

商业组织与技术讲义

乡镇企业管理系

张 隆 华

北京市农业管理干部学院

第一章 商业的发展是历史的进步

第一节 商业的产生

一、商业的定义

商业，是专门从事商品交换的行业，~~它不生产任何产品，只是以货币为媒介~~，~~通过市场交易，从商品生产者手中买进商品，然后再把商品卖给消费者。~~它不生产任何产品，只是以货币为媒介，通过市场交易，从商品生产者手中买进商品，然后再把商品卖给消费者。但它是国民经济中不可缺少的部门。

二、商业的产生

商业，是与商品生产和商品交换紧密联系的一个经济范畴，它的产生是以商品生产和商品交换的存在和发展为前提，因此研究商业的产生，必须首先了解商品交换和商品生产的产生和发展等问题。

1. 交换的产生和发展

① 交换的定义——社会生活中人们之间互相交换他们的劳动产品的活动。

在原始社会里，生产力水平是极为低下的，生产没有剩余，也没有私有财产，没有阶级，没有交换。

② 交换产生的条件及发展

随着社会生产的发展，在原始社会后期，出现连续的三次社会大分工。第一次是原始的农业和畜牧业的分工，这样出现了原始农业部落和畜牧业部落，于是在部落之间产生了交换。第二次社会大分工是农业和手工业的分工，于是，在社会上出现了一个为交换而生产的行业商品生产。这样就使交换从偶然现象发展为经常的。社会生活之必须的一种现象，从而使交换发展了。

正如恩格斯所说：“如果没有社会分工，不论这种分工是自然发生的，或者本身已经是历史成果，也就没有交换。

2. 商业的产生

① 商品交换的发展

商品生产的进一步发展，使人们用于交换的时间越来越多。人们急于想摆脱交换的重担，而更集中精力生产，这样就有一种想把交换的责任推给别人的要求，于是为商业的产生提供了可能。

② 货币的产生

货币的产生使这种可能成为现实，于是商业产生。这样完成第三次社会大分工。

第二节 商业的发展

一、前资本主义社会形态下的商业和资本主义社会形态下的商业

前资本主义阶段的商业主要指奴隶社会、封建社会，这时商业较之过去有了很大的发展，但这时的经济形态主要是自给自足的自然经济占统治地位，因此商业的发展受到了抑制。

1. 自然经济——生产者生产是为了自己消费，而不是为了交换。

2. 简单的商品经济——商品生产者占有生产资料，并亲自参加生产劳动，产品归生产者自己所有，小商品生产者出卖自己的产品的目的是为了购买自己所需要的其他商品。

因此在简单的商品经济条件下，商业和商人是在小商品生产之间媒介成商品交换，目的主要是为了交换的双方的直接消费需要服

务。

3. 商业的发展对自然经济起着瓦解作用

- ① 城市的出现发展
- ② 发达的商品经济的出现

二、资本主义商业

资本主义社会，商品经济获得了空前的发展，商品生产成为社会生产普遍的占统治地位的生产形式。商品生产发展到了最后阶段，资本主义商业的发展也达到了顶峰。

- 1. 商业内部的分工的发展
- 2. 资本主义商业资本来源，职能、牟取方式

三、社会主义商业

- 1. 社会主义商业的形成
 - ① 革命根据地时期的商业
 - ② 社会主义建改时期的商业
- 2. 社会主义商业的存在的必然性
 - ① 现阶段的生产力水平决定社会主义商业的存在。
 - ② 大力发展社会主义商业
 - ③ 建国以来的经济
 - ④ 社会主义商业的地位和作用

四、商业的发展是历史的进步

- 1. 商业的发展对自然经济起着瓦解作用

因为商业的发展，使越来越多的产品卷入交换的漩涡，使生产朝着为交换价值而生产的方向发展。这样自然会促使社会经济形态发生变化，使社会前进。

2. 有利于节约社会劳动时间

商业从生产中分离出来是历史的进步。因为它可以大大节约社会劳动时间。

① 商业独立存在可以缩短商品流通时间，加速商品转化为货币的过程。

② 商业的存在可以减少投入流通领域的资金数量和加快资金周转速度，从而增加生产领域的资金数量。

③ 商业的独立存在有利于生产分工的发展和劳动生产率的提高。

3. 商业的发展有利于社会文明的发展

① 促进物质交流，提高技术进步。

② 促进文化交流，提高文的程度。

第二章 商品流通过程

第一节 商品流通过程的购、销、调、存

商业是专门媒介成商品交换的部门，商业部门在媒介成商品交换时，总是以商品收购开始，而以商品销售告终。反映了货币——商品——货币的形态变化。同时商品调拨与储存，则是联结商品收购与销售之间的必要过程，解决了商品从生产到消费时间上、空间上的矛盾。从而完成商品实体运动。可见商品收购、销售、调拨、储存，是商品部门组织商品流通的基本业务活动。

