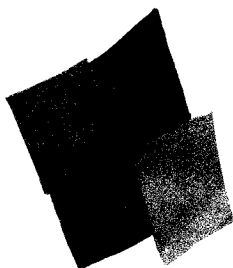


乡镇企业干部必读

竹德操 主编



贵州人民出版社

责任编辑 施福根

封面设计 黄小祥

乡镇企业干部必读

竹德操 主编

贵州人民出版社出版发行

(贵阳市延安中路8号)

贵州新华印刷厂印刷 贵州省新华书店经销

787×1092毫米 32开本 28.5印张 617千字

1989年8月第1版 1989年8月第1次印刷

印数1——6,700

ISBN 7-221-01075-7

F·29 定价：平装 9.30 元
精装 11.00 元



前 言

发展乡镇企业是建设中国式社会主义现代化国家的特色之一。乡镇企业已经成为我国经济建设中的一支重要力量。乡镇企业在满足人民需要，出口创汇，帮助农民富裕，支援农村建设，实现农村工业化，为大工业填空补缺，实现国家现代化，消灭三大差别方面起了重要作用。但是毋庸讳言，不少乡镇企业管理水平不高，经济效益较低，这同党和国家的要求很不相称。

党中央指出，到本世纪末，要使人民生活达到小康水平，实现这个奋斗目标，必须坚定不移地贯彻执行注重效益，提高质量，协调发展，稳定增长的经济发展战略。

随着改革、开放、搞活方针的贯彻，国家对乡镇企业提出了新的要求；随着经济体制改革的深化，城市大工厂潜在的巨大活力正在迸发出来，乡镇企业正面临着新的挑战。如何在竞争中求生存，求发展，是一个紧迫的重大问题。乡镇企业求生存，求发展的关键就是要努力提高经营管理水平，努力实现经营管理的现代化，向管理要产品，向管理要效益。提高经营管理水平的关键是提高厂长和各级干部的素质。在改革、开放、搞活的新形势下，厂长和各级干部需要学习、学习、再学习！

为了满足乡镇企业干部学习现代经营管理理论和最新知识的需要，我们编写了这本《乡镇企业干部必读》。

本书由上海财经大学、上海市农委政策研究室、同济大

学等单位有关专业的教授、专家和教学科研人员编写，参加编写的有：竹德操和许心礼两位教授，傅继材、王明初、周立公等三位副教授，马德根高级教师，潘达然、吴钢令、施兵超、胡怡建等四位讲师，马伯文工程师，马仲文助理研究员和龚介民、夏德纯、鲍宏伟、竹宇光等研究人员和教师。

本书有五大特色：

一是“全”：内容比较完整，包括了乡镇企业干部应当具备的十多门学科的基本理论和基本知识。

二是“新”：尽可能反映最新学术成就和实际工作的新经验，如公共关系、经济信息、满负荷工作法、环境保护、电脑的应用等都设专章阐述；行为科学、系统管理理论等也作了概括介绍。

三是“实”：从乡镇企业实际出发，立足于实用，用提问方式叙述，层层展开，步步深入，既阐述了基本理论、基本知识和基本技能，又紧密结合实际，阐述了乡镇企业的实际经验，书首还编有详细目录，可作工具书检索，全书既连贯成为有机体系，各章又自成系统，用作教材时既可全部学，也可选学其中的若干章节。

四是“结”：紧密结合改革、开放、搞活的形势。如对外贸易章详细介绍了出口业务的基本知识，工商登记、商标、广告、包装、金融、保险、税收、经济法等章都结合新形势。还努力把国外的现代化管理方法和乡镇企业的实际相结合，力求洋为中用。

五是“明”：文字简明，通俗易懂，深入浅出。

本书可作为乡镇企业干部和农村工作干部的培训教材，作为农村干部的自学进修读物，也可作财经院校和农业院校

师生的教学参考书。除个别章节外，本书阐述的基本理论和基本知识也是国营农场的场队办工厂和城市的中小企业管理干部所必需的，因此，也可供场队工厂和城市中小企业干部进修阅读。

