

个体户与私营企业管理

张培生等 编著

个体户与私营企业管理

新华书店

PDG

(京)新登字 049 号

个体户与私营企业管理

张培生等编著

*

兵器工业出版社 出版发行
(北京市海淀区车道沟 10 号)
各地新华书店经销
湖北省钟祥市印刷厂印装

*

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:11.25 字数:265 千字

1993 年 7 月第 1 版 1993 年 7 月第 1 次印刷

印数 1—4000 册 定价:7.00 元

ISBN7—80038—691—0/F·69

新华书店
PDG

内容简介

本书全面系统地阐述了我国个体户与私营企业的创办程序、经营战略、经营机会的竞争技巧,以及如何搞好个体户和私营企业的生产、劳动、工资、质量、技术、财务、税收、信贷、工商行政、保险、法律等方面应有的政策与管理,是一本内容丰富而又系统的指导书籍。该书既可作为广大个体户和私营企业经营管理者的朋友,也可作为各级管理干部知识更新的培训教材。

蘇平 解慶
和
PDG

前 言

党的十四大以后,我国的个体户与私营企业又进入一个新的发展时期,为了帮助广大个体户与私营企业适应这一新形势的要求,掌握各种市场竞争本领,我们特撰写了《个体户与私营企业经营》这本新书。

该书的特点是内容新颖,集知识性、通俗性和可操作性于一体,全面系统地阐述了我国个体户与私营企业的创办程序、经营战略、经营机制和竞争技巧的选择,以及如何搞好个体户和私营企业的生产、劳动、工资、质量、技术、财务、税收、信贷、工商行政、保险、法律等方面应有的政策与管理。全书共分为16章,是一本内容丰富而又系统的指导书籍。该书既可作为广大个体户和私营企业经营管理者良师益友,也可作为各级管理干部知识更新的培训教材。

全书由张培生、龚爱华、姚全兴、娄信钧同志担任主编,胡泽生、安帮朝、丁宇光、平钢等同志担任副主编,他们负责了全书的设计、修改和统稿工作。具体参加本书撰写的有:张培生、龚爱华、姚全兴、娄信钧、胡泽生、安帮朝、丁宇光、平钢、韩丽军、吕永泽、黄振东、邓春华、郭跃进、柯美录、贺斐、林汉川等同志。

本书在编写过程中得到中南财经大学和有关省(市)税务局的大力支持和帮助,并对本书的撰写提出了许多宝贵的意见,谨在此表示衷心的感谢。

现阶段,我国的个体经济和私营企业正处在大力发展、搞活、管好的重要时期,有许多问题尚待进一步研究和探索,我们期望本书的出版能引起更多的同志对这个问题的研究,由于我们水平有限,书中错误和缺点在所难免,欢迎广大读者不吝提出批评意见,以便我们进一步修改。

编 者

1993年7月



目 录

前 言

第一章 个体与私营企业的组建

第一节 如何取得法人资格..... (1)

第二节 经营形式与范围..... (4)

第三节 经营思想与战略..... (6)

第二章 个体户与私营企业的资金筹措

第一节 资金筹措的性质、特点和作用..... (12)

第二节 筹措资金的基本原则 (16)

第三节 筹措资金的渠道 (20)

第四节 筹措资金的计算方法 (23)

第三章 个体户与私营企业经营机会的选择

第一节 经营机会的市场调查 (30)

第二节 市场预测 (34)

第三节 经营机会的决策 (41)

第四章 个体户与私营企业的竞争艺术

第一节 研究顾客心理动机 (49)

第二节 开拓商品销售渠道 (54)

第三节 广告和商标的应用 (58)

第四节 谈判技巧 (64)

第五节 定价策略 (70)

第六节 高质量的服务 (75)

第七节 注重公共关系 (79)

第五章 个体户与私营企业的实务管理

第一节 计划与生产管理 (84)

第二节 技术与质量管理 (95)

第三节 人事劳动管理..... (106)

第六章 个体户和私营企业的会计核算与财务管理

第一节 会计核算与财务管理的任务..... (115)

