

中等供销学校试用教材

农业生产资料 商品经营学

SHANG YE CHU BAN SHE

中国商业出版社

中等供销学校试用教材

农业生产资料商品经营学

主编：汤传璞

中国商业出版社

(京) 新登字 073 号

中等供销学校试用教材
农业生产资料商品经营学

主编 汤传璞

*

中国商业出版社出版发行
(北京复兴门内大街45号)

邮政编码: 100801

新华书店总店科技发行所经销

北京北方印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 15印张 332千字

1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷

印数: 1—10000册 定价: 3.75元

ISBN7-5044-1412-3/F·931

努力学习理论知识

提高经营管理水平

潘 遥

编 审 说 明

本书是根据商业部系统中等供销学校农业生产资料专业教学计划的要求，由商业部教育司和农业生产资料管理办公室组织有关院校教师和农资经营管理部门的同志共同编写的，供中等供销学校农业生产资料专业作为一门专业课教材，也可供农业生产资料经营管理部门干部、职工作为业务学习读本。

本书以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导，从我国农业生产资料商品流通的实际出发，围绕如何提高农资商品经营的经济效益，对农资商品经营的一般特点、规律、政策、原则和方法，以及业务计划、价格、核算与农资经营的系列化服务等，进行较系统、全面的阐述，旨在使读者获得系统的农资商品经营管理知识，培养和提高分析、解决实际问题的能力。

本书曾在1984年6月，由商业部农业生产资料局印刷作为内部使用教材和读本。这次公开出版前，对原书进行了系统、全面的修改，并增添了部分章节和新的内容。

为提高本书的应用性和可操作性，我们增加了附录部分，汇编了国务院和商业部等部委有关的政策、法规、制度的文件十多篇，供读者参阅。

本书在编写过程中，得到了中国农业生产资料公司的积极支持，该公司有关部、处提供了许多宝贵资料，在编写大纲以及撰写教材方面提出了许多建设性的意见。在本书出版

之际，仅致以衷心的感谢。

本书主编为商业部教育司副司长汤传璞，副主编为中国农业生产资料公司科教处处长冯振生。北京经济学院贸易经济系主任曹厚昌副教授协助主编最后完成书稿。参加本书修改和编写的有：汤传璞（绪言、第一章），曹厚昌（第二、六章），中国农业生产资料公司张裕光（第三、四、五章），王沛弟（第十一、十三章），王树林（第十章），浙江省台州供销学校周银森（第七、八、十二章），辽宁省昌图县农业生产资料公司许似冰（第九、十四章）。汤传璞、王沛弟编写了附录。中国农业生产资料公司刘芳、黑龙江省绥化供销学校向殿福参加了本书的组织编写和部分章节的讨论、核稿工作。本书由中国农业生产资料公司李德深、喻福高等审阅定稿。

由于编者水平所限，不妥之处真诚希望读者批评指正。

商业部教材领导小组

1991年8月

原编写说明

本书是根据商业部教育司学校教材建设规划的要求，由我局主持并吸收有关院校的教师和农业生产资料经营部门的同志共同参加编写的。经教育司和我局审阅，可供各地供销学校农业生产资料专业作为试用教材，也可作为有关高等院校教学的参考资料和农业生产资料经营部门的干部、职工业务学习读本。

这本教材的主编为我局科教处副处长汤传璞同志，参加编写的还有湖南省怀化地区农业生产资料公司办公室主任谢企石同志、辽宁省昌图县农业生产资料公司科技股长许似冰同志、黑龙江省绥化供销学校农资教研室主任李景春同志、山西财经学院商品学教研室教员赵歧同志、四川省江津农业生产资料站业务科长刘世银同志、北京市农业生产资料公司科技科副科长冯殿忠同志、吉林省农业生产资料公司财会科长吴龙哲同志、天津市农业生产资料公司王治国同志。本书最后由汤传璞、许似冰两位同志统编、修改、定稿。李景春、谢企石同志也参与了部分章节的修改、核稿工作。北京经济学院商业经济教研室主任曹厚昌同志也参加了全书的审订，并为本书增加了一些新的内容。

