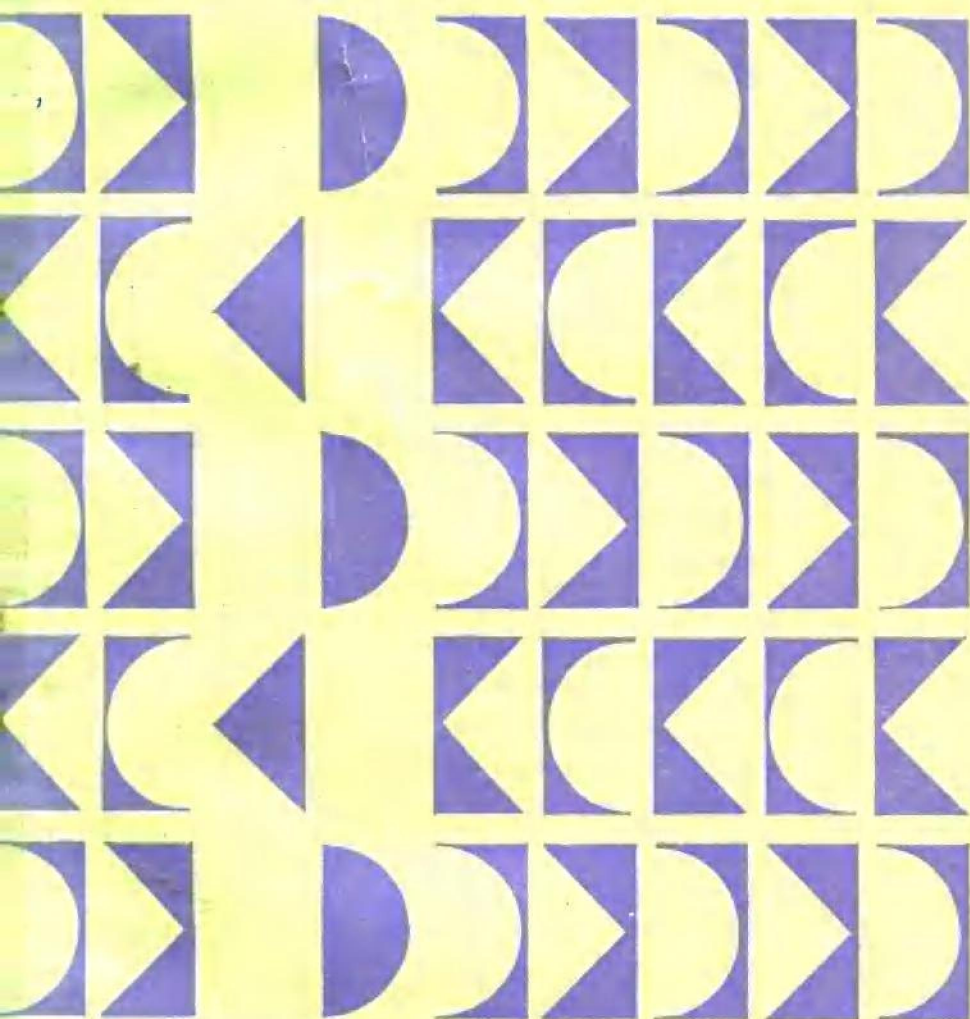


工商企业经营手册

《工商企业经营手册》编写组

福建人民出版社



GONGSHANGQIYEJINGYINGSHOUCE

工商企业

经营手册

《工商企业经营手册》编写组

福建人民出版社

一九八七年·福州

工商企业经营手册
《工商企业经营手册》编写组

福建人民出版社出版

(福州得贵巷27号)

福建省新华书店发行

福建新华印刷厂印刷

开本850×1168毫米 1/32 14.625印张 326千字

1987年8月第1版

1987年8月第1次印刷

印数：1—7320

ISBN 7—211—00175—5
F·5

书号：4173·119
定价：2.85 元

前 言

改革、开放的巨轮推动了商品生产和商品流通的发展，一个发达的有计划的社会主义商品市场正在我国形成。竞争观念已逐步深入到各个领域，广大工商企业家和管理人员正以空前的积极性学习经营理论，探索经营方法。我们正是为了适应这一全新情况，作了编写《工商企业经营手册》这个尝试。

