

商业计划学

广西教育出版社

前 言

本书是在一九八六年春编印的《商业计划》教材的基础上，经一九八六年冬和一九八七年秋全国商业专科学校计划统计学科协作会南宁会议和福州会议的讨论修改而成。

两次会议对《商业计划》的体系结构、内容、计划理论、计划方法、章节安排等都作了充分的肯定，认为对过去传统的《商业计划》教材有新的突破，适合当前计划体制改革的需要。为了更好地适应教学的要求，在原书的基础上，加强了商品流通计划理论部分，增加了“导言”“商业发展战略规划”两章，并根据党的十三大代表会议上，赵紫阳同志所作报告的理论对本书进行了修改和补充。力求使本书内容体现十三大会议的精神，反映我国社会主义初级阶段有计划的商品经济的特点，具有时代的新气息。

本书定名为《商业计划学》。适合商业和经济类大专院校职工大学计划统计专业作教材，也适合大中专院校计划统计专业和其他专业作参考，计划统计专业干部自修学习之用。

本书由广西商业专科学校陈义群副教授主编，江苏商业专科学校陈宏谋副主编。参加本书编写和修改的同志有：河北商专何凤芝（第二章），上海财经大学汪惠元（第三章），湖南商专唐生璜（第四章），河南商专王光甫（第五章），福建商专李滨峰（第六章），广西商专陈义群（导言、第七章），辽宁商专王光大（第八章），江苏商专陈宏谋（第一章、第九章）。参加本书讨论的有：四川商专陈乃丁，贵州商专曹秀琼，福建商专陈华生，湖南商专易巨勋，江苏商专龚庆震，辽宁商专杨楷林，广西商专黄光云等同志。他们对本书各章节都提出了宝贵的意见。

由于编者的水平有限，错谬之处难免，恳请读者批评指正。

《商业计划学》编写组

导 言

一、商业计划学是一门年轻的经济学科

科学来源于实践。无论是自然科学，还是社会经济科学，都离不开实践，都是实践的科学概括和总结。

社会主义经济的基本特征是计划经济，实行计划经济是社会化大生产和生产资料公有制经济相结合的客观必然。苏联十月革命以后，无产阶级掌握了政权，生产资料实行了公有制，使得在社会主义国家实行计划经济成为可能。从苏联十月革命到现在，只有短短的几十年时间，把计划工作概括和总结为计划经济科学，时间就更短了。

商业是国民经済的一个重要组成部分，商品交换是社会再生产的一个重要环节。既然整个国民经济都实行计划管理，那么，商业和商品流通就毫无疑问地应该纳入社会主义计划轨道。建国三十多年来，我国的商业计划工作和整个国民经济计划一样，从无到有，从简单到复杂，逐步建立和发展起来。作为商业计划工作实践的概括和总结，商业计划学这门科学也相应地建立和发展起来。可见，商业计划学是在社会主义商业计划工作实践基础上发展起来的一门年轻的学科。

社会主义国家都实行计划经济，但各国的国情不同，每个国家都有自己的计划经济实践，不可能采用同一个计划经济模式，都在探索适合自己国情的模式，力图把本国的计划经济发展得更好。“建国以来，我们实行计划经济，集中大量财力、物力、人力，进行大规模的社会主义经济建设，取得了巨大的成就。同时，

历史的经验也告诉我们，社会主义的计划体制，应该是统一性与灵活性相结合的体制。尤其是考虑到我国幅员广大，人口众多，考虑到交通不便，信息不灵，经济文化发展很不平衡的状况在短期内还难以完全改变，考虑到我国目前商品经济还很不发达，必须大力发展商品生产和商品交换的实际情况，建立这样的计划体制就更加迫切。如果脱离现实的国情，企图把这种社会经济活动统统纳入计划，并且单纯依靠行政命令加以实施，忽视经济杠杆和市场作用，那就不可避免地会造成在计划的指导思想主观和客观相分离，计划同实际严重脱节。”

“根据历史的经验和十一届三中全会以来的实践，应该对我国计划体制的基本点进一步作出如下的概括：第一，就总体说，我国实行的是计划经济，即有计划的商品经济，而不是那种完全由市场调节的经济；第二，完全由市场调节的生产和交换，主要是部分农副产品，日用小商品和服务修理行业的劳务活动，它们在国民经济中起辅助的但不可缺少的作用；第三，实行计划经济不等于以指令性计划为主，指令性计划和指导性计划都是计划经济的具体形式；第四，指导性计划主要依靠运用经济杠杆的作用来实现，指令性计划是必须执行的，但也必须运用价值规律。”

“计划工作的重点要转移到中期和长期计划上来，适当简化年度计划，并相应改革计划方法，充分重视经济信息和预测，提高计划的科学性”

