

图书基本信息

书名：<<小企业管理:企业家指南(第3版) (平装)>>

13位ISBN编号：9787505374263

10位ISBN编号：7505374265

出版时间：2002-03-01

出版时间：电子工业出版社

作者：Megginson,W.L.

页数：557

字数：699700

译者：梅金森

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>

## 内容概要

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。

书籍目录

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

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

1.1 现在人们对学习小企业管理很感兴趣

1.1.1 小企业的数量正在迅速增加

1.1.2 小企业提供了大部分新就业机会

1.1.3 公众对小企业的支持

1.1.4 高中和大学对小企业的兴趣不断增长

1.1.5 个体经营的趋势

1.1.6 企业家身份对所有年龄的人都有吸引力

1.2 给小企业下定义——不容易的任务

1.2.1 什么是“小”

1.2.2 风险企业和小企业的区别

1.2.3 规模、销售额和就业

1.3 小企业的一些特殊贡献

1.3.1 激励创新和具有灵活性

1.3.2 与顾客和社会保持紧密的联系

1.3.3 使较大的企业保持竞争性

1.3.4 为员工提供获得全面经验的机会

1.3.5 培养风险承担者

1.3.6 创造就业

1.3.7 为员工提供更大的工作满足感

1.4 目前小企业面临的一些问题

1.4.1 缺乏资金

1.4.2 缺乏管理

1.4.3 负担沉重的政府规章和文件

1.5 小企业的发展趋势

1.5.1 更加多元化的员工结构

1.5.2 授权和团队行动

1.5.3 爆炸式发展的技术

1.5.4 职业和产业转变

1.5.5 全球挑战

案例1-1 大洗衣店

案例1-2 休·利想创建企业

第2章 小企业的机遇和挑战

照片案例 鲍勃和梅·古:在美国干

2.1 人们为什么要建立小企业

2.1.1 满足个人目标

2.1.2 实现企业目标

2.1.3 目标的必要结合

2.2 成功企业主的特点

2.2.1 希望独立

2.2.2 有强烈的进取心

2.2.3 受到了个人和家庭的激励

- 2.2.4 希望尽快有具体成果
- 2.2.5 能迅速作出反应
- 2.2.6 献身于他们的企业
- 2.2.7 计划和运气对于创建企业同等重要
- 2.3 什么能使管理小企业获得成功
  - 2.3.1 提供充足而且明确的市场
  - 2.3.2 获得充足的资金
  - 2.3.3 有效招纳并使用人才
  - 2.3.4 及时获取并使用信息
  - 2.3.5 对付政府规章
  - 2.3.6 有相关领域的专业知识
  - 2.3.7 有效地利用时间
- 2.4 进行个人反省
  - 2.4.1 分析你的价值
  - 2.4.2 分析你的智力
  - 2.4.3 分析你的态度
- 2.5 小企业的机会
  - 2.5.1 增长最快的产业有哪些
  - 2.5.2 影响产业或企业未来的因素
  - 2.5.3 一些对小企业很实用的观点
- 2.6 小企业中不断增长着的女性和其他种族的机会有
  - 2.6.1 女性的不断增加的机会
  - 2.6.2 各种种族的不断增长的机会
- 2.7 小企业主关注的一些领域
  - 2.7.1 缺乏计划的增长
  - 2.7.2 破产的威胁

案例2-1 朱迪·琼斯的Try J.广告公司

案例2-2 维克托·K·基阿姆——作为企业家如何获得成功

### 第3章 企业的组织形式

照片案例 亨利·E·克洛斯——所有者、合伙人

- 3.1 选择合适的组织形式
  - 3.1.1 考虑因素
  - 3.1.2 每种形式的相对重要性
- 3.2 为什么要建立独资企业
- 3.3 为什么要建立合伙企业
  - 3.3.1 合伙企业是如何运行的
  - 3.3.2 合伙企业的类型
  - 3.3.3 合伙人的权力
- 3.4 为什么要组建股份制企业
  - 3.4.1 如何组建股份制企业
  - 3.4.2 如何管理股份制企业
  - 3.4.3 S型股份制企业
- 3.5 其他形式的企业
  - 3.5.1 有限责任公司(LLC)
  - 3.5.2 合作社
  - 3.5.3 合资企业
- 3.6 如何评价企业的组织形式

