

个体私营经济 经营指南

吕兆福 余家驹 袁照龙 邹有昌 主编



GETISIYING
JINGJIJINGYING
ZHINAN

《个体私营经济经营指南》

编辑委员会

主 编	吕兆福	余家驹	袁照龙
	邹有昌		
副主编	陈德君	韩绍文	刘 玲
	孙秀飞		
编 委	吕兆福	余家驹	施文义
	傅长崢	张恒运	刘 纯
	张旭和	陈有春	李铁头
	邹有昌	鄂露葵	李良运
	袁照龙	赵金甫	安景学
	包锦华	董秋阳	唐灵凯
	张恩荣	姜国龙	陈 勇
	韩绍文	王昌宝	朱文奎
	杨建策	王福全	邵先宏

前 言

在我国，社会主义初级阶段，实行以公有制为主体的多种经济成分并存的经济形式，个体经济和私营经济不仅是社会主义公有制经济必要的、有益的补充，而且是由计划经济向市场经济过渡的先导力量，是社会主义经济不可分割的重要组成部分。随着经济体制改革的步步深入，特别是社会主义市场经济体制的确立，个体经济和私营经济得到迅速发展。据国家工商行政管理局统计，截至1992年底，在全国各级工商行政管理局登记注册的个体工商户和私营企业分别达到1533.9万户和13.9万户，其总产值分别达到926.2亿和205.1亿元。其中，农村个体工商户和私营企业分别占总量的69%和53%。从业人员占其总数的70%和63%。农村私营企业总产值占其总额的63%。在发展个体、私营经济、开放集贸市场方面，辽宁是全国起步比较早的地区之一。目前，全省个体工商户和私营企业已经达到63.2万户。个体、私营经济的发展，对社会主义市场经济的建立，对社会主义市场经济体系的培育和完善，对社会主义经济的发展和社会主义现代化建设发挥了重要作用。发展个体、私营经济，还可以扩大社会就业，促进社会稳定；促进贫困地区脱贫致富，解决各级财政收入；有力地促进改革的深化；有利于调动广大人民群众参与社会主义市场经济的积极性；造就出一大批懂经营、善管理、敢竞争、能拼搏的优秀经济人才。正如国家工商行政管理局近日所提出的：个体、私营经济是促进我国生产力发展的一支不可忽视的力量，也是生产力的生长点。在进入全国近8万个农贸市场的经营主体中，70%是个体工商户，他

们的成交额约占总成交额的85%，还有76万的个体长途贩运队伍，长年活跃在农村、城市。个体、私营经济的发展，使市场经济成分在我国国民经济中的比例逐步增大。目前，全国城镇中已有838万人在个体工商户、私营企业就业，农村中有1862万人从事个体、私营经济，为稳定人心、稳定家庭、稳定社会和搞活经济起到了积极作用。个体、私营经济发展，国家税收增多。据统计，1992年全国个体税收收入达203.29亿元，在整个工商税收中占到近8%。而在地方，个体税收所占工商税收的比例则更高，市、县一级平均达到20—30%，多的可达50%以上，已成为地方各级政府财政收入中不可忽视的一部分。

但是，我国个体、私营经济起步较晚，从业人员文化水平较低，不少人是半文盲甚至文盲，缺乏先进的科学管理知识，经营能力较差，管理水平较低，多数还停留在经验管理阶段上。这就大大限制了个体和私营经济的进一步发展和提高，影响他们作用的发挥，这与当前个体、私营经济大发展的要求极不相称。广大个体劳动者和私营企业家迫切要求提高文化水平，学习经营管理知识，提高自身素质，以适应个体、私营经济发展的需要。为了适应广大个体劳动者和私营企业家的这种要求，帮助他们提高经营管理水平，我们汇集了辽宁工商行政管理局多年从事个体和私营经济管理工作的领导同志，对这方面素有研究的经济学教授，以及多年从事工商行政管理工作的实际工作者编写成此书，藉以向大家介绍科学管理知识，中国的经济管理思想遗产，中国近代民族实业家的经营管理经验，以及当代个体劳动者和私营企业家的成功之道。既可以通篇阅读，也可以现用现查，省时省力，适用可靠。