*中共中央这个决定，不仅对我国如何建立具有中国特色的社会主义计划体制作出高度的概括和总结，而且还对计划经济学和商业计划学指出了研究的方向和研究的内容。既然我国必须大力发展商品生产和商品交换，而商业的基本职能就是进行商品交换，那么，如何根据新时期的

*摘自《中共中央关于经济体制改革的决定》人民出版社1984年10月

历史任务,我国的国情和实践经验,揭示我国社会主义商品流通计划规律,进一步发展、充实和逐步完善我国社会主义商业计划学,以便用科学理论来指导商业计划工作,就成为广大商业计划工作者和商业计划理论工作者当前迫切需要研究的新课题。

二、商业计划学研究对象

科学门类的区分,其关键在于研究对象的不同。正如毛泽东同志指出那样,科学研究的区分,就是根据科学对象所具有的特殊矛盾性。因此,对于某一领域所特有矛盾的研究,就构成某一门科学的研究对象。毛泽东同志是从矛盾论的角度提出问题的,这里所指的特殊矛盾性,就是每门科学所研究的区别于其他科学或学科的特殊规律性,因为任何科学都是揭示和研究客观规律的。

商业计划学属于部门计划学,它与国民经济计划学的区别在于国民经济计划学是从社会范围内研究社会生产和社会需要的数量关系的规律性,而商业计划学则是从全社会范围内研究商品交换数量关系的规律性。当然经济计划学也研究商品交换的规律性,但它是把商品交换放在社会生产和社会需要之中来研究的,而商业计划学则是从商品流通的角度来研究社会生产和社会需要的数量平衡规律性的。研究的角度、具体领域和范围的不同,就构成了商业计划学自己独特的研究对象。那么,如何用最简洁的语言来表达商业计划学的研究对象呢?可以认为:商业计划学是一门在社会主义制度下,以商品流通过程中,自觉地保持社会商品供应与社会商品需求数量平衡关系规律性的方法为研究对象的经济科学。

商业计划学以商品流通过程中的商品交换与商品生产、商品消费数量平衡关系为研究对象有其客观必然性。首先,它是

由社会再生产过程的特点所决定。社会再生产过程是生产过程和流通过程的统一，是生产、分配、交换、消费循环周转的过程，如果商品交换和商品生产的数量不平衡，就会影响生产，最终导致社会再生产过程的循环受到阻碍。其次，是由社会主义商品生产目的——满足消费需要所决定。消费是生产的目的，生产是消费的手段，商品生产必须是为了满足消费需要。在有计划的商品经济条件下，生产与消费的联系是以商业为媒介，是通过商业企业的销售活动来实现的。生产能否满足消费需要，不仅取决于生产力发展水平，而且在很大程度上还取决于商业企业的商品销售是否首先在数量方面以及结构等其他方面符合消费者的需要，商品销售和消费需要最终必须保持量的关系平衡。第三，它是由商业企业经营的特点和目的所决定。商业企业经营的特点是为卖而买，为卖而存，企业的经营目的是满足消费，取得利润。企业向生产者买进的商品，是否符合销售的需要，商品购、销、存的数量关系是否协调，对于满足消费，取得良好的经济效益至关重要。

上述表明，社会再生产的特征和目的，商业企业的职能特征和目的，决定了商品流通过程中商品交换与商品生产、商品消费的数量平衡关系为商业计划学的研究对象。

人类社会要生存和发展，必须进行物质资料的生产，以满足人类物质与文化生活的需要。在任何社会形态下，总得按照社会需要，安排社会生产，求得两者的相对平衡。即使在私有制社会中，生产的直接目的是为了赚取利润，但如果脱离了需要，生产的私人直接目的也不能实现。马克思指出：“要想得到和各种不同的需要量的产品量，就要付出各种不同的和一定数量的社会总劳动量。这种按一定比例分配社会劳动的必要性，决不可能被社会生产的一定形式所取消，而可能改变的只

是它的表现形式。”*马克思在这里揭示了在各个社会形态下都起作用的国民经济按比例发展规律，它象自然规律一样，不受社会生产方式的制约。同时，马克思指出，所谓按比例发展，就是求得社会生产和社会需要的平衡。当然，在不同的社会里，求得社会生产和社会需要相对平衡的形式是不同的。在资本主义社会里，主要是借助价值规律的自发调节形式来实现。而在社会主义社会，则主要是运用计划经济的计划调节机制来实现。