本书是一本工具书，内容包括了经营理论、方法、手段、策略及应具备的合同法和对外贸易一些知识。由于涉及面很广，所以只是精选了适应当前工商企业经营常用的条文，而这些条文的内容，都是企业经营管理所必须掌握的基本理论和方法。因此，本书既适合于工商企业家、管理人员日常从事经营管理的需要，又可供电大、函大、业大、刊大以及大中专院校有关管理专业的师生作为学习的参考。

本书编写人员：李宜瑚（第一、第五部分）、王振雄（第二、第十部分）、黄志魁（第四、第九部分）、施勇明（第六、第八部分）、郑思奋（第三、第七部分）。全书由郑思奋、黄志魁总纂审定。

发达的商品经济，才能产生丰富的经营理论。我国长期以来由于经济体制的原因，工商企业管理人员很少涉足经营，因而，工商企业经营学在我国还是一门新兴的发展中学科，编者也正在学习，所以在材料的消化、内容的提炼和体系的安排等都存在不少缺点，恳请广大读者批评、指正。

本书在编写过程中参考了国内外大量资料与文献，由于参考书数量很多，不能一一列出，在此，谨向有关参考书的作者们致谢。

编 者

1987年1月

目 录

一、经营综述

1. 工业企业	(1)
2. 商业企业	(2)
3. 企业经营	(3)
4. 经营思想	(4)
5. 经营战略	(5)
6. 经营策略	(6)
7. 经营要素	(6)
8. 经营环境	(6)
9. 经营目标	(7)
10. 经营方针	(8)
11. 企业信誉	(9)
12. 粗放经营	(9)
13. 集约经营	(9)
14. 中外合资经营	(10)
15. 经营管理系统工程	(10)
16. 租赁经营	(11)
17. 经营承包责任制	(12)
18. 边角市场经营	(13)
19. 企业多角化经营	(13)
20. 横向经济联合	(15)

21. 经济杠杆.....	(15)
22. 投资环境.....	(17)
23. 工业公司.....	(17)
24. 行政性工业公司.....	(19)
25. 企业性工业公司.....	(20)
26. 企业责任.....	(21)
27. 企业行为.....	(21)
28. 企业竞争.....	(22)
29. 企业素质.....	(23)
30. 企业群体.....	(24)
31. 企业破产.....	(25)
32. 超级市场.....	(26)
33. 零售商业.....	(27)
34. 批发商业.....	(27)
35. 零售企业经营范围.....	(29)
36. 商品结构.....	(30)
37. 商品目录.....	(31)
38. 出口商品生产基地.....	(32)
39. 企业经营管理咨询.....	(33)
40. 商业道德.....	(35)
41. 公共关系.....	(35)
42. 消费者协会.....	(36)

二、市场与市场预测

43. 市 场.....	(38)
44. 市场类别.....	(38)

45. 市场研究.....	(39)
46. 市场观念.....	(39)
47. 市场开拓.....	(40)
48. 市场信息.....	(40)
49. 市场细分化.....	(41)
50. 市场经营.....	(41)
51. 市场经营组合.....	(42)
52. 目标市场.....	(43)
53. 市场渗透.....	(43)
54. 以市场为中心的原则.....	(43)
55. 生产资料市场.....	(44)
56. 生活资料市场.....	(45)
57. 农产品市场.....	(47)
58. 服务市场.....	(48)
59. 国内市场.....	(48)
60. 国际市场.....	(49)
61. 买方市场.....	(49)
62. 卖方市场.....	(49)
63. 技术市场.....	(49)
64. 资金市场.....	(51)
65. 市场调查.....	(53)
66. 市场调查内容.....	(53)
67. 市场调查步骤.....	(54)
68. 市场调查作用.....	(55)
69. 产品调查.....	(56)
70. 销售调查.....	(57)
71. 购买动机调查.....	(58)