参加本书编写的有：

辽宁省工商行政管理局副局长吕兆福、办公室副主任袁照龙。

沈阳工业学院教授余家驹、讲师刘玲、卢晓霞、郝志惠、
孙秀飞、助教许艳霞。

辽宁教育学院副教授陈德君。

苏家屯区工商行政管理局局长邹有昌。

沈阳市物价局黄文超。

锦州市职工大学副校长韩绍文。

全书由余家驹、陈德君统稿。由吕兆福、余家驹定稿。

本书在编写过程中，参考了有关的专著，吸收了有关的研究成果。由于水平所限，经验不足，书中难免有不当之处，
敬请读者和专家批评指教。

编 者

1993年7月5日

目 录

前 言

一、怎样确定经营方式和选择经营方向 (1)

1. 什么是经营方向? (1)
2. 怎样选择经营方向? (1)
3. 什么是经营思想? (3)
4. 什么是市场经济? (4)
5. 应当树立什么样的经营思想? (4)
6. 什么是经营方针, 经营方针的主要内容有哪些? (7)
7. 确定经营方针的程序有哪些? (7)
8. 什么是经营目标, 它包括哪些基本内容? (8)
9. 怎样制定经营目标, 制定经营目标应遵循哪些原则?
..... (8)
10. 怎样分析企业的经营环境? (9)
11. 什么是经营决策? (12)
12. 经营决策的内容有哪些, 经营决策可以分为哪些种类?
..... (13)
13. 经营决策的步骤和原则有哪些? (15)
14. 经营决策的方法有哪些? (16)
15. 决策者在经营决策时应注意的事项? (16)
16. 什么是经营预测, 它的主要内容有哪些? (17)
17. 经营预测的步骤和方法有哪些? (18)
18. 怎样制定经营策略? (19)
19. 企业在不同发展阶段下的经营对策有哪些? (20)
20. 什么是经营方式, 选择经营方式的原则有哪些? (21)
21. 可以采取哪些经营方式? (22)
22. 怎样实行一业为主兼营他业? (22)

23. 异地办企业要注意哪些事项? (22)
24. 怎样与国有、集体企业进行联营? (23)
25. 可以与外商及台、港、澳同胞合资经营或从事“三来一补”业务吗? (23)
26. 联合经营可以采取哪些基本形式? (24)

二、怎样签订经济合同 (25)

27. 什么是合同, 什么是经济合同? (25)
28. 经济合同的法律特征是什么? (25)
29. 经济合同怎样分类? (26)
30. 我国现有经济合同和技术合同的种类有哪些? (26)
31. 经济合同的形式有哪些? (31)
32. 什么是有效经济合同, 有效要件是什么? (35)
33. 什么是无效经济合同, 怎样确认无效经济合同? (36)
34. 签订经济合同要经过哪些程序, 有哪几种方式? (37)
35. 签订经济合同应遵守哪些基本原则? (38)
36. 经济合同的成立与生效的要件是什么? (38)
37. 经济合同怎样进行担保? (39)
38. 经济合同的主要条款有哪些? (39)
39. 怎样履行经济合同? (40)
40. 经济合同的不履行及其后果是什么? (41)
41. 怎样变更和解除经济合同? (42)
42. 什么是违反经济合同的责任? (43)
43. 怎样处理过错违约责任? (43)
44. 什么是无过错违约责任? (44)
45. 怎样处理经济合同纠纷? (44)
46. 怎样进行经济合同纠纷协商? (44)
47. 怎样进行经济合同纠纷调解? (45)
48. 什么是经济合同纠纷仲裁? (46)
49. 怎样进行经济合同纠纷诉讼? (47)

三、怎样制定产品价格 (49)

50. 什么是定价目标, 定价目标分哪几种? (49)

51. 什么是定价策略, 影响定价策略的因素有哪些?	(51)
52. 新产品应怎样定价?	(51)
53. 怎样运用折扣、让价优惠策略?	(52)
54. 怎样按顾客心理因素定价?	(53)
55. 什么是组合定价策略?	(53)
56. 什么是明码价格策略?	(55)
57. 什么是定价三步骤?	(55)
58. 定价方法有哪些?	(56)