案例3-1 马丁的家族企业

案例3-2 DB自行车公司

第2部分 企业的计划与组织

第4章 怎样成为小企业主

照片案例 雷·克罗克——特许经营之父

4.1 你自己如何组建企业

4.2 寻找有市场的产品

4.2.1 如何确定产品

4.2.2 选择要组建的企业

4.3 研究产品市场

4.3.1 获取市场信息的方法

4.3.2 研究市场的方法

4.4 决定是建立新企业还是购买旧企业或购买特许经营权

4.4.1 建立新企业吗

4.4.2 购买企业

4.4.3 购买特许经营权

4.5 不断增加的特许经营机会

4.5.1 什么是特许经营

4.5.2 特许经营的规模

4.5.3 特许经营体系的类型

4.6 特许经营的重要性为什么上升

4.6.1 目前的快速增长

4.6.2 迅速增长的原因

4.7 怎样寻找合适的特许经营权

4.7.1 了解特许经营能为你做些什么

4.7.2 调查特许协议

4.7.3 寻求专业咨询

4.7.4 弄清楚你的法律和道德权利

4.8 特许经营的未来

4.8.1 预计将要增长的领域

4.8.2 预计将要增长的其他领域

4.8.3 全球特许

4.8.4 少数民族拥有的特许经营

4.9 把梦想变为现实

案例4-1 蒂姆·刘易斯找到了生财之道

案例4-2 拉·范·霍金斯：城市企业家

第5章 计划在组建和管理小企业中的作用

照片案例 萨姆和特里萨·戴维斯在做他们的“家庭作业”

5.1 为什么计划对小企业如此重要

5.1.1 小企业主为什么要制定计划

5.1.2 小企业主为什么忽视了计划

5.2 战略计划的作用

5.2.1 使命和目标

5.2.2 战略

5.3 经营计划的作用

5.3.1 制定制度、方法、程序和预算

- 5.3.2 计划经营企业
- 5.4 财务计划的作用
  - 5.4.1 估计收入和成本
  - 5.4.2 估计原始投资
  - 5.4.3 确定资金来源
- 5.5 企业计划在战略计划和经营计划中的作用
  - 5.5.1 计划的目的
  - 5.5.2 计划应该包括的内容
- 5.6 制定计划
  - 5.6.1 计划应该由谁制定
  - 5.6.2 确定行动步骤
- 5.7 计划的组成要素
  - 5.7.1 封面
  - 5.7.2 摘要
  - 5.7.3 目录
  - 5.7.4 企业(或推荐企业)的历史背景
  - 5.7.5 企业说明
  - 5.7.6 市场定位
  - 5.7.7 产品说明
  - 5.7.8 管理结构
  - 5.7.9 目标
  - 5.7.10 财务数据
  - 5.7.11 附录
- 5.8 计划的陈述
  - 5.8.1 撰写企业计划
  - 5.8.2 书面表达/宣讲
- 5.9 实施计划
- 5.10 企业计划范本
- 附录5-1 企业计划范本:商务中心
  - 附录(1) 主要负责人的简历
  - 附录(2) 旅馆分布图
  - 附录(3) 竞争对手分布图
  - 附录(4) 地区人口
  - 附录(5) 经济指标
  - 附录(6) 价格表
  - 附录(7) 贷款偿还时间表
  - 附录(8) 三年预计现金流量表
  - 附录(9) 三年预计损益表
  - 附录(10) 根据预测比率所制定的三年预计资产负债表
  - 附录(11) 生产布局
- 第6章 获得充足的资金
- 照片案例 罗伊·摩根——航空医疗运输服务的先行者
  - 6.1 估计资金需求
    - 6.1.1 应遵循的原理
    - 6.1.2 运用现金预算
    - 6.1.3 使用股本和债务资金的原因
    - 6.1.4 股本资金的作用