72. 购买方式调查.....	(59)
73. 购买力调查.....	(60)
74. 竞争调查.....	(60)
75. 市场调查方法.....	(62)
76. 室内研究.....	(62)
77. 直接调查.....	(62)
78. 市场普查.....	(63)
79. 典型调查.....	(63)
80. 重点调查.....	(63)
81. 抽样调查.....	(64)
82. 随机抽样调查.....	(64)
83. 市场询问调查法.....	(66)
84. 市场研究观察法.....	(66)
85. 市场研究实验法.....	(67)
86. 市场预测.....	(67)
87. 市场预测步骤.....	(68)
88. 市场预测范围.....	(69)
89. 市场预测期限.....	(69)
90. 市场需求预测.....	(69)
91. 市场占有率预测.....	(70)
92. 市场潜力预测.....	(71)
93. 市场预测方法.....	(72)
94. 集合意见预测法.....	(72)
95. 德尔菲法.....	(73)
96. 时间序列分析法.....	(74)
97. 回归分析预测法.....	(76)
98. 相关分析预测.....	(79)

三、经营计划与经营决策

99. 计 划.....	(81)
100. 全面计划管理.....	(81)
101. 企业生产经营计划.....	(82)
102. 生产技术财务计划.....	(82)
103. 长期经营计划.....	(84)
104. 商业经营计划内容.....	(86)
105. 商品资源分配平衡表.....	(87)
106. 投入产出法.....	(87)
107. 年度生产经营计划.....	(88)
108. 计划指标.....	(92)
109. 指令性计划.....	(92)
110. 指导性计划.....	(93)
111. 数量指标.....	(93)
112. 质量指标.....	(93)
113. 指标体系.....	(93)
114. 实物指标.....	(94)
115. 标准实物量指标.....	(94)
116. 价值指标.....	(95)
117. 滚动计划.....	(95)
118. 弹性计划.....	(96)
119. 市场调节.....	(96)
120. 综合平衡.....	(97)
121. 企业投资计划.....	(98)
122. 规模经济.....	(98)

123. 以销定产.....	(100)
124. 以产定销.....	(100)
125. 目标管理.....	(101)
126. 制订经营目标原则.....	(102)
127. 目标控制.....	(104)
128. 工业总产值.....	(104)
129. 商品产值.....	(105)
130. 净产值.....	(105)
131. 商品供应和商品需求.....	(106)
132. 经营决策.....	(106)
133. 传统决策理论.....	(107)
134. 现代化决策理论.....	(107)
135. 科学决策.....	(107)
136. 决策内容.....	(108)
137. 决策程序.....	(110)
138. 决策特征.....	(112)
139. 决策分析特点.....	(112)
140. 价值准则.....	(113)
141. 决策对演法.....	(114)
142. 决策权衡.....	(114)
143. 决策修正.....	(114)
144. 程序化决策.....	(115)
145. 非程序化决策.....	(115)
146. 战略性决策.....	(115)
147. 管理决策.....	(115)
148. 业务决策.....	(116)
149. 决策原则.....	(116)

150. 优秀决策者.....	(118)
151. 决策群结构.....	(118)
152. 商业经营目标决策.....	(119)
153. 最佳采购（进货）批量.....	(119)
154. 确定型决策.....	(120)
155. 风险型决策.....	(120)
156. 决策树.....	(122)
157. 灵敏度分析.....	(124)
158. 决策的软方法.....	(125)
159. 不确定型决策.....	(126)

四、产品开发与技术引进

160. 产品开发.....	(130)
161. 新产品.....	(130)
162. 老产品.....	(131)
163. 产品整体概念.....	(131)
164. 产品外观.....	(132)
165. 产品品种.....	(133)
166. 式 样.....	(134)
167. 式样与时尚周期.....	(134)
168. 流行色.....	(134)
169. 产品系列平衡法.....	(135)
170. 产品寿命周期.....	(137)
171. 产品寿命周期再循环.....	(138)
172. 产品寿命周期判断.....	(140)
173. 延长产品生命周期方法.....	(141)