四、怎样占领市场 (58)

59. 什么是市场占有率, 怎样计算市场占有率?	(58)
60. 市场调查的重点是什么, 方法有哪些?	(59)
61. 什么是市场预测, 市场预测有什么作用?	(60)
62. 市场预测的内容是什么, 方法有哪些?	(61)
63. 什么是市场消费需求, 市场消费需求的内容是什么?	(62)
64. 生活资料市场需求的特征及其发展趋势是什么?	(63)
65. 生产资料消费需求的特点是什么?	(65)
66. 什么是流行消费?	(65)
67. 如何掌握消费者的购买动机?	(66)
68. 如何研究消费者的购买行为?	(67)
69. 怎样选择目标市场?	(68)
70. 怎样确定市场发展策略?	(69)

五、怎样推销产品 (71)

71. 什么是市场营销策略?	(71)
72. 什么是产品生命周期的管理策略?	(71)
73. 什么是厂牌、厂标策略?	(74)
74. 什么是薄利多销、扩大网点策略?	(75)
75. 什么是市场策略?	(76)
76. 什么是竞争策略?	(77)
77. 什么是促销方式? 什么是促销组合?	(79)
78. 什么是人员推销?	(80)

79. 怎样选择推销人员?	(81)
80. 怎样管理和考核推销人员?	(82)
81. 怎样运用推销人员促销?	(83)
82. 售前和售后服务有哪些内容?	(84)
83. 销售渠道有哪些? 影响销售渠道的因素有哪些?	(85)
84. 什么是中间商, 有什么作用?	(86)
85. 怎样选择最佳销售渠道?	(87)
86. 什么是国际市场营销?	(88)
87. 怎样选择国际市场?	(88)
88. 怎样进行国际市场调研?	(89)
89. 什么是直接出口策略?	(91)
90. 什么是间接出口策略?	(92)
91. 什么是在国外生产策略?	(93)
92. 什么是补偿贸易策略?	(94)
93. 什么是对外加工装配?	(94)
94. 什么是合资经营?	(95)
95. 什么是对外贸易?	(96)

六、怎样做广告和开展公关活动 (97)

96. 怎样选择广告媒体?	(97)
97. 怎样提高广告效果?	(98)
98. 怎样测定广告宣传效果?	(99)
99. 怎样运用橱窗设计?	(99)
100. 什么是公共关系?	(100)
101. 企业公关工作主要内容是什么?	(101)
102. 怎样同职工进行沟通?	(101)
103. 怎样同股东进行沟通?	(102)
104. 企业外部公关的目的和时机是什么?	(103)
105. 怎样搞好同新闻界的关系?	(103)
106. 怎样搞好与社区的关系?	(104)
107. 影响顾客关系的基本环节和同顾客建立良好关系的 方法有哪些?	(105)
108. 怎样与政府建立良好的关系?	(106)

109. 谈判的基本阶段和主要内容是什么?	(107)
110. 谈判有哪些技巧?	(108)
七、怎样注册商标	(110)
111. 什么是商标, 它怎样分类?	(110)
112. 什么是商标策略?	(111)
113. 商标设计有哪些要求和禁忌?	(113)
114. 怎样选择商标名称?	(114)
115. 怎样设计商标图案?	(115)
116. 什么是文字商标?	(115)
117. 什么是记号商标?	(116)
118. 什么是图形商标?	(117)
119. 什么是组合商标?	(118)
120. 怎样申请商标注册?	(118)
121. 商标注册的程序有哪些?	(119)
122. 什么是商标权?	(122)
123. 什么是商标法?	(122)
124. 什么是商标独占使用权和商标禁止权?	(123)
125. 怎样处理商标纠纷?	(124)
126. 怎样制止商标侵权?	(124)
127. 怎样在国外申请商标注册?	(125)
八、怎样改进包装	(127)
128. 什么是商品包装, 它有什么作用?	(127)
129. 商品包装有哪些种类?	(129)
130. 什么是运输包装?	(129)
131. 什么是销售包装?	(130)
132. 为什么必须重视研究包装策略, 包装策略有哪几类?	(131)
133. 什么是类似包装策略?	(132)
134. 什么是多种包装策略?	(132)
135. 什么是再使用包装策略?	(133)
136. 什么是附赠包装策略?	(133)