- 6.1.5 债务资金的作用
- 6.2 债务证券和股份证券的类型
  - 6.2.1 股票证券
  - 6.2.2 债务证券
- 6.3 股本的筹集渠道
  - 6.3.1 所有者自己
  - 6.3.2 小企业投资公司 (SBIC)
  - 6.3.3 风险投资家
  - 6.3.4 天使投资者
  - 6.3.5 其他渠道
- 6.4 债务资金的来源
  - 6.4.1 商业信用
  - 6.4.2 商业和其他金融机构
  - 6.4.3 小企业管理局 (SBA)
  - 6.4.4 小企业投资公司 (SBIC)
  - 6.4.5 美国农业部 (USDA)
- 6.5 贷方考虑什么
- 案例6-1 埃拉·威廉斯:自己干
- 案例6-2 J&J计算机公司:依靠公众
- 第3部分 货物和服务的营销
- 第7章 制定营销战略
- 照片案例 BSI:销售服务
- 7.1 营销理念
  - 7.1.1 满足顾客的需求
  - 7.1.2 实施营销理念
  - 7.1.3 确立竞争优势
- 7.2 运用市场调研来贯彻营销理念
  - 7.2.1 市场调研如何帮助企业进行市场营销
  - 7.2.2 如何进行市场调研
  - 7.2.3 使用计算机数据库
- 7.3 制定营销战略
  - 7.3.1 确定目标
  - 7.3.2 选择目标市场
  - 7.3.3 制定有效的营销组合战略
- 7.4 产品的生命周期
  - 7.4.1 产品生命周期的阶段
  - 7.4.2 产品组合
- 7.5 包装
- 7.6 产品定价
  - 7.6.1 制定定价政策
  - 7.6.2 小企业如何定价
  - 7.6.3 定价的其他方面
- 7.7 服务的营销战略
  - 7.7.1 服务企业的本质
  - 7.7.2 不同服务之间的差别
  - 7.7.3 制定服务营销战略
- 7.8 实施营销战略

7.8.1 投入阶段

7.8.2 增长阶段

案例7-1 帕克维药店 ( Parkview Drug Store ) : 增进 “ 个人交往 ”

案例7-2 埃金的草坪修理服务中心

第8章 产品促销和销售

照片案例 斯普林代尔旅游公司 ( Springdale Travel, Inc. )