第二节	资金管理	(116)
第三节	成本管理	(121)
第四节	利润管理	(124)
第五节	建帐的基本常识	(127)
第六节	会计核算的基本方法	(146)
第七章	国家对个体户与私营企业的监督和管理	
第一节	加强监督与管理的必要性	(163)
第二节	监督与管理的基本原则	(168)
第三节	监督与管理的基本内容	(171)
第四节	监督管理的政策与方法	(173)
第八章	国家对个体户与私营企业的行政管理	
第一节	国家行政管理的任务	(180)
第二节	登记管理	(184)
第三节	日常的监督与检查	(191)
第四节	对个体户与私营企业权利的保护	(197)
第九章	国家对个体户与私营企业的贷款管理	
第一节	贷款的方针和原则	(200)
第二节	贷款的对象和条件	(202)
第三节	贷款的合同管理	(205)
第四节	贷款管理中的“三查”	(212)
第十章	国家对个体户与私营企业的税收管理	
第一节	实行税收管理的意义和原则	(215)
第二节	税收管理的基本任务	(219)
第三节	税收征收管理的基本制度	(223)
第十一章	个体户与私营企业的保险管理	
第一节	参加保险的意义	(232)
第二节	参加保险的内容	(232)
第三节	投保的办法	(242)
第十二章	个体劳动者协会和私营企业工会	
第一节	组建个体劳动协会和私营企业工会的必要性	
		(245)

第二节	个体劳动者协会·····	(248)
第三节	私营企业工会·····	(253)
第十三章	国家对个体户与私营企业法律管理的意义和内容	
第一节	加强法律管理的重要意义·····	(259)
第二节	加强法律管理的内容·····	(261)
第十四章	法律对个体户与私营企业的管理与保护	
第一节	宪法对个体户和私营企业法律地位的确定 ·····	(266)
第二节	民法与个体户和私营企业·····	(270)
第三节	如何应用调解、仲裁与诉讼 ·····	(284)
第四节	如何应用公证及聘请律师·····	(291)
第十五章	个体户与私营企业应具备的经济法常识	
第一节	经济法与个体户和私营企业·····	(299)
第二节	经济合同法与个体户和私营企业·····	(306)
第三节	合伙经营与合作经营的法律特征·····	(320)
第四节	劳动法与个体户和私营企业·····	(326)
第十六章	个体户和私营企业的职业道德规范	
第一节	职业道德的特点和作用·····	(336)
第二节	职业道德的基本范畴·····	(342)
第三节	职业道德规范·····	(345)

第一章 个体户与私营企业的组建

第一节 如何取得法人资格

一、经济法人及其基本特征

法人是指具有民事主体资格的组织,它享有与其业务有关的民事权利,并承担相应的民事义务。经济法人一般是指按法定程序组成的、从事以盈利为目的的经济活动,能依法取得财产权利,承担义务,并能在法院起诉的经济组织。

经济法人的基本特有在如下几个方面。

1、经济组织只有向法人登记机关申请登记,并经核准后才能取得法人资格。它的产生、变更和消失都要按法律程序经一定的工商管理机关审查和批准。

2、经济法人必须有法定的财产,并可以根据自己的意志支配、使用这些财产。

3、经济法人必须能够独立地承担财产责任,在从事经济活动过程中,他不但独立地享有经济权利,还须独立地承担经济义务,对自己财产的盈亏负责。

4、经济法人能够以自己的名义参与经济活动,并能以自己的名义参与经济争议的仲裁或诉讼。

5、经济法人拥有区别于其它法人的名称,并有权在自己的印章、牌匾、表册、帐目及商品上使用自己的名称。经济法人还拥有自己固定的住所,享有商品权。

二、个体户和私营企业如何取得法人资格

个体户和私营企业如何取得法人资格呢?要取得经济法人资格,个体户和私营企业的经营者必须依法办理登记手续,具体来

讲,要具备以下条件并注意以下事项:

1、作为登记人,它应是直接从事生产经营活动并实行独立核算的经济组织。由于我国工商企业登记的政府主管机关在中央是国家工商行政管理局,在地方是省、自治区、直辖市和市、县、乡工商行政管理局(所),因此,个体经营者和私有企业经营者应在当地的工商行政管理机关办理登记手续。