- 137. 什么是改变包装策略? (134)
- 138. 国内外包装的发展趋势是什么? (134)
- 139. 怎样对包装进行管理? (135)

九、怎样处理和应用市场营销信息 (136)

- 140. 什么是市场营销信息, 它有什么特征? (136)
- 141. 市场营销信息有哪些种类和内容? (137)
- 142. 市场营销信息来源有哪些渠道? (138)
- 143. 搜集市场营销信息的基本程序是什么? (140)
- 144. 搜集市场营销信息的基本步骤有哪些? (141)
- 145. 搜集市场营销信息的方法有哪些? (141)
- 146. 搜集市场营销信息有哪些基本策略? (142)
- 147. 怎样加工和整理市场营销信息? (144)
- 148. 市场营销信息分析和评价的方法有哪些? (145)
- 149. 怎样传递和交流市场营销信息? (146)
- 150. 怎样应用市场营销信息? (147)

十、怎样开发新产品 (148)

- 151. 什么是新产品, 它怎样分类? (148)
- 152. 新产品开发应具备哪些基本要素? (149)
- 153. 什么是新产品经济预测, 它包括哪些方面? (150)
- 154. 怎样正确判定新产品开发战略决策? (152)
- 155. 怎样正确编制新产品开发规划? (154)
- 156. 怎样选择适当的新产品开发方式? (155)
- 157. 新产品开发的程序是什么? (156)
- 158. 什么是新产品开发方案评价, 它是怎样分类的? (158)
- 159. 新产品开发方案评价方法有哪些? (159)
- 160. 消费性新产品的开发过程是怎样的? (160)
- 161. 什么是新产品概念开发? (161)
- 162. 什么是新产品样品开发? (164)
- 163. 怎样试制和试验新产品? (165)
- 164. 怎样对新产品进行鉴定? (167)
- 165. 什么是新产品商品开发? (168)

166. 怎样进行新产品市场试销? (169)
167. 怎样实现新产品的商品化? (171)

十一、怎样进行投资 (173)

168. 企业投资的重点和方向是什么? (173)
169. 怎样进行投资决策? (174)
170. 怎样选择投资机会? (176)
171. 怎样合理地确定企业投资规模? (178)
172. 企业资金筹集的主要方式和渠道有哪些? (179)
173. 什么是投资回收期, 怎样计算投资回收期? (180)
174. 企业投资方案评价的基本程序和内容是什么? (182)
175. 怎样搜集、整理基础资料和数据? (183)
176. 什么是不确定性分析? (184)
177. 什么是盈亏平衡分析? (185)
178. 什么是敏感性分析? (186)
179. 什么是概率分析? (188)
180. 什么是决策树? (189)
181. 怎样对国际投资环境进行研究和评价? (190)
182. 怎样正确选择国际直接投资的方向? (192)
183. 怎样正确选择国际投资方式? (193)

十二、怎样纳税 (194)

184. 怎样进行税务登记? (194)
185. 怎样进行纳税申报? (194)
186. 税款征收的方式有哪些? (195)
187. 具备减免税的条件是什么? (196)
188. 哪些是违反税法的行为, 怎样处理? (197)
189. 主要税种有哪些, 税率是多少? (199)
190. 发生的赔偿金、违约金、赞助金、滞纳金、罚款以及
流动资金贷款罚息怎样处理? (201)
191. 产品税怎样计算? (202)
192. 营业税怎样计算? (203)
193. 所得税怎样计算? (205)

194. 地方征收的税种有哪些, 怎样计算?	(207)
------------------------------	-------

十三、怎样取得贷款、参加保险和进行证券投资 (210)