8.1 选择一个销售渠道

8.1.1 选择销售渠道时应考虑的因素

8.1.2 消费品的销售渠道

8.1.3 工业品的销售渠道

8.2 通过中间商销售

8.2.1 经纪人

8.2.2 代理人

8.2.3 批发商

8.2.4 零售商

8.3 利用你的销售人员销售商品

8.3.1 销售员销售

8.3.2 创造性销售过程的组成

8.3.3 富有创造精神的销售员的特征

8.4 广告

8.4.1 广告的类型

8.4.2 制作广告节目

8.5 销售规划、促销和宣传

8.5.1 销售规划

8.5.2 促销

8.5.3 宣传

8.5.4 考虑种族差别

8.6 在全球市场中的商机

8.6.1 小企业的进口

8.6.2 小企业的出口

8.7 销售

8.7.1 储存

8.7.2 订货程序

8.7.3 运输

8.8 信用管理

8.8.1 付款方式

8.8.2 制定信用制度

8.8.3 实施信用制度

8.8.4 信用风险分类

8.8.5 调查客户的信誉

8.8.6 建立收账程序

案例8-1 使你的商店与顾客在一起

案例8-2 克拉克国际复印机企业在中国的经历

第4部分 企业的组织与管理

第9章 人力资源管理与小企业的分工

照片案例 玛丽·H·帕特里奇和迈克尔·利维: 小企业也可以合并

9.1 人力资源计划

- 9.1.1 决定所需员工的类型
- 9.1.2 开发新的员工来源
- 9.2 招募并选择新员工
  - 9.2.1 招募员工的办法
  - 9.2.2 选择合适员工的方法
- 9.3 对员工的培训和开发
  - 9.3.1 培训非管理员工的方法
  - 9.3.2 培训的外部帮助
- 9.4 选择和培育管理人员
  - 9.4.1 选择管理者
  - 9.4.2 培育管理者
- 9.5 遵守平等雇工原则 (EEO)
  - 9.5.1 平等雇工法
  - 9.5.2 执行平等雇工法
- 9.6 对员工的补偿
  - 9.6.1 相关法律
  - 9.6.2 确定工资率
  - 9.6.3 利用金钱激励
  - 9.6.4 对管理人员和专业人员的补偿
- 9.7 为员工提供福利
  - 9.7.1 法律要求的福利
  - 9.7.2 其他一些较流行的福利
  - 9.7.3 福利的灵活方法
- 9.8 保护员工的健康和安全
  - 9.8.1 影响员工健康和安全的因素
  - 9.8.2 《职业安全与健康法案》的作用
  - 9.8.3 环境保护
- 案例 9-1 萨普雷姆铅制品和热力公司 (Supreme Plumeing and Heating Company) : 哪里有员工
- 案例 9-2 萨姆·索耶案例
- 第10章 与员工及其代表保持联系
- 照片案例 卡西·安迪生-贾尔期: 成功的激励者
- 10.1 建立组织结构
  - 10.1.1 一些基本的组织概念
  - 10.1.2 小企业的一些组织问题
  - 10.1.3 组织小企业的一些办法
  - 10.1.4 制定组织结构图
  - 10.1.5 利用分组管理改善业绩
- 10.2 小企业需要好的人际关系
- 10.3 尝试有效的领导
- 10.4 与员工和其他人交流
  - 10.4.1 交流时发生了什么
  - 10.4.2 有效交流的障碍
  - 10.4.3 如何改进交流
- 10.5 激励员工
  - 10.5.1 什么是激励
  - 10.5.2 为什么要激励员工

- 10.5.3 如何激励员工
- 10.5.4 改进激励的一些实际行动
- 10.5.5 金钱有激励作用吗
- 10.5.6 激励不仅是技术
- 10.6 评价员工的表现
- 10.7 劝告有问题的员工
  - 10.7.1 与工作有关的劝告
  - 10.7.2 需要劝告的个人问题
  - 10.7.3 处理员工的抱怨
- 10.8 强制性的纪律
  - 10.8.1 鼓励自律
  - 10.8.2 利用积极的纪律
  - 10.8.3 如何合法地约束员工
- 10.9 对付工会
  - 10.9.1 支配工会—管理关系的法律
  - 10.9.2 工会参与后,会有什么后果
  - 10.9.3 谈判
  - 10.9.4 遵守协议
- 10.10 解雇员工

案例10-1 人事政策帮助了因特麦迪克 (Intermatic) 公司的发展

案例10-2 卡洛斯扩大了他的企业

## 第5部分 企业的经营

### 第11章 地点的确定和对设备的投资

照片案例 奥克伍德饭店 (Oakwood Inn) : 它的位置、位置、位置

- 11.1 建立经营体系
  - 11.1.1 什么是经营体系
  - 11.1.2 经营体系的运作
  - 11.1.3 如何开始经营
- 11.2 选择合适的地点
  - 11.2.1 为什么选择合适的地点如此重要
  - 11.2.2 影响地点选择的一些重要因素
- 11.3 选择零售店地点
  - 11.3.1 商店的种类
  - 11.3.2 地点的种类
- 11.4 选择厂房地地点
- 11.5 物质设施计划
  - 11.5.1 决定需要销售的产品以及生产该产品的数量
  - 11.5.2 确定要执行的操作和行动
  - 11.5.3 决定所需的空间
  - 11.5.4 远程办公如何影响所需的物质设备
  - 11.5.5 决定最好的物资安排和最有效率的设备布局
  - 11.5.6 实施计划
- 11.6 如何改进经营
  - 11.6.1 提出问题
  - 11.6.2 搜集并记录信息
  - 11.6.3 开发并分析其他方案
  - 11.6.4 选择、设置并执行新的工作方法