2、个体户和私有企业经营者,如果有必要的资金、设备、雇员,有一定的生产经营场所,有明确的生产经营范围并符合国家有关规定的登记申请,那么工商行政管理机关一般可以核准登记,并发给筹建许可证或营业执照。

3、个体户和私营企业应按所从事的产业的有关规定进行登记注册。凡从事开采自然资源和制造、加工产品及修理生产日用品,从事电力、煤气、自来水生产经营和传统工艺生产经营等方面活动的个体经济和私营企业,须按工业企业办理登记;凡从事运输和装卸搬运业务方面活动的个体户和私营企业,应按交通运输业企业办理登记;凡从事土木工程建筑、修缮和线路、管道、设备安装等方面活动的个体户和私营企业应按建筑业企业办理登记;凡从事商品购销,仓储业等方面的个体户和私营企业,应按商业企业办理登记;凡提供劳务、出租用品、专营包装、装潢设计等方面的个体户和私营企业,应按服务业企业办理登记;凡专门从事旅游经营和以修理日常生活用品为主的个体户和私营企业,应分别按旅游业企业和修理业企业办理登记。

4、按政府规定,凡有城镇正式居民户口的待业青年(16—25岁)和有经营能力的社会闲散人员(男 25—50 岁、女 25—45 岁的待业人员),均可申请从事个体和私营工商业。退休职工人员,具有当前社会急需的技术专长或经营经验,能包教学徒传授技艺的,也可以申请从事个体户和私营工商业。在农村,愿意从事工商业的农民也可以申请。

5、个体户和私营企业应办理登记的主要事项包括：企业名称、地址、经营者姓名、筹建或开业日期、经济性质、生产经营范围、生产经营方式、资金总额、雇员人数等。

个体户和私营企业只准登记和使用一个名称，在同一个市、县境内，不得使用已登记的同行业工商企业的名称，印章、牌匾，银行帐户名称应与营业执照上核定的名称一致。登记时，个体和私营企业的经营者应如实填报生产经营范围、生产经营方式、固定资金和流动资金等事项。

6、个体户和私营企业开业前的三十日内，应向当地的工商行政管理机关申请开业登记；歇业时，应按有关规定经批准后三十日内，向当地工商行政管理机关办理注销手续，缴销营业执照；在合并、分立、转业或迁移时，应按有关规定批准后于三十日内，分不同情况办理开业、变更登记或歇业注销手续。

7、个体户和私营企业要改变名称、经济性质、生产经营范围、生产经营方式，应按有关规定，向当地工商行政管理机关办理变更登记，其他登记事项的变更，应在年终向当地工商行政管理机关书面报告。

8、个体户和私营企业应按国家的政策、法令和核定的登记事项从事生产经营活动，并接受当地工商行政管理机关的监督检查。若未经登记擅自筹建或开业；违犯核定登记事项进行生产经营活动，且不接受劝告或不按规定期限改正；登记中隐瞒真实情况、弄虚作假；伪造、涂改、转让筹建许可证或营业执照，工商行政管理机关有权根据不同情况，对它们给予批评教育、警告、罚款、勒令停办或停业、吊销筹建许可证或营业执照等处分。

9、个体户和私营企业经营者在办理登记时，须交纳一定金额的登记费。

第二节 经营形式与范围

一、个体户和私营企业的经营方式

个体户和私营企业的经营方式,是指它们采取什么方式,从事生产经营活动。个体户和私营企业可采取多种多样的经营方式,如自产自销,来料加工,经销代销,摆摊设点,流动服务,代客包装、装卸、搬运,承包小型修建工程等等。个体户和私营企业的经营方式,主要是根据它的本质属性和生产经营商品的特点而确定的,大体可以分为三种类型:

一是固定型。即有固定的生产经营场所,如在场坝、街道、交通要道、车站码头,生产厂区等地方,设有固定的厂房、铺面、店面。

二是半流动型。以这种方式从事生产经营的个体户和私营企业,由于从事行业的特点或自身条件的限制,没有固定的厂房、铺面、店面,只是划定相对稳定的生产经营点,此地行情不好,则转到别的地方从事生产经营。