本书由竹德操主编，负责全书的规划、组织编写工作，马仲文副主编。本书第一、四、十三、十四和十八章由竹德操执笔，第三章由傅继材执笔，第五章由晁钢令执笔，第七、八章由潘达然执笔，第九、十、十一章由周立公执笔，第十二章由许心礼、鲍宏伟执笔，第十五章由马伯文、马仲文执笔，第十六、十七章由马伯文执笔，第十九章由马德根、马伯文执笔，第二十、二十一、二十二章由竹德操、夏德地执笔，第二十三章由施兵超执笔，第二十四章由王明初执笔，第二十五章由胡怡建执笔，第二十六章由龚介民执笔，第二十七章由马仲文执笔，第二、六、二十八章由竹宇光执笔，全书最后由竹德操总纂定稿。

本书编写过程中，曾得到农业部乡镇企业局有关领导的大力支持和指导，还得到上海市农委政策研究室、上海财经大学、同济大学和不少地区乡镇企业领导部门的支持和帮助。在编写过程中参考了各有关学科的教材、专著、论文资料，在此一并表示深切感谢。

乡镇企业干部必备知识涉及十多门学科，限于篇幅，本书只能阐述各学科最主要的内容。经济体制改革正在不断深入，形势发展很快，作者水平又有限，书中缺点、错误恐在所难免，敬请读者和专家多赐教益，以便今后修改。

编者

1989年3月于上海财经大学

• 3 •

目 录

前 言

第一章 企业管理的基本理论	(1)
第一节 乡镇企业为什么要加强管理	(1)
一、什么是企业管理,管理的内容是什么	(1)
二、为什么乡镇企业必须加强管理	(4)
三、我国管理落后表现在哪些方面	(7)
第二节 企业管理的性质和职能是什么	(8)
一、企业管理的性质是什么	(8)
二、企业管理有哪些职能	(11)
第三节 现代管理是怎样发展起来的	(15)
第四节 管理现代化的基本内容是什么	(17)
第五节 有哪些主要的管理理论	(20)
一、什么是X理论和Y理论	(20)
二、什么是权变理论和Z理论	(21)
三、什么是行为科学	(23)
四、什么是系统管理理论	(32)
第六节 企业家要具备哪些现代经营管理思想	(33)
第二章 经济信息	(37)
第一节 乡镇企业为什么要重视经济信息	(37)
一、什么是信息、经济信息	(37)
二、经济信息有什么特点	(40)

三、经济信息为什么重要·····	(41)
第二节 怎样收集信息·····	(45)
一、根据什么原则收集信息·····	(45)
二、企业要收集哪些信息·····	(49)
三、收集信息要经过哪些步骤·····	(54)
四、用什么方法收集信息·····	(56)
第三节 对信息怎样加工整理和保管·····	(64)
一、对信息怎样分类、整理·····	(64)
二、怎样保管信息·····	(67)
第四节 怎样利用信息·····	(70)
一、怎样根据需要进行分析·····	(70)
二、信息可用于哪些方面·····	(72)
第三章 市场预测 ·····	(77)
第一节 市场预测导论·····	(77)
一、什么是市场预测·····	(77)
二、运用什么原理进行市场预测·····	(78)
三、市场预测有什么作用·····	(80)
四、有哪些市场预测,内容是什么·····	(82)
五、市场预测有哪些步骤·····	(87)
第二节 怎样运用经验判断法预测·····	(88)
一、怎样运用个人判断法·····	(88)
二、怎样运用集体判断法·····	(89)
三、怎样运用专家意见法·····	(89)
第三节 怎样运用调研判断法预测·····	(91)
一、怎样运用典型调查推算法·····	(92)
二、怎样运用抽样调查推算法·····	(93)