一、商品收购

商品收购是商业部门用货币向工农业生产单位或个人购进商品的业务活动。它是商业部门业务活动的起点，为商品销售、调拨、储存业务提供物质基础。通过商业收购，一方面生产部门生产的产品实现了以商品到货币的转化，为再生产提供了条件，另一方面商业部门掌握了货源，为销售提供了充足的物资。商品收购工作搞得好坏，影响着商业部门一系列的业务活动，所以这是关键一举。

商品收购分为工业品收购和农产品采购两部分。

1. 工业品收购

① 工业生产是工业品收购的基础。工业品收购又是工业再生产的起点。

工业品收购是工业品流通的起点，搞好工业品的收购，有利于安排好工业品市场，满足人民生活需要。

② 工业品收购的特点：

a. 品种花色繁多，规格、质量复杂，消费需求千差万别，并经常变化。

b. 工业 生产周期短，受自然条件影响较小，具有相对的稳定性和均衡性，但也有季节性的商品。

c. 工业品流通具有从集中到分散，由城市到农村的特点。

d. 工业品大多是满足消费需求的必不可少的商品，必须进行市场调查预测，搞好产销关系，应以销定进。

③ 工业品收购的形式和方法

a. 收购的形式：统购、计划收购、加工订货、择优选购，合同定购。

b. 方法，对于生产规模大的，产品较多的大型工厂，可以实际派员驻厂，就厂建立商业专业用仓库，就厂办理接收手续，就厂验收，就厂发货。对于分布较为集中的中小企业，可以采取分区划片。在中心厂设接收商品小组，统一办理进货手续，就厂验收，就厂发货。对于分散的小工厂，可以派员下厂巡回，办理进货手续，也可以由工厂送到商业仓库，办理手续。

④ 收购计划：

编制收购计划要以以下三方面为基础：

第一，工业生产情况

第二，市场需求情况

第三，历史资料及发展预测

2. 农产品采购：

农产品既是人民生活的消费资料，又是工业生产的生产资料。为了保证城乡人民生活和工业生产的需要，国家必须掌握足够的农

产品，为此要做好农产品的采购工作。农产品采购，就是批发商业部门通过市场，以商品买卖形式向农业生产者取得农产品的一种经济活动。

① 农产品经营的特点：有较强的政策性，有较强的季节性，受自然条件影响较大；有明显的地域性和分散性；有一定的技术性。

② 农产品收购的基本原则：正确处理好农产品收购体现出来的各种关系。认真贯彻等价交换的原则，按价值规律办事；贯彻物质利益原则。

③ 农产品采购的方式：经购经销，议购合同订购。

④ 农产品采购程序：农产品采购程序是农产品采购企业向农业生产者组织采购时进行的一系列具体活动，它包括检验质量，评级定价，过秤入库，结算付款等几个步骤。

二、商品销售

商品销售是把商品卖出去，实现商品由实物形态到货币形态的转化。商品销售是商业企业经营活动的终点，但也是起点，所以要以销定进，使进的商品能够符合消费者需要，这样才能保证销售顺利。商业部门组织商品销售的任务有如下几方面。

1. 研究市场需求变化，搞好调查预测。
2. 开拓市场扩大销售。
3. 调整商品种类结构。

① 商品种类结构——在商品总销售额中各类商品以及同类商品中不同档次所占的比重。商品结构不合理会给企业造成一方面脱销，另一方面积压的双重压力，影响经济效益，影响商品结

构的因素是很多的，所以要根据具体情况来确定商品的种类结构。

② 商品的结构策略：

商品的结构策略是很多的，但总起来讲可以分为三类，一是广度的结构策略，二是深度的结构策略，三是相关性结构策略，这三种策略在使用时各有利弊，所以企业要扬长避短。

4. 制定销售策略

① 信誉策略：

一个企业必须通过自己的营销活动从经营方针、商品种类、服务、信用、质量等多方面创造自己的经营特点，在社会上赢得信誉，从而吸引更多的相对固定的顾客，开拓更广阔的市场，使自己在市场上处于优势地位。

② 领先策略：即“人无我有，人有我全，人全我新，人新我优。”