为解决各地供销学校、有关院校教学和农业生产资料经营部门职工培训之急需，暂定内部印刷使用。

由于编者水平有限，难免有缺点和不妥之处，欢迎广大

读者批评指正。

商业部农业生产资料局

1984年6月

绪 言

社会再生产分为生产资料生产与消费资料生产两大类。在存在商品生产的条件下，相应地形成生产资料流通与消费资料流通。由于生产资料与消费资料的经济用途不同，因而两大类商品流通在社会再生产中的地位作用是不同的，流通过程也各有其不同的特点和规律性。《农业生产资料商品经营学》（以下简称《农资商品经营学》），是专门研究部分农业生产资料商品在流通过程中的经济现象的学科。它是在总结我国农资商品经营实践经验的基础上创立的一门部门经济学科。

农业生产资料是供农业生产消费的物质资料，是人类进行农业生产不可缺少的物质条件。马克思指出：“不论生产的社会形式如何，劳动者和生产资料始终是生产的因素。”

①所以人类要进行社会生产，无论是进行工业生产，还是进行农业生产，除了具备劳动力这个首要的因素外，还必须借助于生产资料这个重要的物质条件。在社会再生产中，生产资料既是进行生产的物质要素，又是物质资料生产的结果，因此，物质资料的生产与消费，是人类社会生存和发展的基础。

在我国现阶段，农业生产所需的生产资料，除自然资源以及农业本身自给一部分以外，绝大部分是通过商品交换形

①《马克思恩格斯全集》第24卷，人民出版社，1972年版，第44页。

式由工业、农机、物资和商业等部门供应的。目前，由农资商业部门经营的商品，有化肥、农药、手动农药械、中小农具、园艺工具、农用塑料薄膜、耕畜等几大类商品。这几大类农资商品，既区别于消费资料，也不同于工业生产资料，它们是直接供农业生产消费的，在农业生产中占有重要地位，对促进农业生产发展起着显著作用。

每一门学科都有本学科的研究对象，否则就不能作为一门独立学科而存在。毛泽东同志曾指出：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象”。①《农资商品经营学》是以化肥、农药、手动农药械、中小农具、园艺工具、农膜、耕畜等农资商品为对象，研究它们的经营特点、方法、经营规律及其反映的经济关系和有关方针政策等。

《农资商品经营学》是在商业经济学的基础上分化、发展起来的一门新的部门经济学科。商业经济学是研究以商业为媒介的一般商品流通，从而揭示其内在的联系和反映的经济关系及其发展规律。《农资商品经营学》则是研究一类特定的商品——农资商品的流通，具体地分析其购、销、调、存各个环节的经营活动，从这一类商品的研究中，找出不同于一般商品流通的具有特殊性的内在经济联系及其发展变化规律。从研究对象看，这两门学科的关系，是特殊与一般、个性与共性的关系。这是随着社会主义商品生产与商品交换的日益发展，研究和探讨商品经营实践活动规律的经济学科发展分化的必然结果。

①《毛泽东选集》第1卷，人民出版社，1991年版，第309页。

《农资商品经营学》同商业企业管理学的关系极为密切。经营与管理似为一对孪生姊妹，有经营则必有管理，没有管理的经营是不可能的。但是，“经营”与“管理”又是既相互联系、相互制约，又有区别的两个不同概念。前面指出过，社会再生产过程是生产过程与流通过程的统一。流通是生产和消费之间的媒介，没有流通过程，社会再生产过程就没有结束，再生产过程就不能顺利进行。人们常说，企业的产、供、销活动及其平衡，其中“产”是指生产过程，而“供”与“销”则是流通过程。产品的销售与物质供应，就是与生产活动相对应的经营活动的主要内容。商品要销售，就有一个如何使产品适销对路，适应市场需要的问题。因此，必须进行市场调查研究和预测，摸清需求，据以安排生产，并加强售后服务，重视信息反馈，这些也同样属于经营活动的内容。在商品生产条件下，生产者之间的竞争是不可避免的。在社会主义经济制度下，企业同样需要了解市场竞争对手的情况，以便扬长避短，发挥优势，增强产品的竞争能力，参加竞争。有关竞争活动也属于经营活动。此外，劳动力的补充和人才开发，设备的更新与改造，资金的筹划与运用，货款结算以及新产品的开发等，亦可划分经营的范畴。所以，经营是与生产活动相应的一种活动，而对企业的经营活动加以计划、组织、指挥、监督、控制，就是管理。