第四节 怎样运用数学外推法预测·····	(94)
一、怎样运用平均数外推法·····	(95)
二、怎样运用指数平滑法·····	(99)
三、怎样运用趋势延伸法·····	(101)
第五节 怎样运用季节变动趋势法预测·····	(105)
第六节 怎样运用回归分析法预测·····	(108)
第四章 市场营销 ·····	(112)
第一节 为什么要研究市场营销·····	(112)
一、什么是市场营销·····	(112)
二、市场营销和乡镇企业有什么关系·····	(113)
第二节 应当树立怎样的市场观念·····	(113)
一、国外市场观念是怎样发展的·····	(115)
二、我们应有怎样的市场观念·····	(119)
第三节 怎样选定目标市场·····	(121)
一、怎样进行市场分析·····	(121)
二、怎样选择本企业的目标市场·····	(127)
第四节 怎样组织商品生产·····	(130)
一、有哪些因素影响销售·····	(130)
二、企业怎样组织商品生产·····	(131)
三、怎样根据商品寿命周期采取相应对策·····	(134)
四、怎样开发新产品·····	(139)
第五节 怎样促进销售·····	(142)
一、促销的指导思想是什么·····	(142)
二、怎样使用销售人员推销·····	(142)
三、怎样运用其他促销方式·····	(148)
第六节 怎样制订产品销售价格·····	(150)

一、为什么要重视销售价格·····	(150)
二、根据什么原则制订价格·····	(150)
三、销售订价有哪些主要方法·····	(152)
四、怎样运用订价策略·····	(155)
第五章 公共关系 ·····	(158)
第一节 什么是公共关系·····	(158)
一、公共关系的基本含义是什么·····	(158)
二、公共关系是怎样产生和发展的·····	(161)
三、公共关系是庸俗关系吗·····	(163)
第二节 乡镇企业为什么要讲究公共关系·····	(165)
一、公共关系的基本功能是什么·····	(166)
二、公共关系有什么作用·····	(168)
第三节 怎样开展公共关系工作·····	(170)
一、企业面临哪些公众·····	(171)
二、企业公共关系工作有哪些主要内容·····	(174)
三、乡镇企业怎样建立公共关系机构·····	(180)
第六章 经营决策 ·····	(184)
第一节 乡镇企业为什么要重视决策·····	(184)
一、什么是经营决策·····	(184)
二、企业有哪些决策·····	(185)
三、搞好决策有什么意义·····	(188)
第二节 怎样进行决策·····	(189)
一、进行决策要遵循什么原则·····	(189)
二、决策可分几步进行·····	(192)
三、用什么方法进行决策·····	(194)
第三节 日常经营管理怎样决策·····	(207)

一、开发新产品怎样决策·····	(207)
二、限制因素下安排生产怎样决策·····	(211)
三、特殊定货怎样决策·····	(211)
四、亏损产品怎样决策·····	(213)
第四节 长期投资怎样决策·····	(215)
一、不考虑投资利息时怎样决策·····	(215)
二、考虑投资利息时怎样决策·····	(220)
第七章 工商登记和管理·····	(227)
第一节 乡镇企业为什么要办理工商登记·····	(227)
一、什么是工商登记·····	(227)
二、办理工商登记有什么好处·····	(228)
第二节 企业申请登记应当具备什么条件·····	(230)
一、哪些企业应当登记·····	(230)
二、企业申请登记要具备哪些条件·····	(231)
三、申请登记时对基本建设和环境保护有什么规定·····	(232)
第三节 企业怎样申请登记·····	(235)
一、企业应向哪里申请登记·····	(235)
二、登记有哪些主要内容·····	(236)
三、怎样办理筹建、开业申请·····	(240)
四、怎样办理变更、歇业、注销等手续·····	(241)
第四节 乡镇企业要自觉接受国家工商行政管理部门的 监督和管理·····	(243)
一、自觉遵守工商企业登记管理的规定·····	(243)
二、乡镇企业应当重视营业执照的管理·····	(244)
三、自觉遵守市场管理的规定·····	(245)

