

<<小企业创业管理>>

图书基本信息

书名：<<小企业创业管理>>

13位ISBN编号：9787301128855

10位ISBN编号：7301128851

出版时间：2009-1

出版时间：北京大学出版社

作者：（美）卡茨，格林 著，韩良智，刘明珠 译

页数：719

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<小企业管理>>

### 前言

许多人的心中都有一个美好的梦想，即创办经营一个属于自己的企业。

创业无论对于创业者个人还是对于整个社会都具有重要意义。

对个人来说，创业者在创业的过程中可以充分发挥自己的特长和潜能，按照最适合自己的方式灵活地调整生活结构，把命运掌握在自己手中。

成功的创业者可以从自己拥有的企业中获得丰厚的报酬，从而既可以获得物质财富又能够得到精神上的满足；遇到挫折的创业者通过面对挑战以及在战胜挑战的过程中吸取经验和教训，可以学到更多的知识，使自己更快地成长。

因而，创业是实现人生价值、把握人生航向的一种重要手段。

从社会角度来看，创业是驱动创新、促进经济增长的发动机，是推动社会进步和人类发展的一种有效途径。

， 当今社会，创业已成为一种时尚，而创办中小企业则成为人们创业的一种主要选择形式，其主要原因有以下几个方面。

第一，很多创业者在创业之初可以利用的资金往往很有限，只能从创办小企业开始起步。

小企业由于规模小，所需创业资金少，投资风险较低，具有易于创办、投资回收期短、见效快以及经营机制灵活、易于适应市场需求的变化等特点，必然受到众多创业者的青睐。

第二，很多创业者在创业经营的过程中更为注重的是追求灵活性方面的回报，创办经营的小企业一般会保持在业主感到个人能够舒适地控制的规模。

如果有了很好的机遇，创业者当然也会考虑使企业发展壮大，否则，他们会使企业保持小规模经营，为所在的社区或大企业提供服务。

事实上，小企业在为其所在的社区和大企业提供服务方面可以发挥的重要作用不容忽视。

没有小企业提供的服务，社区内很多客户的需求将不能得到很好的满足。

小企业在各国的经济发展中都起着大企业不能替代的作用。

几乎每一个大的企业在开始创办之时都是一个小企业。

而在当今不断降低成本以及全球化竞争的环境下，已经成长为巨人的大企业往往要将核心业务以外的其他业务外包给小企业，因为在小企业中经常存在最好的专家、最好的服务或者有时甚至是最好的价格。

从很多种不同的服务到新产品研发，大企业往往都会越来越多地依赖于小企业才能完成其任务。

通常需要有许许多多小企业的支持，才能使大企业的经营事业进行下去。

因此，创业者通过小规模地经营企业也能够获得很好的回报。

## <<小企业管理>>

### 内容概要

本书是为那些胸怀大志、准备创办经营小企业的人们精心设计的一本介绍创业者所必须掌握的基本知识和实用技能的书籍。

本书具有以下几方面的特点：（1）内容丰富。

本书的内容涵盖了创办和经营小企业所涉及的基本知识和各种问题。

包括创办小企业的机会与回报、小企业的道德观念问题、小企业中的企业家的特点和资格条件等；在小企业所涉及的各种实际问题部分所介绍的内容主要包括小企业的产品定价、促销、会计与财务管理，资产与运营管理、风险管理等。

（2）通俗易懂。

作者以明白流畅的语言、深入浅出的讲解、生动活泼的案例和许多精妙的实例将创业者所必须掌握的基本理论、基本方法和实用技能娓娓道来，使那些没有多少经营管理理论知识的读者也能轻松地理解书中介绍的内容。

（3）注重实用。

本书的两位作者不仅具有丰富的教学经验，而且还具有创办和经营小企业方面的实际经验，因此，全书侧重于对读者实际能力的培养，从实际出发，重点介绍读者可能会实际创办的小企业以及小企业的业主们每天都要面对的各种现实问题。