经营有广义与狭义之分。广义的经营是把生产活动包括进去，具体指企业产、供、销活动的总体；如果经营不包括生产，就是狭义的。

“经营”一词并非外来语，我国早已有之。据查，在《诗·大雅·灵台》中说“经始灵台，经之营之”；《书·召诰》中说：“既得吉卜，则经营。”经营二字是筹划营

谋，从事活动的意思。随着商品经济的出现和发展，往往专指经管办理经济事业。

《农资商品经营学》所研究的经营是狭义上的经营，即指商业企业的商品购销活动。商品经营是商业企业的基本职能，是其它各项经济活动的中心环节。通过商品经营活动，实现商品价值，并组织商品实体在地区之间、企业之间的转移。实现商品价值的过程，通常叫做商品的购销过程。组织商品在空间运动的过程，通常叫做商品的调拨和储运过程。这两个过程的统一，构成商品经营过程。因此，商品经营是以商品为对象，着重研究如何组织商品流通，开拓商品的市场，组织商品的购、销、调、存等项活动，使商品从生产领域向消费领域转移。农资商品经营的目的是力争以最小或最少的劳动消耗，实现商品从生产领域向消费领域的转移，满足农业生产的需要，促进工农业生产的发展。经营过程主要解决和体现在买卖什么商品和如何买卖商品，即买卖的对象、时间、地点和方式等问题上，以及取得的效益。商业企业包括农资商业企业在社会再生产中的作用，主要体现在经营上。经营得好，对国家和社会的贡献就大，职工所得的经济利益也将有所改善和提高。所以，商业企业应当重视商品经营，把它摆在日常工作的中心位置上。

然而，经营又需要一定的人员、商品、资金、物质技术装备、网点设置等，这些是开展经营活动必不可少的条件。但是，要把经营的可能性变成现实，还必须进行有效的管理。管理则是着重研究如何最合理地使用人力、物力、财力，有效地发挥组织、计划、指挥、监督和控制或调节的作用，以取得最好的经济效益。从这个意义上讲，《农资商品经营学》既要从宏观商品流通的角度研究、探讨商品流通的

规律性，又不能不涉及到微观的企业经济活动中的人力、物力、财力的经济活动。所以在一定意义上说，农资商品流通，就是经营过程和管理过程的统一。二者密切联系，相互依存，相互渗透。因此，从研究的对象看，《农资商品经营学》中又包括了一般认为是商业企业“管理”方面的内容，这是不足为奇的。

根据《农资商品经营学》的研究对象，它的具体任务是：

研究农资商品的收购、销售、运输、储存等各经营流转环节的意义、政策及与之有关的规定、措施等。

研究为保证经营活动的顺利实现而采取的一系列政策、原则、制度、办法，如何把商品经营搞活，加强农资商品的计划经营与市场预测，提高经营的经济效果，搞好经营责任制，执行价格政策等。

研究为促进购销业务和农业生产的发展而开展的技术服务工作的指导思想、原则和主要内容。

《农资商品经营学》的研究方法，同其它经济学科一样，是马克思主义的唯物辩证法。唯物辩证法启示人们以最科学的观点和方法去认识、观察在商品流通过程中所有的经济现象，进而透过现象找出固有的规律性。因此，它是研究一切商业经济科学的根本方法，也是研究《农资商品经营学》的根本方法。在这里必须遵循两个基本原则：一是理论联系实际的原则。就是要运用马克思主义政治经济学以及商业经济学、商业企业经营管理学的基本原理，从中国农资商品的实际出发，系统地总结我国建国以来农资商品经营工作中的正反两面经验教训，同时吸收外国的一些好的东西，形成我国的农资商品经营理论、经营方式和经营方法。三是坚