四、自觉遵守价格管理的规定·····	(246)
五、违反登记管理要受什么处罚·····	(247)
第八章 商标 ·····	(249)
第一节 乡镇企业为什么要使用商标·····	(249)
一、什么是商标·····	(249)
二、商标怎样分类·····	(250)
三、商标是怎样产生和发展的·····	(252)
四、商标有什么作用·····	(254)
五、乡镇企业要立足于创名牌·····	(257)
第二节 怎样进行商标设计·····	(260)
一、搞好商标设计有什么意义·····	(260)
二、商标设计的基本要求·····	(261)
三、设计出口商标应注意什么问题·····	(264)
四、怎样起一个好的企业名称·····	(266)
第三节 怎样进行商标注册·····	(267)
一、什么是商标注册·····	(267)
二、商标为什么要注册·····	(268)
三、申请商标注册有哪些条件·····	(270)
四、商标注册有哪些程序·····	(270)
第四节 使用商标为什么要讲究策略·····	(273)
一、为什么要研究商标策略·····	(273)
二、乡镇企业应怎样运用商标策略·····	(274)
第五节 怎样保护商标专用权·····	(277)
一、什么是注册商标专用权·····	(277)
二、什么是商标侵权行为·····	(279)
三、怎样处理商标侵权行为·····	(280)

四、企业怎样加强内部商标管理·····	(281)
第九章 广告 ·····	(282)
第一节 乡镇企业为什么要做广告·····	(282)
一、广告是怎样产生和发展的·····	(282)
二、广告有什么作用·····	(284)
第二节 怎样选择广告媒体和广告方式·····	(286)
一、怎样选择广告媒体·····	(286)
二、怎样选择广告方式·····	(292)
第三节 怎样进行广告设计·····	(294)
一、怎样设计广告标题·····	(295)
二、怎样设计广告文字·····	(296)
三、怎样设计广告图案、运用色彩·····	(298)
四、怎样陈列实物·····	(300)
第四节 怎样联系刊登广告·····	(301)
一、怎样和报纸、杂志社联系·····	(301)
二、怎样和电台、电视台联系·····	(302)
三、怎样选择广告公司·····	(303)
第五节 怎样制订广告策略·····	(303)
一、怎样制订广告计划·····	(303)
二、怎样掌握顾客心理·····	(305)
三、怎样调查广告效果·····	(306)
第十章 产品包装 ·····	(308)
第一节 乡镇企业为什么要研究产品包装·····	(308)
一、什么是产品包装·····	(308)
二、产品包装有什么作用·····	(308)
三、产品包装有哪几类·····	(309)

第二节 怎样设计销售包装	(310)
一、怎样选择包装造型和形式	(310)
二、怎样设计包装画面	(313)
三、怎样设计包装装饰物	(317)
第三节 怎样设计运输包装	(318)
一、怎样选择包装材料	(318)
二、怎样设计包装容器	(319)
三、包装排列有什么讲究	(320)
四、运输包装有哪些主要标志	(322)
第十一章 商品运输	(326)
第一节 乡镇企业为什么要搞好商品运输	(326)
第二节 组织商品运输应遵循哪些原则	(328)
第三节 怎样合理组织商品运输	(329)
一、怎样选择运输路线	(329)
二、怎样选择运输方式	(330)
三、怎样合理使用运输工具	(333)
第四节 怎样办理运输手续	(337)
一、怎样执行商品运输条件	(337)
二、怎样办理发货手续	(338)
三、怎样办理商品交接手续	(340)
四、怎样处理运输中的违约责任	(341)
第十二章 对外贸易	(344)
第一节 怎样洽谈外贸业务	(344)
一、怎样询盘	(345)
二、怎样发盘	(345)
三、怎样还盘	(349)

四、怎样接受·····	(350)
五、怎样签订合同·····	(352)
第二节 怎样订立外贸合同条款·····	(354)
一、怎样订立品质条款·····	(354)
二、怎样订立数量条款·····	(357)
三、怎样订立包装条款·····	(361)
四、怎样订立价格条款·····	(364)
五、怎样订立交货条款·····	(374)
六、怎样订立保险条款·····	(378)
七、怎样订立支付条款·····	(382)
八、怎样订立商检条款·····	(395)
九、怎样订立索赔、不可抗力和仲裁条款·····	(400)
第三节 怎样履行出口合同·····	(406)
一、怎样做好备货、催证、审证和改证工作·····	(406)
二、怎样做好租船、订船和装运工作·····	(409)
三、怎样做好制单、结汇工作·····	(410)
第十三章 满负荷工作法·····	(417)
第一节 为什么要实行满负荷工作法·····	(417)
一、什么是满负荷工作法·····	(417)
二、满负荷工作法是怎样产生的·····	(418)
三、实行满负荷工作法有什么意义·····	(420)
第二节 满负荷工作法的主要内容是什么·····	(421)
第三节 怎样实现满负荷工作法·····	(427)
一、怎样进行思想发动·····	(427)
二、怎样具体落实·····	(429)
三、怎样考核检查·····	(430)