174. 产品寿命周期的实际应用.....	(141)
175. 新产品开发基础工作.....	(143)
176. 新产品开发方式.....	(144)
177. 新产品的发展方向.....	(145)
178. 新产品的开发步骤.....	(145)
179. 新产品的开发策略.....	(146)
180. 产品设计.....	(146)
181. 优化设计.....	(147)
182. 产品设计的基本要求.....	(147)
183. 新产品的的设计程序.....	(147)
184. 标准化.....	(148)
185. 系列化.....	(148)
186. 通用化.....	(148)
187. 工艺准备工作.....	(149)
188. 产品创意.....	(150)
189. 新产品试制.....	(152)
190. 新产品试制费.....	(153)
191. 发展新产品的的评价.....	(153)
192. 技术引进.....	(157)
193. 技术转移和技术转让.....	(157)
194. 专 利.....	(158)
195. 专利制度.....	(158)
196. 专利权.....	(158)
197. 专利法.....	(159)
198. 技术贸易.....	(160)
199. 许可证贸易.....	(160)
200. 专利许可证贸易.....	(160)

201. 技术诀窍许可证贸易	(161)
202. 商标许可证贸易	(162)
203. 技术引进的方式	(162)
204. 技术引进的原则	(163)
205. 成套设备引进	(163)
206. 技术咨询服务	(164)
207. 租赁设备	(164)
208. 技术引进前期工作程序	(165)
209. 项目初步选择	(165)
210. 技术经济研究	(166)
211. 项目研究四阶段	(166)
212. 可行性研究	(167)
213. 可行性研究的工作阶段	(168)
214. 可行性研究的编制程序	(169)
215. 可行性研究内容	(170)
216. 简单投资收益率	(170)
217. 货币时间价值	(171)
218. 复 利	(171)
219. 现值法	(172)
220. 年 金	(172)
221. 净现值法	(173)
222. 内部报酬率法	(174)
223. 招标与投标	(174)
224. 招标程序	(175)
225. 技术引进消化	(175)
226. 反求工程	(176)

五、货币与价格

227. 货 币	(177)
228. 通 货	(178)
229. 硬 币	(178)
230. 软 币	(178)
231. 纸 币	(178)
232. 货币流通规律	(179)
233. 纸币流通规律	(179)
234. 货币购买力	(180)
235. 货币供应量	(180)
236. 货币投放	(181)
237. 货币回笼	(182)
238. 货币流通速度	(182)
239. 通货膨胀	(182)
240. 信 用	(183)
241. 信用货币	(183)
242. 国库券	(184)
243. 银行券	(184)
244. 票 据	(184)
245. 银 行	(185)
246. 信用社	(187)
247. 直接融资和间接融资	(188)
248. 债 券	(189)
249. 期票贴现	(189)
250. 贴现值	(189)
251. 股份公司	(190)

252. 股 票	(191)
253. 股 利	(191)
254. 利息和利率	(192)
255. 货币贬值	(192)
256. 货币升值	(193)
257. 储备货币	(193)
258. 价 格	(193)
259. 价格标准	(194)
260. 理论价格	(194)
261. 价格体系	(195)
262. 价格构成	(195)
263. 计划价格	(196)
264. 浮动价格	(197)
265. 市场价格	(197)
266. 影子价格	(198)
267. 出厂价格	(198)
268. 调拨价格	(199)
269. 批发价格	(200)
270. 零售价格	(201)
271. 现行价格	(201)
272. 不变价格	(202)
273. 计税价格	(202)
274. 结算价格	(202)
275. 重置价格	(203)
276. 协作价格	(203)
277. 商品比价	(204)
278. 剪刀差	(205)

279. 数量差价	(205)
280. 商品差价	(206)
281. 购销差价	(206)
282. 批零差价	(206)
283. 地区差价	(206)
284. 季节差价	(207)
285. 质量差价	(207)
286. 技术商品价格	(208)
287. 订 价	(209)
288. 浮动价格的制订方法	(210)
289. 议定价格的制订方法	(211)
290. 协作价格的制订方法	(212)
291. 低额订价法	(212)
292. 高额订价法	(213)
293. 中间订价法	(213)
294. 尾数订价法	(213)
295. 习惯订价法	(214)
296. 声誉订价法	(214)
297. 均衡订价法	(214)
298. 需求弹性系数	(215)

六、商标与广告

299. 商 标	(217)
300. 商标形式	(218)
301. 商标的分类	(218)
302. 文字商标	(218)
303. 图形商标	(218)