③ 补遗策略：即在市场竞争中，避开竞争锋芒不打“硬仗”，而着眼于拾遗补缺。

④ 期前策略：即在销售旺季到来之前，将应季产品提前投放市场。

⑤ 竞争策略。即根据市场情况和同行业的动态采取相应的措施展开竞争，力求优势地位。

5. 销售方式、方法。

① 销售方式：门市座店销售、定货会议、市场销售、展览销售、推销员销售。

② 促销方法：广告宣传、销售服务、优惠促销，扩大销售渠道等。

三、商品储运：(略)

第二节 流通环节

商品流通是指商品以货币为媒介，通过买卖实现生产领域到消费领域的转移过程，是商品所有者全部交换关系的总和。

在存在着商品、货币的社会条件下，交换是以货币为媒介而形成商品流通的。马克思指出：“流通本身只是交换的一定要素，或者也是从总体上看交换。”

商品在从生产领域向消费领域的转移过程中，所发生的买卖行为和商品转移的状态，形成商品流通环节。商品流通环节一般是指商品流通过程中每一次买卖双方交易行为结合而成的经营环节。而商品买卖行为又都是由各种类型的商业经营机构来完成的，因此我们把构成商品流通并完成某一商品流通职能的商业经营机构称之为流通环节。

在商品生产和商品交换的条件下，流通是连接生产和消费的纽带，这在流通领域中就必然要有必要的环节，以保证完成这一媒介任务。

一、流通环节存在的必要性。

1. 生产企业生产的商品数量大而且连续不断，而个别消费者需求的商品数量小，而且有间断性。

2. 生产的专业化发展使生产企业生产的产品一般是单一的，而消费者的需求是复杂多变的。

3. 生产与消费有时间上的矛盾，有季节生产常年消费的，有常年生产季节消费的。

4. 生产与消费有空间上的脱离，大部分生产地远离消费地。

要解决以上矛盾，使商品流通顺利进行，在生产领域和消费领域之间必须有一些具有各种不同经济机能的商业组织，通过这些组织的媒介机能，使商品连续不断的从生产领域转入消费领域。

二、影响商品流通环节的因素：

商品流通环节的多少，受很多客观经济因素的影响，这些因素形成每次商品流通的具体条件。研究和分析这些经济因素，在减少商品流通环节，选择合理的流通渠道时，有极为重要的作用。

1. 商品生产和商品流通的规模及交通运输条件。

- ① 商品生产和流通的规模。
- ② 商品生产的布局 and 经营特点。
- ③ 交通运输条件。

2. 商品本身的特点。

- ① 商品单价、体积、重量。
- ② 商品品种、花色、式样、规格的要求。
- ③ 商品的安全性、鲜活性、技术性、服务性的要求。

3. 消费者方面的影响。

- ① 消费者的数量和分布状况。
- ② 消费量的大小。
- ③ 消费习惯和购买习惯。

4. 商业本身的影响。

- ① 商业企业的类型。
- ② 商业企业的规模。
- ③ 商业竞争的需要。

三、选择商品流通环节的原则：

合理的商品流通环节，是完成商品流通过程的必要条件，如果超过了必要的限度，环节过多，就会延长商品流通时间，增加流通费用，对商品流通起阻碍作用。所以减少不必要的商品流通环节，是商品流通规律的客观要求。

减少商品流通环节的途径有两个：一是按照商品流通规律设置商业组织机构，即商业企业从整个商品流通的角度出发，确定建立商业企业的类型、数量、规模和设置地点。二是在经营中合理选择商品流通环节。即在假设现有各商店的类型、数量、规模和分布地点都合理的前提下，在组织商品流通时，每次业务经营应该经过哪些中间环节才合理。

第三节 商品流通过程中的“商流”与 “物流”

商品从生产领域向消费领域的转移，一般包括两方面的内容：一是商品价值的转移，即商品所有权的更替、让渡；二是商品使用价值的转移，即商品实体的物理位置的转移。前者一般称为“商流”，后者一般称为“物流”，“商流”与“物流”的统一，形成商品流通。所以“商流”和“物流”是两个相互联系又相互区别的概念。