四、有哪些保证措施·····	(432)
第十四章 计划管理和目标管理·····	(435)
第一节 乡镇企业为什么要实行计划管理和目标管理·····	(435)
一、乡镇企业为什么要实行计划管理·····	(435)
二、乡镇企业为什么要实行目标管理·····	(437)
第二节 怎样编制计划·····	(439)
一、企业计划可分哪几种·····	(439)
二、根据什么原则编制计划·····	(442)
三、编制计划的依据是什么·····	(443)
四、怎样做到计划的综合平衡·····	(444)
第三节 怎样贯彻落实计划和检查计划执行结果·····	(448)
一、采取哪些措施落实计划·····	(448)
二、怎样建立计划控制系统·····	(450)
三、怎样检查计划执行结果·····	(451)
第四节 怎样制订目标·····	(452)
一、企业有哪些目标·····	(453)
二、根据什么原则制订目标·····	(455)
三、制订目标的依据是什么·····	(456)
四、目标制订过程可分哪几步·····	(457)
第五节 怎样进行目标展开和实施目标·····	(458)
一、为什么要进行目标展开·····	(458)
二、目标展开和制订分目标的原则是什么·····	(459)
三、怎样保证目标实现·····	(460)
第六节 怎样考核目标实施结果·····	(463)
一、怎样考核目标管理取得的成果·····	(463)

二、怎样评价目标管理工作.....	(467)
第十五章 生产管理和技术管理	(468)
第一节 乡镇企业为什么要加强生产管理和技术管理.....	(468)
一、什么是生产管理和技术管理.....	(468)
二、加强生产管理和技术管理有什么意义.....	(469)
三、根据什么原则进行生产管理.....	(470)
第二节 怎样组织生产过程.....	(470)
一、什么是生产过程和生产过程组织.....	(470)
二、怎样合理组织生产过程.....	(472)
第三节 怎样编制生产计划和生产作业计划.....	(475)
一、什么是生产计划和生产作业计划.....	(475)
二、编制生产计划可分几步.....	(477)
三、生产计划的编制方法.....	(478)
四、怎样安排生产作业计划.....	(484)
第四节 怎样进行生产作业控制.....	(490)
一、怎样做好生产调度工作.....	(490)
二、怎样加强生产作业核算.....	(492)
三、怎样进行在制品管理.....	(493)
第五节 怎样进行技术管理.....	(493)
一、怎样抓技术的基础工作.....	(494)
二、怎样抓技术革新.....	(497)
第六节 怎样保证安全生产.....	(499)
一、为什么要强调安全生产.....	(499)
二、怎样抓安全生产.....	(500)
第十六章 质量管理	(503)

第一节 乡镇企业为什么要加强质量管理	(503)
一、为什么说质量是企业的生命	(503)
二、什么是产品质量和工作质量	(504)
三、为什么要进行全面质量管理	(506)
第二节 怎样做好质量管理的基础工作	(509)
一、抓好标准化	(510)
二、抓好计量理化工作	(511)
三、加强质量情报	(512)
四、开展质量教育工作	(512)
五、建立质量责任制	(513)
第三节 怎样抓质量管理小组	(513)
一、怎样抓质量管理循环——PDCA循环	(514)
二、怎样开展质量管理小组活动	(515)
第四节 怎样抓生产全过程的质量管理	(516)
一、怎样抓技术准备过程的质量管理	(516)
二、怎样抓生产过程的质量管理	(517)
三、怎样抓辅助生产过程的质量管理	(519)
四、怎样抓产品使用过程的质量管理	(519)
第五节 用什么方法控制生产过程的质量	(520)
一、分类法	(520)
二、排列图法	(521)
三、因果分析图法	(523)
四、直方图法	(525)
五、控制图法	(526)
六、统计分析表法	(528)
第十七章 设备管理	(529)