195. 如何在银行开立帐户?	(210)
196. 什么是支票和支票结算?	(210)
197. 什么是付款委托书结算、汇兑结算和票汇结算?	(211)
198. 申请银行贷款应具备什么条件?	(212)
199. 贷款的额度、期限是怎样规定的?	(212)
200. 办理贷款需要哪些手续?	(213)
201. 对违反信贷规定的行为怎样处理?	(214)
202. 什么是保险, 有哪些种类?	(214)
203. 办理保险需要哪些手续?	(215)
204. 什么是保险责任和除外责任?	(217)
205. 什么是保险合同, 在什么情况下可以转让和中止 保险合同?	(217)
206. 什么是家庭财产保险?	(218)
207. 什么是机动车辆保险和船舶保险?	(219)
208. 什么是养老金保险?	(219)
209. 什么叫证券投资, 怎样避免投资风险?	(220)
210. 怎样购买股票, 怎样分析股票行情, 购买股票有 什么诀窍?	(221)
211. 卖出股票的时机如何选择, 有什么诀窍?	(222)

十四、怎样进行财务会计管理 (223)

212. 什么是《企业财务通则》和《企业会计准则》, 二 者之间的关系是怎样的?	(223)
213. 《通则》、《准则》与现行财务会计制度相比, 有哪 些重大改革?	(224)
214. 《通则》和《准则》在哪些方面靠近了国际惯例, 同时又体现了中国的特点?	(226)
215. 什么是企业的资本金制度, 什么是资本金, 什么是 注册资金?	(228)
216. 企业设立时, 为什么必须有法定资本金? 资本金如	

何分类?	(229)
217. 什么是权益? 什么是所有者权益和负债(债权人权益)?	(230)
218. 新制度在资金筹集的管理方面与原有制度有哪些不同?	(231)
219. 什么是坏帐损失, 什么是坏帐准备金制度, 坏帐准备金如何进行财务处理?	(232)
220. 什么是企业的流动资产, 在管理上有什么要求?	(233)
221. 什么是固定资产, 什么是固定资产折旧, 企业提取折旧的原则是什么?	(234)
222. 什么是计提折旧的平均年限法、工作量法和双倍余额递减法、年限总和法?	(235)
223. 什么是无形资产、递延资产和其他资产?	(237)
224. 什么是对外投资, 它怎样分类?	(238)
225. 企业长期投资收到的利息、利润、股利以及长期投资中途转让, 如何进行财务处理?	(239)
226. 新制度对成本开支范围作了哪些调整?	(240)
227. 什么是制造成本法和完全成本法, 采用制造成本法有哪些优点?	(240)
228. 如何计算企业的利润总额, 企业的税后利润应如何分配?	(241)
229. 企业收到外币投资和发生外汇调剂业务时, 应如何进行财务处理?	(243)
230. 企业在什么情况下, 要进行清算? 怎样进行清算?	(244)
231. 什么是资产负债表, 它与资金平衡表有什么区别?	(245)
232. 什么是损益表, 它与原利润表相比有什么特点?	(246)
233. 什么是财务状况变动表, 它与资产负债表、损益表相比, 有什么特点?	(248)
234. 什么是财务报告, 什么是财务报表分析, 财务评价的财务指标有哪些?	(249)
235. 什么是国际会计准则?	(252)

十五、如何运用法律保持自己的合法权益 (252)

- 236. 个体工商户享有的权利和应尽的义务有哪些? (252)
- 237. 私营业主享有的权利和应承担的义务有哪些? (254)
- 238. 如何利用民事法律保护知识产权? (255)
- 239. 如何利用刑事法律保护自己的财产权利? (256)
- 240. 如何运用行政诉讼法律保护自己的财产权和人身权?
..... (258)
- 241. 民事诉讼一般需经过几个阶段? (258)
- 242. 怎样聘请律师代理非诉讼法律事务? (260)
- 243. 如何聘请律师代理民事诉讼? (262)
- 244. 如何聘请律师代理刑事诉讼? (263)
- 245. 如何聘请律师担任法律顾问? (264)

十六、个体和私营业主应具备哪些素质 (266)