持发展的又互相联系的原则。随着农业生产责任制的稳定和完善，农村商品经济的飞跃发展，农资商品经营的各个方面都将发生许多新的变化和改革，因此要解放思想，不断研究新形势下出现的新问题，总结新经验，从而进一步丰富和发展农资商品的经营理论，用以改进农资商品的经营方式和经营方法，以便更好地为发展生产服务。

《农资商品经营学》这门崭新的经济学科，无论是现在，还是今后，都将对我们做好农业生产资料供应工作起到一定的指导作用。通过对农资商品经营理论的学习、研究，必将有助于农资部门的广大干部、职工和院校师生进一步弄懂弄通农资商品的经营规律及有关政策、制度、办法等，从而提高理论和业务水平，进一步做好农资商品的经营工作，为巩固和发展农业的大好形势，促进“四化”和商业现代化的实现做出新贡献。

目 录

绪言.....	(1)
第一章 农资商品经营概述.....	(1)
第一节 农资商品经营在国民经济中的地位和作用.....	(1)
第二节 农资商品经营的任务和基本政策.....	(5)
第三节 农资商品经营方式和特点.....	(13)
第二章 农资市场信息和经营决策.....	(21)
第一节 农资市场信息.....	(21)
第二节 农资商品的市场调查与预测.....	(28)
第三节 农资商品的经营决策.....	(54)
第三章 农资商业企业经营计划.....	(68)
第一节 农资商品流转计划.....	(68)
第二节 农资商品的国家统一分配计划.....	(73)
第三节 农资商品非统配计划.....	(77)
第四节 农资商业企业经营计划的编制与检查.....	(80)
第四章 农资商品收购.....	(88)
第一节 农资商品收购的特点和原则.....	(88)
第二节 农资商品收购形式与方法.....	(94)
第五章 农资商品销售.....	(100)
第一节 农资商品销售的意义与特点.....	(100)
第二节 农资商品的调拨.....	(103)
第三节 农资商品的零售.....	(107)

第六章 农资商品市场的销售促进	(117)
第一节 销售促进	(117)
第二节 销售服务与营业推广	(125)
第三节 商品的商标、包装与广告	(128)
第七章 农资商品运输	(139)
第一节 农资商品运输的作用和基本要求	(139)
第二节 合理组织农资商品运输	(144)
第三节 农资商品运输业务	(158)
第八章 农资商品储存	(171)
第一节 农资商品储存的必要性和基本要求	(171)
第二节 农资商品仓储业务	(179)
第三节 仓储安全与管理	(198)
第九章 农资商业企业科技系列化服务	(208)
第一节 农资商业企业科技系列化服务的必要性	(208)
第二节 农资商业企业科技系列化服务的指导思想 和原则	(214)
第三节 农资商业企业科技系列化服务的内容	(219)
第四节 农资商业企业科技系列化服务的组织领 导	(225)
第五节 农资商业企业科技系列化服务的展望	(230)
第十章 农资商品质量	(233)
第一节 农资商品质量管理的意义和任务	(233)
第二节 农资商品质量管理的特点和组织机构	(239)
第三节 农资商品质量管理办法	(243)
第十一章 农资商品价格	(248)
第一节 农资商品价格的特点和作用	(248)

第二节	农资商品的价格政策	(253)
第三节	农资商品价格的构成和比价、差价	(257)
第四节	农资商品价格的制订、调整原则和计算方法	(273)
第五节	农资商品价格成本的核算与分析	(288)
第六节	农资商品价格管理	(296)
第十二章	合理组织农资商品经营劳动	(301)
第一节	合理组织农资商品经营劳动的作用	(301)
第二节	劳动定额和编制定员与劳动组织	(304)
第三节	劳动报酬	(311)
第四节	劳动保护	(313)
第五节	职工教育	(318)
第十三章	经济核算与经济效益	(325)
第一节	农资商业企业经济核算的意义	(325)
第二节	健全企业的经济核算制度	(331)
第三节	经济效益考核	(340)
第四节	提高经济效益的途径	(348)
第十四章	农资商业企业的经济合同	(354)
第一节	经济合同在农资商品流转中的作用	(354)
第二节	经济合同条款和签订经济合同的原则	(361)
第三节	经济合同的订立和履行	(368)
第四节	农资商品经营中的涉外经济合同	(375)