三是流动型。以这种方式从事经营的个体户和私营企业,既没有固定的厂房、铺面、店面,也没有固定的营业点,由于经营活动的需要,走街串巷,走村串寨,服务上门,送货到家。流动型的经营方式与个体户和私营企业所从事的行业性质相联系,如从事运输业的个体户和私营企业,本身就具有流动的性质。

二、个体户和私营企业的经营范围

经营范围是指个体户和私营企业经本人申请由工商行政管理部门根据社会需要,按照协作分工的原则,确定个体户和私营企业从事生产经营的类别界限。每个个体户和私营企业都有规定的经营范围,必须按照批准的项目从事生产经营,亮照营业,一般不准跨行业。工商行政机关和市场管理单位根据所核定的经营范围进行监督和检查,防止欺行霸市等违法行为的发生。

确定个体户和私营企业的经营范围，一是保证消费者需要的必要前提。个体户和私营企业由于从业人员广，各业人员专长不一，从事的行业繁多，按照市场的客观需要，根据各自的专长确定经营范围和经营项目，就能使它们在社会主义统一市场上、相互协作配合，各展其长，各显其能，共同组成富于弹性的分工分业网络，保证消费需要全面地得到满足；二是有计划地组织生产经营活动的依据。按行业分工，确定各个个体户和私营企业的经营范围，可以使它们在行业之间配备合理，避免畸重畸轻跨行跨业的现象发生，消除买难卖难；三是有利于促进个体户和私营企业坚持社会主义经营方向，有利于促进它们提高经营管理水平，发挥优势，形成各自的生产经营特色，防止倒买倒卖，偷税漏税的现象发生。

我国个体户和私营企业现阶段从事的行业和经营范围是根据《中华人民共和国宪法》的有关条款，国务院对城镇个体户和私营企业的性质、经营范围和其他有关政策性规定而确定的。一般说来，可以综合为下列几个行业：小型工业，手工业，零售商业，饮食业，服务业，修理业，副食加工业，长途贩运，代购代销，蔬菜业，运输业，医药业，屠宰业，小水产小动物和花草苗木业。

小型工业、手工业，可以允许使用机动工具加工、生产，填补国营企业和集体企业生产的不足；零售商业，除向国家商业批购商品外，还可以经营完成国家计划任务后的工业消费品，以及国家计划没有规定任务的其它商品，主要经营日用工业品；饮食业，主要经营饭馆、店摊、面食馆、茶摊、酒馆、油货店、冷饮店、小吃店和小食品及其他形式的早晚服务部；服务业的经营范围，一般是理发、照相、洗染、浴池、雕刻、修指、擦鞋、缝纫；修理业，允许为人民生活服务，也可为生产、科研修理服务，如修理钟表、收录机、电视机、洗衣机、农业机具、电汽焊等；副食品加工业的经营范围包括糕点、罐头、烟、酒、糖、茶、干果、鲜果、海味、蜜饯和各种调料等；长途贩运的经营范围，包括国家政策无许的农副产品和工业品；代购代销是

指受国营商业和供销社商业的委托为其收购农副土特产品和废旧物资,代销工业品;蔬菜业的经营范围,除了经营各种新鲜蔬菜外,还可以兼营油盐酱醋或鱼、虾、肉类加工制品、海货和干菜、酱菜之类的商品;运输业的经营范围,除承揽货运以及在当地车站、码头,代客包装、装卸、搬运外,还可以从事客运;医药业的经营范围,应是医疗常用药和家庭常用药,不准经营麻醉药品和毒、限药品。屠宰业的经营范围主要是屠杀“六畜”。

第三节 经营思想与战略

企业经营,是随着商品生产日益发展,市场范围不断扩大,市场竞争日趋激烈的情况下形成和发展起来的。个体户和私营企业的经营,是以外部环境和内部条件为依据,以提高经济效益为目标,从市场和用户的需要出发,使企业外部环境、内部条件与目标之间达到动态平衡,实现预定目标的经济活动过程。树立正确的经营思想,制定科学、合理的经营战略,是搞好个体户和私营企业的生产经营,实现生产经营活动的合理化、高效化的根本保证。