11.7 设置和利用操作标准

案例11-1 洛矶山脉的远程办公

案例11-2 内尔·希尔：购物业的冒险

第12章 采购、存货和质量控制

照片案例 安德斯书店(ABS, Anders Book Store)：应付数百个供货者

12.1 采购的重要性

12.1.1 采购包括哪些含义

12.1.2 采购为什么如此重要

12.2 将采购任务安排给一个人

12.3 选择恰当的供货者

12.3.1 供货者的种类

12.3.2 利用少数几家还是多家供货商

12.3.3 考察潜在的货源

12.3.4 评价供应商的业绩

12.4 评价一个采购程序是否有效率的步骤

12.4.1 必要的商品和服务

12.4.2 制定并发出采购订单

12.4.3 支付满意的价格

12.4.4 获得物资

12.4.5 计算机用于进货和库存管理

12.5 控制存货

12.5.1 存货的作用

12.5.2 存货的种类

12.5.3 混合存货

12.5.4 保持存货的成本

12.5.5 决定何时下订单

12.5.6 决定订货数量

12.6 经营计划和控制

12.6.1 处理需求的变化

12.6.2 经营时间的安排

12.6.3 经营控制

12.7 质量和质量控制

12.7.1 什么是质量

12.7.2 提高和控制质量

案例12-1 通用车队服务公司(UFS, Universal Fleet Services, Inc.)：

销售一种独特的服务

案例12-2 埃迪企业(Eddie & Company)：超越有关的限制

第6部分 财务计划和控制

第13章 利润计划

照片案例 利润是什么

13.1 什么是利润计划

13.2 企业的财务状况如何改变

13.2.1 跟踪企业财务状况的变化

13.2.2 会计的重要性

13.3 什么是企业的财务结构

13.3.1 资产

13.3.2 负债

- 13.3.3 所有者权益
- 13.4 企业的获利活动
  - 13.4.1 收入和成本
  - 13.4.2 利润
- 13.5 如何制定小企业的利润计划
  - 13.5.1 利润计划的必要性
  - 13.5.2 制定利润计划的步骤
  - 13.5.3 客观地对待利润计划的必要性
- 13.6 一个典型小企业的利润计划
  - 13.6.1 第1步：确定利润目标
  - 13.6.2 第2步：确定计划销售量
  - 13.6.3 第3步：估计计划销售量所需的支出
  - 13.6.4 第4步：确定估计的利润
  - 13.6.5 第5步：比较估计利润和利润目标
  - 13.6.6 第6步：列出可能的备选方案，提高利润
  - 13.6.7 第7步：确定随着销售数量的变化，成本如何变化
  - 13.6.8 第8步：判断利润如何随着销售量变化
  - 13.6.9 第9步：从利润角度分析备选方案
  - 13.6.10 第10步：选择方案并执行计划
- 案例13-1 艾琳·多尔西和小沃尔特·希尔：利用财务计划
- 案例13-2 现金预算的必要性
- 第14章 企业运营的预算和控制及税务
  - 照片案例 赫尔曼·J·拉塞尔：准时和控制预算
  - 14.1 控制的内涵
    - 14.1.1 控制的作用
    - 14.1.2 控制的步骤
    - 14.1.3 建立行动标准
  - 14.2 有效控制系统的特征
  - 14.3 运用预算来阐明标准
    - 14.3.1 预算类型
    - 14.3.2 制定运营预算
    - 14.3.3 制定现金流量预算
    - 14.3.4 制定现金预算的程序
  - 14.4 运用预算控制
    - 14.4.1 控制赊销、账款回收和应收账款
    - 14.4.2 预算控制的其他类型
    - 14.4.3 运用审计控制预算
  - 14.5 获得和运用绩效信息以达到控制的目的
    - 14.5.1 获得信息
    - 14.5.2 比较实际绩效和绩效标准
    - 14.5.3 确定绩效低下的原因
  - 14.6 评估企业的财务状况
  - 14.7 一些重要的比率及其含义
    - 14.7.1 利润是否令人满意
    - 14.7.2 资产是否盈利
    - 14.7.3 企业是否有偿债能力
    - 14.7.4 企业资产状况如何

- 14.7.5 企业所有者的净资产状况是否令人满意
- 14.7.6 财务比率之间紧密关联
- 14.8 美国的税收制度
  - 14.8.1 谁付税
  - 14.8.2 税收如何影响小企业
  - 14.8.3 获取专业援助
  - 14.8.4 税的类型
- 14.9 对企业的课税
  - 14.9.1 与企业经营权有关的税费
  - 14.9.2 消费税和无形资产税
  - 14.9.3 州和地方对企业收入的课税(销售和使用税)
  - 14.9.4 联邦、州和地方的收入税
  - 14.9.5 企业的组织形式如何影响税收
  - 14.9.6 联邦企业收入税
- 14.10 与就业有关的税
  - 14.10.1 代扣收入税
  - 14.10.2 社会安全/医疗税
  - 14.10.3 失业补偿保险
  - 14.10.4 员工补偿
- 14.11 所有者支付的个人所得税
  - 14.11.1 对从企业提取的现金课税
  - 14.11.2 对出售企业获得的收入课税
- 14.12 税务记录和税务报告
  - 14.12.1 保留税务记录
  - 14.12.2 税务报告
- 案例 14-1 主题餐馆(Theme Restaurants)
- 案例 14-2 如何处理现金流量问题
- 第15章 在小企业中应用计算机技术
- 照片案例 汤姆·威廉斯辍学后开始其令人兴奋的计算机事业
- 15.1 信息在小企业中的作用
- 15.2 管理信息系统(MIS)的要素
  - 15.2.1 需要何种信息
  - 15.2.2 信息流的时限
  - 15.2.3 选择管理信息系统
- 15.3 计算机在企业中的作用
  - 15.3.1 计算机在企业中的早期应用
  - 15.3.2 微型计算机——面向小企业的计算机
  - 15.3.3 笔记本电脑
  - 15.3.4 小企业中应用计算机的优缺点
- 15.4 因特网时代
  - 15.4.1 何谓“因特网”
  - 15.4.2 如何利用因特网
  - 15.4.3 万维网
  - 15.4.4 网络上的商业经营
- 15.5 计算机技术应用带来的潜在问题
  - 15.5.1 网络安全
  - 15.5.2 “千年虫”问题

