的编辑、校对、修订、打字和校编，本书是不可能出版的。她所做的终稿是我们在出版生涯中所见到的最好的。另外，她对本书其他一些附加材料所提出的建议和做的样稿对我们非常有帮助。她对本书的贡献不可估量。

另外还要感谢 J·B·洛克所做的后勤服务，包括复印和把材料送到麦格劳-希尔教育出版公司。感谢玛丽娜·尼曼、迈克·麦科德、埃丽卡·扬、希瑟·斯图尔德、香农·温和莉萨·比维尔在收集材料和其他方面所给予的帮助。

感谢苏珊·黑根、约瑟夫·佩恩和达雷尔·沃尔德罗普在准备第 5 章附录 5-1 中的企业计划范本所提供的帮助。

我们非常感谢盖尔·M·罗斯为教师手册所提供的优秀的、专业的准备工作。这一手册会为教师们提供巨大的帮助。



我们还要感谢麦格劳-希尔教育出版公司对我们的支持。特别感谢本书的编辑小组：主编卡伦·梅隆、市场部经理肯耶塔·贾尔斯·海恩斯和克里斯·威特、助理编辑杰德·埃姆里奇、项目经理玛吉·拉瑟科、高级设计师迈克尔·沃里尔、总监凯里·格尔特梅耶和协调者贝姬·舒斯拉。

最后，向莫比尔大学的以下同仁表示感谢：校长马克·福利博士、学术事务副校长奥德丽·尤班克斯博士、商学院的教务长安妮·洛厄里博士、CPA 的凯茜·邓宁女士。我们还要感谢 J·L·贝德索尔基金对我们的捐助，没有这一资助，我们不能完成这项重要的工作。

读者如果需要我们的帮助，请与我们中的任何一位联系。

William L.Megginson

Mary Janc Byrd

Leon G.Megginson



内 容 简 介

本书从“怎样去做”的角度全面阐述了小企业管理的各种知识，内容丰富，涵盖范围全面，实用性强。书中运用大量实例生动地描述了企业的方方面面，不仅介绍了企业经营中存在的一般性问题，而且介绍了一些容易被忽视的问题。

在本书的开篇部分，作者运用充分的数据，分析介绍了小企业在当代经济社会中所扮演的角色和具有的作用，并分析了创建小企业的原因和可选择的组织形式。然后，作者阐述了如何成为一个小企业主，包括如何制定战略计划和经营计划以及如何利用不断增加着的特许经营机会；如何准备和制定一个成功的小企业计划；如何为小企业合理地筹措资金。此后，本书详细介绍了企业的营销、组织管理、企业的经营和企业财务计划与控制等问题。最后，还分析了企业发展的安全保障，包括如何应用保险和犯罪预防措施进行风险控制以及如何应对影响小企业的法律；小企业的社会责任、经营道德、家族小企业的作用以及如何制定长期计划，包括税收和地产计划等。

本书既可作为高等院校企业管理类专业及相关专业的大专生、本科生的教材或参考书，也可作为管理机构有关人员、企业投资者、经营管理者的培训教材或参考书，同时可作为企业管理业余爱好者了解企业知识的读物。

目 录



第1部分 拥有和管理小企业的挑战

第1章 小企业的作用	2
照片案例 延龄草房 (Trillium House): 一个坐落于蓝岭山脉上的乡村旅馆	3
1.1 现在人们对学习小企业管理很感兴趣	5
1.1.1 小企业的数量正在迅速增加	6
1.1.2 小企业提供了大部分新就业机会	7
1.1.3 公众对小企业的支持	8
1.1.4 高中和大学对小企业的兴趣不断增长	8
1.1.5 个体经营的趋势	11
1.1.6 企业家身份对所有年龄的人都有吸引力	11
1.2 给小企业下定义——不容易的任务	12
1.2.1 什么是“小”	12
1.2.2 风险企业和小企业的区别	13
1.2.3 规模、销售额和就业	14
1.3 小企业的一些特殊贡献	16
1.3.1 激励创新和具有灵活性	16
1.3.2 与顾客和社会保持紧密的联系	17
1.3.3 使较大的企业保持竞争性	17
1.3.4 为员工提供获得全面经验的机会	17
1.3.5 培养风险承担者	17
1.3.6 创造就业	17
1.3.7 为员工提供更大的工作满足感	18
1.4 目前小企业面临的一些问题	18
1.4.1 缺乏资金	18
1.4.2 缺乏管理	18
1.4.3 负担沉重的政府规章和文件	19

1.5 小企业的发展趋势	19
1.5.1 更加多元化的员工结构	19
1.5.2 授权和团队行动	20
1.5.3 爆炸式发展的技术	21
1.5.4 职业和产业转变	22
1.5.5 全球挑战	22
案例 1-1 大洗衣店	24
案例 1-2 休·利想创建企业	25
第2章 小企业的机遇和挑战	27
照片案例 鲍勃和梅·古：在美国干	28
2.1 人们为什么要建立小企业	29
2.1.1 满足个人目标	30
2.1.2 实现企业目标	33
2.1.3 目标的必要结合	34
2.2 成功企业主的特点	34
2.2.1 希望独立	35
2.2.2 有强烈的进取心	35
2.2.3 受到了个人和家庭的激励	35
2.2.4 希望尽快有具体成果	36
2.2.5 能迅速作出反应	36
2.2.6 献身于他们的企业	37
2.2.7 计划和运气对于创建企业同等重要	37
2.3 什么能使管理小企业获得成功	37
2.3.1 提供充足而且明确的市场	38
2.3.2 获得充足的资金	38
2.3.3 有效招纳并使用人才	38
2.3.4 及时获取并使用信息	39
2.3.5 对付政府规章	39
2.3.6 有相关领域的专业知识	39
2.3.7 有效地利用时间	39
2.4 进行个人反省	41
2.4.1 分析你的价值	41
2.4.2 分析你的智力	41
2.4.3 分析你的态度	41

2.5 小企业的机会	43
2.5.1 增长最快的产业有哪些	43
2.5.2 影响产业或企业未来的因素	44
2.5.3 一些对小企业很实用的观点	44
2.6 小企业中不断增长着的女性和其他种族的机会	45
2.6.1 女性的不断增加的机会	45
2.6.2 各种种族的不断增长的机会	47
2.7 小企业主关注的一些领域	51
2.7.1 缺乏计划的增长	51
2.7.2 破产的威胁	52
案例 2-1 朱迪·琼斯的 Try J.广告公司	55
案例 2-2 维克托·K·基阿姆II——作为企业家如何获得成功	56
第3章 企业的组织形式	58
照片案例 亨利·E·克洛斯——所有者、合伙人	59
3.1 选择合适的组织形式	60
3.1.1 考虑因素	61
3.1.2 每种形式的相对重要性	61
3.2 为什么要建立独资企业	62
3.3 为什么要建立合伙企业	63
3.3.1 合伙企业是如何运行的	65
3.3.2 合伙企业的类型	66
3.3.3 合伙人的权力	66
3.4 为什么要组建股份制企业	67
3.4.1 如何组建股份制企业	68
3.4.2 如何管理股份制企业	69
3.4.3 S型股份制企业	70
3.5 其他形式的企业	71
3.5.1 有限责任公司(LLC)	71
3.5.2 合作社	71
3.5.3 合资企业	72
3.6 如何评价企业的组织形式	73
案例 3-1 马丁的家族企业	74
案例 3-2 DB 自行车公司	76