一、个体户和私营企业的经营思想

个体户和私营企业的经营思想,是指它们在处理经营活动中的各种问题时,应当树立的一些基本观念,也是贯穿于经营活动全过程的指导思想。具体地说,个体户和私营企业应确立以下经营思想或观念。

1、立足于市场的观念。个体户和私营企业的生产经营活动与市场息息相关,它们与市场的关系如同鱼和水的关系,离开了市场,生产各要素无从获得,产品和劳务的价值也无从实现。因此,确立市场观念,是发展个体户和私营企业的客观要求。树立正确的市场观念,就是要求个体户和私营企业的经营者,能了解和掌握国家制定的有关的方针、政策、法令、法规;能了解和运用现行的市场组

织、市场结构、市场机制,遵循价值规律的客观要求;能科学、合理地预测市场需求的变化及其发展趋势;能积极主动地根据市场需要的变动,调整和优化自身的生产经营过程。

2、用户至上的观念。个体户和私营企业生产的产品和提供的劳务,都是以顾客和用户为对象的。顾客和用户的需求,是个体户和私营企业从事生产经营活动的出发点和归宿;拥有众多的顾客和用户,是个体户和私营企业得以存在和发展的客观基础,否则,个体户和私营企业的存在和发展就成了无源之水,无本之木。因此,树立用户至上的观念,是密切个体户和私营企业与市场的联系,提高市场占有率和经济效益的前提。树立用户至上的观念,就是要求个体和私营企业,从满足顾客和用户的需要出发,研究他们的消费心理,想他们之所想,急他们之所急,为他们提供质优量足的产品和高服务质量的劳务。

3、竞争的观念。个体户和私营企业从诞生的那天起,就离不开市场,离不开竞争,与市场 and 竞争结下了不解之缘,回避和惧怕竞争之举是徒劳的;而且,也只有通过竞争,他们才能不断地发展自己,壮大自己,完善自己,才能以适销对路、物美价廉的产品和高质量的服务占领市场,提高其占有率。但是在社会主义市场经济的条件下,这种竞争和资本主义那种弱肉强食、不择手段的竞争在性质上是有区别的,它是在国家的监督和指导下的竞争。因此,树立竞争的观念,就是要求个体户和私营企业,在国家有关方针政策和职业道德允许的范围内,各显其能,各显神通,使自己在竞争的角逐中立于不败之地。

4、最优利润的观念。个体户和私营企业主以所有者和经营者的双重身份从事各种生产经营活动,他们自身的利益与生产经营活动的效益息息相关。因此,从自身的利益出发,把利润和价格作为自己行为的导向,根据各生产要素价格的变化和产品、劳务利润的多寡来配置资源和决定产品和劳务的生产,是价值规律作用于

个体户和私营企业的必然结果。但是个体户和私营企业对利润的追求并不是没有限制的,国家要通过各种经济杠杆和行政手段、法律手段,把它们的发展纳入社会主义市场经济的轨道,纳入国民经济统一发展的轨道,监督和诱导它们正确处理本位利益和国家利益、雇主利益和雇员利益之间的关系,因此,个体户和私营企业要以获取最优利润为经营目标。

5、不断创新的概念。竞争,实际上是产品和劳务的竞争、技术的竞争、人才的竞争。个体户和私营企业要提高竞争能力,并在竞争中取胜,就要发挥其创新能力。永无止境地创新,是它们长期稳定发展的经营要诀。因此,个体户和私营企业要永不满足现状,用改革创新的思想作指导,不断发展和采用新的技术,开发和经营新的产品(包括新的结构、新的材料、新的品种和款式、新的包装、新的用途等),以新取胜;不断提高产品的质量,以优取胜;不断降低产品的成本,以廉取胜;不断改善服务方式和态度,讲究信誉,以诚取胜;根据市场需求的变化,及时调整自己产品的结构,以快取胜;不断开拓新的市场和开辟新的服务领域,扩大自己的经营规模,以多取胜。