15.5.3 应用计算机技术的反对者

15.5.4 软、硬件的选择和技能培训

15.6 管理信息系统中的财务系统

15.6.1 销售

15.6.2 现金的收入与支出

15.6.3 应收账款

15.6.4 应付账款

15.6.5 存货清单

15.6.6 成本

15.6.7 财务报表

案例15-1 为军队开发专用计算机的赫尔曼·瓦伦丁

案例15-2 自助快餐店

第7部分 企业发展的安全保障

第16章 风险管理、保险和犯罪预防

照片案例 特殊的企业家：杰弗里·F·范·佩滕

16.1 风险和它的应对

16.1.1 风险的类型

16.1.2 应对风险的方法

16.2 通过保险来降低风险造成的损失

16.2.1 保险项目分类

16.2.2 如何选择合适的保险公司

16.3 保护员工和资产的犯罪预防

16.3.1 持械抢劫

16.3.2 盗窃

16.3.3 白领犯罪

16.3.4 信息安全

16.4 制定防范措施以保护员工的安全

案例16-1 避免使用盗版软件

案例16-2 货物清点与账目核对

第17章 企业与政府间的关系和商业道德

照片案例 蔡纳殡仪馆 (Zeiner Funeral Homes)

17.1 理解法律环境

17.2 与小企业有关的基本法规

17.2.1 《统一商法》

17.2.2 民事侵权行为

17.2.3 破产

17.3 政府对小企业的扶持

17.3.1 小企业管理局 (SBA)

17.3.2 美国商业部

17.3.3 其他政府机构

17.4 应付政府法规和文件

17.4.1 与管理机构的交往

17.4.2 政府法规带来的好处

17.4.3 政府法规存在的问题

17.4.4 小企业主如何应对政府法规

17.4.5 应对行业规范

17.5 律师的选择和使用

- 17.5.1 律师的选择
- 17.5.2 律师的使用
- 17.6 社会职责和职业道德
  - 17.6.1 社会职责
  - 17.6.2 职业道德
- 案例17-1 捐助计划
- 案例17-2 怎么办
- 第18章 家族企业：为未来作规划
- 照片案例 简·韦勒——一位开创导游业务的女企业家
- 18.1 家族企业的角色
  - 18.1.1 家族与企业
  - 18.1.2 家族成员的相互影响
  - 18.1.3 家族方面的限制
  - 18.1.4 家族的资源
  - 18.1.5 为下一代进入企业作准备
- 18.2 培养家族企业的继任者
  - 18.2.1 为什么继任是一个问题
  - 18.2.2 一个被忽略的问题
- 18.3 提前计划
  - 18.3.1 突然离任
  - 18.3.2 计划离任
  - 18.3.3 将企业卖给家族成员
  - 18.3.4 将企业卖给外人
  - 18.3.5 让过渡更容易
- 18.4 纳税和不动产计划
  - 18.4.1 纳税计划
  - 18.4.2 不动产计划
- 18.5 使纳税最少的不动产计划
  - 18.5.1 不动产计划的问题
  - 18.5.2 制定不动产计划的方法
- 案例18-1 女婿的故事
- 案例18-2 选择继承人
- 企业计划手册的制定
- 本书词汇注解

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>