社会生产和社会需要的平衡关系，实际上是社会再生产过程中各个环节之间的相对平衡关系的最终表现。在社会再生产运动的生产、分配、交换和消费各环节中，生产是起点，消费是终点。生产和消费的数量关系，是社会再生产最一般、最综合的数量关系，它制约着社会再生产各环节内部以及各环节之间的数量关系。在商品经济条件下，社会产品的交换，是通过商品交换的形式来实现的。而消费品的需要也要通过市场才能实现，所以，生产和消费的数量关系，最终在商品交换领域中以市场商品供求的数量关系形式出现。由于商品交换要通过商业并以货币为媒介，而商业和生产者的商品交换（表现为商业对生产部门的商品购进）以及商业和消费者的交换（表现为商业对消费者的商品销售）在时间和空间上都存在不一致性。因此，如何经常自觉有计划地调节进入流通领域的商品，供需双方数量关系平衡，揭示出商品流通过程中极其错综复杂的数量依存关系以及数量关系变动的规律性，就成为商业计划学研究的特殊矛盾。

有些意见认为，商业计划学不仅要对整个商品流通领域的数量关系进行研究，而且还要对具体的商业企业的商品交换数量关系进行研究。因为每个商业经营者所最关心的是企业的经

•《马克思恩格斯选集》第4卷第368页——人民出版社1972年5月第一版

济利益，而为生产和为消费服务的任务是在取得企业经济利益的基础上同时完成的。因此，作为个别的商业企业并没有与整个社会商品生产和社会商品消费进行数量关系平衡的任务。而企业本身购、销、存的数量关系的协调和企业人、财、物各因素的合理安排，则成为商业计划学所应研究的另一个特殊矛盾。所以，商业计划学的研究对象应该有两个：一个是宏观的研究对象，即社会商业的研究对象；另一个是微观的研究对象，即商业企业的研究对象。

其实，把研究对象分为宏观和微观两个是没有必要的。众所周知，微观现象是宏观现象的基础，宏观现象是微观现象的概括，作为一门科学的研究对象，它决定该门科学研究的结构体系，那么，商业计划学的研究对象确定了，它的结构体系是什么呢？商业计划学的结构体系或者说它的有机联系的主要内容是：商品流通内在和外在的比例关系；商品流通的发展速度；商品流通的经济效益；商品流通的发展战略决策；商品流通计划管理的调节体系和商品流通的科学计划方法等几个部分。无论从宏观角度或从微观角度来研究商品流通的数量关系规律性，都离不开上述几个方面。因此，商业计划学的研究对象既包括宏观方面也包括微观方面，就是说商业计划学只有一个统一的研究对象。

三、商业计划学的体系结构

商业计划学主要是研究商品流通数量平衡关系的一门社会科学。研究对象确定了，这门学科的体系结构也就决定下来。由于商业计划学是一门年轻的学科，全国商业计划理论工作者对于体系结构有各种不同的提法，正如各放异彩的百花园地，各具特色。这说明这门学科还不很成熟，还需要深入研究、探

索,使这门学科日臻完善,更好地为我国的四化建设服务。

一门学科的体系结构,是该学科研究对象所研究的有机联系的主要内容。商业计划学的体系结构有两种表现形式,如本书的体系结构可分为:

(一)纵向结构

纵向结构也可称为板块结构。本书由①计划工具板块(包括第一、二、三、四章);②宏观商业计划板块(包括第五、六、七章);③微观商业计划板块(第八章);④计划控制评估板块(第九章)四大部分组成。

(二)横向结构

结构体系另一种表现形式是重要研究内容的结构。本书研究的有机联系的主要内容包括下面几个部分:①商业计划的平衡关系;②商业计划的发展速度;③商业企业的经济效益;④商业的发展战略;⑤商业计划的调节控制;⑥商业计划的决策方法。

一门科学要解决的最基本的问题是:研究什么和用什么来研究(或如何研究)。商业计划学在板块结构方面,表现得十分清楚。首先,商业计划学要研究的是整个社会的商品流通的计划部署和个别商业企业经济活动的计划安排。其次,商业计划学主要是运用具有我国社会主义特色的经济理论,有关计划工作的基本知识以及制定计划指标,控制计划实施的科学方法等来完成这门学科的研究任务。

商品流通即商品交换是社会再生产的一个重要环节,这个环节的畅通与否,对社会再生产过程的促进或阻滞将起很大的作用。有计划地从宏观方面控制社会商业,也就是有计划地组织社会商品生产和社会商品消费在流通领域的平衡,是本学科最重要的研究课题。

社会商业活动总过程是指整个社会商业的总体活动，而不是社会各个商业企业活动的简单之和。尽管如此，单个的商业企业毕竟是社会商业的基础，所有的商业活动都要通过一个个的商业企业来完成。研究商业企业活动的安排，使商业企业活动能够按照宏观计划所指引的方向前进，是本学科另一重要的研究课题。