6、不断提高自身素质观念。个体户和私营企业在竞争中的成败,决定于自身的经济实力和经营能力。因此加强雇主和雇员在知识和能力方面的修养,提高他们自身的素质,是个体户和私营企业提高经营能力的关键和强化自我积累、自我改造、自我发展、自我约束能力的有效途径。

7、主动、灵活的协作观念。个体户和私营企业的发展,弥补了国营、集体生产的一些不足,起到了拾遗补缺的作用,这是发展社会主义市场经济和发展社会化的大生产所必需的,是个体户和私营企业发展方向。不仅如此,个体户和私营企业还要本着走专业化协作道路的原则,广泛发展与国营企业、集体企业和其它个体户私营企业在经济、技术上的联系,成为国民经济发展的有机组成部分。

分。

二、个体户和私营企业的经营战略

个体户和私营企业在开展经营活动中,有了正确的经营思想后,如何根据预定目标的要求,结合企业的内外部条件、市场变化、竞争形势等,从有效地提高经济效益出发,趋利避害,扬长避短,采取正确的经营战略,是经营中的一个取得成功的重要诀窍。

(一)市场开发战略

市场开发战略是关于个体户和私营企业将来发展的一种总体性的经营战略,它可以分为以下四种类型。

1、市场浸透型。市场浸透型战略,是提高原有产品和劳务在市场的占有率的战略。采取这种战略的前提是,原有市场对老产品和劳务还有需求。因此,个体户和私营企业,可以通过提高产品质量,降低产品价格,改善售后服务,改良劳务质量等措施,从竞争者手中将用户夺过来,扩大老用户的需求。

2、市场开拓型。市场开拓型战略,是给原有的产品和劳务寻求新市场以扩大需求量的一种战略。一般说来,个体户和私营企业在开拓新市场时,应选择那些潜在需求大,竞争者不多和能充分发挥其优势的销售地区和市场面作为目标市场,并实现新旧市场的有机结合和有序更替。

3、新产品开发型。新产品开发型战略,是指用新产品取代老产品、新劳务代替旧劳务以继续占领市场的战略。个体户和私营企业在采用此种战略时,一是要选择尚无竞争产品和劳务出现的有利时机作为新产品和劳务投放市场的时机;二是要搞好新旧产品和劳务之间的衔接,一般说来,老产品和旧劳务进入衰退期之时,就是实现新旧产品和劳务替代的最佳时期。

4、多角化经营型。多角化经营型战略,是一方面开发投放新产品,一方面开拓新市场,双管齐下,用新产品和劳务去占领市场的战略。在市场需求多变且需求具有层次性和结构性的情况下,个体

户和私营企业可以充分利用自己灵活、方便的优势,采用多角化经营。

(二) 市场经营组合战略

市场经营组合战略,是综合考虑有关市场营销因素,实现它们之间的最佳有机组合,以便更快地占有市场,提高市场占有率和经济效益的战略。

影响市场营销的因素是多种多样的,如产品的品种和质量、价格、商标、广告、销售渠道、包装与装潢等,归纳起来,可分为产品、分销、价格、促销四项要素。营销因素组合并不是固定不变的,而且一种动态的组合,因为产品、分销、价格、促销四项因素,每一项因素都包含着许多子因素,如分销包括销售渠道、运输设施、储存设施、存货控制等。显然,当某些因素发生变化时,旧的营销组合就需要变革。

在一定的时期内,个体户和私营企业营销组合的方案也不是单一的。如某家私营家用电器厂,根据不同的内外环境,设计了如下销售组合的方案:

销售因果组合方案

内容	A 组组合方案	B 组组合方案
产品	高档、整套售销	低档、单件销售
价格	高价,高利润率	低价、低利润率
分销	向全国大城市出售, 通过特约经销商出售	只在本地区出售,通过家 用电器商店和百货商店出售
促销	除派员推销展销外,大量做广 告,包括电视、电台、报纸	只做少量广告,并且采取简 单的广告牌的宣传方式

显然,两个不同组合的策略,其作用与效果也不同。个体户和私营企业只要善于根据内外部环境变化的情况,适时地、合理地运用和调整营销组合方案,就可以在不增加费用支出的条件下,提高市场的占有率,从而求得更大的经济效益。