（4）形式多样。

本书每章的开篇都从一个案例故事开始，引领读者进入本章主题内容的学习过程。

在各章的正文中，穿插一些与本章的主题内容紧密相关的技能模块、企业家思考、小企业洞察等栏目，启发读者去关注、思考和探索小企业在实践中会遇到的更为复杂的一些实际问题。

## <<小企业管理>>

### 作者简介

季洛姆·A.卡茨 (Jerome A. Katz)，圣路易斯大学约翰库克商学院企业家协会克尔曼基金会的主席。以前他在库克商学院拥有玛丽·路易斯·默里授予的管理学教授头衔，到圣路易斯大学之前，他是宾夕法尼亚大学沃顿商学院的管理学助教。卡茨拥有密歇根大学组织心理学的博士学位，

<<小企业管理>>

书籍目录

第一部分 企业家、初步想法与计划：小企业基础知识 第1章 小企业：机会与回报 第2章 小企业的道德观念：取得长期成功的关键 第3章 小企业中的企业家：特点与资格条件 第4章 小企业创意：创造性、机遇和可行性 第5章 进入小企业：兼职企业家的成功之路 第6章 进入小企业：全职企业家的成功之路 第7章 小企业战略：迂回模仿 第8章 商业计划：清楚地了解你的听众和你的企业 第二部分 小企业的市场营销 第9章 小企业营销：产品和定价策略 第10章 小企业促销：在你企业的市场中吸引客户的目光 第11章 小企业的分销与选址 第12章 营销计划：描述你将怎样实现销售 第三部分 小企业的资金、会计与财务 第13章 小企业会计：预计与评估业绩 第14章 现金：企业生存必需的血液 第15章 小企业融资：利用权益、负债和捐赠融资 第16章 小企业保护：风险管理与保险 第17章 资产：存货与运营管理 第四部分 小企业的管理和组织 第18章 法律专题：了解你的小企业需求 第19章 人力资源管理：小企业应考虑的因素 第20章 在小企业中取得成功附录A 小企业咨询——小企业研究所及其他机构附录B 简业的商业计划词汇表注释

## <<小企业管理>>

### 章节摘录

第一部分 企业家、初步想法与计划：小企业基础知识 第1章 小企业：机会与回报 1.1 创办小企业过程中帮助的作用 学习目标01 理解美国小企业的概念。

阿伦的故事说明了一个简单的道理：你可以创办一个小企业（small business），而你所拥有的知识会对你有所帮助。

阿伦以正确的方式做到了这一点。

做研究、订计划、建网站并在需要的时候寻求帮助。

通过将这本书读给你班里的学生听，你也是在以一种正确的方式接近小企业，而这会使一切变得有所不同。

通过学习一门有关小企业或企业家方面的课程，你会在取得成功的可能性方面显示出很大的不同。

在任何时候，大约都有一半的美国成年人考虑自己创办小企业，但是，每11个想要创办小企业的人里，只有1个人实际创办了企业。

2 尽管这个比例如此之低，但是在美国每年还是有100多万个新企业建立。

3 从只有想法到付诸实践，人们需要克服两个障碍。

第一个障碍是从不采取任何行动到采取行动。

根据斯坦福大学格里·萨兰西克（Gerry Salancik）和鲍勃·萨顿（Bob Sutton）教授的研究，4 不采取行动是大部分人的一种自然状态，潜在的企业家（entrepreneurs）也不例外。

在七个想要创办企业的人中，只有一个人（大约占人口总数的1%）做了一些努力将其想法转变成现实。

读一本书，或者更好一点，听一门课，会使你在跨越不采取行动这个障碍方面迈出很大的一步。

第二个障碍是要采取正确的行动。

你需要确定为了创办一个企业你需要做些什么——怎样去做你所需要做的事情。

“技能模块1-1”会帮助你学到更多有关这些方面的知识。

小企业以及企业家方面的课程或专家的咨询建议可以帮助你获得所需要的知识。

你要学的课程以及像本书这样的教科书的目标，就是让你获得成功所需要的信息。

我们相信这样的帮助会对你有所裨益。

<<小企业管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>