- 246. 个体和私营业主职业道德规范的基本内容是什么?
..... (266)
- 247. 个体和私营业主职业道德的特点是什么? (268)
- 248. 个体和私营业主职业道德的基本范畴是什么? (268)
- 249. 怎样克服经营活动中的不正之风? (269)
- 250. 什么是文明经商, 怎样做到文明经商? (270)
- 251. 怎样才能切实维护消费者利益, 做到用户第一? (271)
- 252. 怎样做到优质服务? (272)
- 253. 个体和私营业主应具备的素质包括哪些内容? (274)
- 254. 个体和私营业主应掌握的技能有哪些? (275)
- 255. 个体和私营业主应表现出哪些特征? (277)
- 256. 个体和私营业主应坚持的原则包括哪些内容? (279)
- 257. 个体和私营业主应树立的观念有哪些? (281)

一、怎样确定经营方式和选择经营方向

1. 什么是经营方向？

经营方向，一般指企业的产品方向，即确定企业生产哪一类或哪几类产品，满足社会哪方面的需要。企业经营方向是企业经营方针的主要内容之一。企业的兴衰存亡在很大程度上取决于经营方向是否得当。企业在初创时，首先遇到的是如何选择经营方向的问题。企业在发展过程当中，会经常遇到对经营方向的拓展和调整的问题。所谓“船小好掉头”，这里的“掉头”即是指对经营方向的及时调整。个体和私营企业同国有大中型企业相比，虽然在资金、规模、装备和技术等方面处于劣势，但具有经营方向和经营方式灵活的优势。这就要求个体和私营企业善于利用这种优势，选择一般大中型企业所不为，而自己却大有可为的产品作为自己的经营方向，并根据市场的发展和变化适时地拓展和调整经营方向，以弥补自己的不足，赢得竞争的胜利。即使是经营方向相同的个体和私营企业，谁能恰到好处地拓展和调整经营方向，谁就会把自己的同业竞争对手甩在后面，成为本行业的强手。

2. 怎样选择经营方向？

选择经营方向时，既要根据经济预测，适应宏观经济的发展和变化，从社会需要出发；又要实事求是地估量企业本身，从企业的力量出发，把社会需要同企业力量二者协调统一起来，作出正确的决策。有社会需要而企业无力量者，或者企业有力量而无社会需要者均不是恰当的经营方向，它们都会导致企业经营失败。

影响宏观经济发展变化和社会需要的因素很多，从当前

和今后一段较长时期来看，其主要有：（1）党的十四大确立了社会主义市场经济新体制，指令性计划大大缩小，许多部门、行业和产品的生产和经营完全放开，这就为个体和私营经济提供了比过去大得多的经营范围。个体和私营经济可以把经营目标和对象从过去仅局限于商品市场，而商品市场又仅限于消费资料市场，而消费资料市场又仅限于农副产品和日用小商品市场，扩展到整个商品市场，既可以生产经营消费资料，又可以生产经营生产资料。同时还可以由商品市场扩展到生产要素市场，资金、技术、信息、劳务和房地产都可以作为经营对象。（2）党的十四届二中全会和八届一次人大对“八五”计划的调整，争取经济加快发展，无论对生产资料或对消费资料的需求，都呈现迅速增长的趋势，为个体和私营经济的创建、拓展和调整经营方向提供了大好时机。（3）在向市场经济过渡的过程中，随着竞争机制由目前不同所有制企业采取不同的标准，向各类企业实行同一竞争规则转变，随着国有企业经营机制的转换，经营战略由依赖型向自我发展型转变，目前由个体和私营企业占据的经济阵地，会有各类企业闯入与之展开竞争。甚至“老外”也可以干个体户。广东近日允许境内居住的外籍人员经公安部门同意后从事个体经营，并发给经营期为一年的营业执照。这就要求个体和私营经济扬长避短，努力克服在资金、规模、装备、技术和管理等方面的不足，吸收各类企业生产经营中的长处，以保住自己的经营阵地。（4）复关之后，随着中国市场开放，进口增加，刺激消费，会带来消费结构的变化。个体和私营经济正在起步的新产品，一些重复建设和低素质企业，以及缺乏价格和质量优势的产品会受到冲击，将面临严重的国际竞争。这就要求个体和私营经济学习有关关贸总协定的各项业务，做好“复关”准备，加快进行企业技术改造，提高产品质量档次，提高企业的素质，走高科技、高速度、高效益的路子，积极参与国际竞争。