一、“商流”的概念：

“商流”指在商品流通过程中，通过买卖活动而发生的商品价值形态的变化和所有权的转移，这叫做商业流通，简称“商流”。

二、“物流”——商品的运输、存储以及与此相联系的包装、装卸等活动，叫做物的流通，简称“物流”。

三、“商流”和“物流”的分容研究具有以下优点：

1. 减少了商品流通过程中在“物流”过程中的不必要的环节，大大缩短了商品运动的时间，及时满足市场需求。

2. 减少“物流”环节，大大节约了流通费用，减少了商品损耗，提高经济效益。

3. 降低了商品占用空间：

在我国商品流通体制改革中，借鉴外国商品流通过程中运用“商流”和“物流”分容来完成流通过程的经验，是十分有益的。

第三章 商业组织系统

目前，我国从事国内商品流通的商业机构主要是商业部系统。而商业部系统是由各级商业行政机构、各级企业管理机构、各类企业经营机构、各种仓储运转机构以及商办工业企业、基层供销社等组成，星罗棋布地遍及全国各个角落。

第一节 商业行政机构

一、商业行政机构

1. 商业行政机构的定义：商业行政机构是国务院和地方各级人民政府的组成部分，是主管商业工作的国家机关。

2. 商业行政机构与商业企业的关系。

二、商业行政机构的主要职能。

1. 制定关于商业的方针政策、法令、条例、制度等。

2. 制定长远商业计划。

3. 掌握运用经济杠杆。

4. 协调企业间、部门间的经济关系。

5. 督促检查。

第二节 商业企业管理机构

商业企业管理机构是国家管理企业的组织形式，它一般不直接进行经营活动，只负责对企业的管理工作，如各种类型的商业、市场管理处。它们主要监督检查下属商业企业执行政策的情况，经营情况，遵守经营制度、法律的情况等。这种组织机构的工作，大大

加强了国家对企业的管理，有利于维护国家、集体、消费者的利益。

第三节 商业企业经营机构

一、商业企业经营机构的定义

1. 商业企业经营机构：指在商业流通过程中，借助于各种经营手段，协调地连续不断地进行商品交换活动的一种经济构成体。即由若干个直接从事商品购销活动或直接从事饮食、服务业务的经济组织——企业构成。

2. 商业企业：

商业企业是指在社会再生产过程中专门从事商品交换的独立的经济组织。在这一概念中包含三个方面的意思：

① 商业企业 在社会再生产过程中专门通过自己的买卖商品，把商品从生产领域转移到消费领域，媒介生产和消费，实现商品的价值。

② 商业企业也是独立的经济组织，享有的权利并承担法人的义务。

③ 是经济组织，必须盈利。

3. 商业企业的生产发展。

二、商业企业经营机构的类型

商业企业的种类很多，用什么样的标准来划分，便可以得到不同的结论，一般是从以下四方面来划分：

1. 按所有制形式划分：

① 国家所有制商业企业。

② 集体所有制的商业企业：它包括三部分，一是农村供销社

系统的商业企业，二是城市小商小贩建立起~~供销合作社~~，三是~~社会集资兴办的商业~~。

③ 合资、联营商业企业。

④ 独资商业企业。

2. 按企业在商品流通中的地位可以划~~分~~

① 批发企业：它是指专门从事商品批~~发~~业务的商业企业，~~属于~~于商品流通的中间环节。

② 零售企业：它是通过商品销售，直接满足消费者生活需要的商业企业，处在商品流通的终端。

3. 按商业企业经营规模划分，可以分为：

① 大型商业企业。

② 中型商业企业。

③ 小型商业企业。

4. 按商业企业经营商品类型来划分，可以分为：

① 综合商业企业。

② 专业商业企业。

第四章 商业企业组织机构

第一节 确定商业企业组织机构的原则

一、组织结构的概念：

1. 定义：指企业为执行管理职能，贯彻方针政策，实施经营计划的组织形式。是构成企业各机构有序结合的一种状态。

2. 组织结构在企业管理中的作用。

① 组织结构的完善能够起到把分散的、孤立的力量聚集结合为集体的力量，挖掘企业人力资源的作用。

② 它能把分工协作关系综化、固定化、具有促进分工协作关系趋于完善、合理、发展的作用。

③ 能够协调各部门，各环节之间的关系，具有保证企业经营管理活动正常有序进行的作用。

④ 能够把个人的活动同企业的经营目标和计划任务联系起来，使个人目标和企业目标一致。

⑤ 明确各机构的职权范围及在企业中的地位和作用。

二、设置组织机构的原则：

1. 目标原则：必须有一个设置组织机构的总体目标，否则，组织机构的设置就毫无意义，不能为组织而组织，组织起来是为了进行工作。

2. 专业化原则：在任何团体中，每个成员的活动必须尽可能地限于单一任务的完成。

3. 职责明确：职责范围要有明确规定，并有文字说明。

4. 职责与职权应相对应：有利于调动人员的积极性。