既然商业计划学的研究客体是社会商业和商业企业。那么，研究的主要内容是什么呢？这就是商业计划学体系结构需要进一步解决的问题。

生产、分配、交换、消费是社会再生产的几个环节，它们都是相对独立进行活动的。生产者生产什么，生产多少，消费者并不知道或不完全知道。同样，消费者需要什么，需要多少，生产者也不知道或不完全知道，供需双方的需求只有在市场上才能得到反映。由于产销并不直接挂勾，一般情况下，供需要通过商业。因此，商业与生产之间，商业与消费之间，都存在一定的比例关系或者说平衡关系。有计划地保持社会产品在供需总量和供需结构上的平衡，正是我国社会主义计划经济的客观要求，也是商业计划学研究的一个主要内容。

商品流通的发展速度，决定于国民经济发展速度。也就是决定于社会扩大再生产总体的运转速度。在社会扩大再生产总体发展中，生产、分配、交换、消费都有其各自的发展速度。而生产和消费的数量关系是社会再生产最一般，最综合的数量关系。它制约着社会再生产过程各环节内部以及各环节之间的数量关系。所以社会扩大再生产总体的运转速度，完全可以通过生产发展速度和消费发展速度的数量关系反映出来。而生产和消费的数量关系，又构成了社会生产和社会需要数量关系的基本内容。商品流通的发展速度，实质上是生产和消费的发展

速度在流通领域的综合体现。它既受生产和消费发展速度的制约，也反作用于(加速或迟缓)上述两者的发展速度。研究商品流通的发展速度，必须结合研究社会再生产总体的发展速度的规律性，也就是必须结合研究生产和社会消费发展速度的规律性。

如果说，发展速度是社会生产和社会需要数量关系的时间形式，那么比例关系或平衡关系就是社会生产和社会需要数量关系的空间形式。比例和速度的关系，就是空间和时间的关系，时间和空间是密不可分的。因此，在研究商品流通的时候，必须把供需的比例关系和发展速度问题结合起来，既不能重比例、轻速度，也不能重速度、轻比例。两者均不可偏颇。

社会主义社会实行计划经济的直接目的是不断提高社会的经济效益。所谓提高经济效益，从商品流通领域来看，就是用最少的活劳动时间和物化劳动时间消耗，以最快的速度把产品从生产领域送到消费者手上。要做到这一点，首先必须自觉地保持社会产品在供需结构上的平衡，力求避免出现严重脱销现象。只有保持宏观经济的平衡协调，才能保证最低的社会经济效益。其次，一个经过缜密综合平衡的计划方案，虽然可保证社会的最低经济效益，但并不一定能达到最理想的经济效益。要想提高经济效益，还必须在确定合理的发展目标的前提下，运用目标规划和其他现代科学方法，寻求一个最理想的在一定的约束条件下达到目标要求的平衡计划方案，也就是使有限的人力资源、物力资源、财力资源达到最佳的利用状态。第三，计划经济的特性是它的整体性，即观察问题立足于全局。因此，贯彻经济计划原则的核算是全局性的核算，所实现的经济效益主要是宏观经济效益。当然，商业企业的经济效益表现得更具体，不容忽视。商业企业的经济效益是社会商业经济效益的基础，离开

了商业企业的经济效益，社会商业的经济效益也无从谈起。但是，宏观的经济效益，并不等于微观经济效益的加总，社会商业的经济效益，也并不是各个商业企业经济效益之和。从根本上看，从长远看，两种经济效益是一致的。但在某些情况下，两者有可能发生矛盾。如果所追求的微观经济效益，是以损害宏观经济效益为条件的，那么，既会使宏观经济效益受到损失，又会使微观经济效益失去依托，最终也使微观经济效益受到损害。因此，研究提高商品流通经济效益，必须把两者有机地结合起来。

计划经济是社会主义社会宏观经济管理的根本制度。计划管理要求根据国家的基本国情，在广泛进行调查研究、宏观预测的基础上，正确作出经济、社会发展的宏观决策，并据以编制计划方案，指导宏观经济活动。宏观经济活动，不仅包括空间因素，而且还包括时间因素。指导宏观经济活动的计划，应该是在全局的基础上，考虑较长时间的战略发展计划。我国建国以来经济建设来看，有促进国民经济和社会发展的五年计划的成功经验，也有几次使经济折腾造成经济严重挫折的失败教训。这些都根源于国民经济及社会发展战略决定的正确或失误。计划工作的重点转移到中期和长期计划上来是计划机关今后长期的战略任务。作为商业计划管理部门，应该把主要精力放在社会商品流通战略决策方案的研究和计划发展规划的制订上，如何使社会商品流通在总量、结构、时间、空间等各方面与社会商品生产和社会商品消费协调一致，发挥促进生产、引导生产和满足消费、指导消费的积极作用。而作为理论表现的商业计划学，应该和必须结合商业计划工作实践，进行这方面的发展战略规划的理论阐述。

计划管理是宏观经济管理的核心。在已建立具体的计划管

理形式的条件下，为了自觉地保持社会商品产、供、需的平衡，必须建立一套有效的计划调节系统，运用各种调节手段，使宏观经济的运转，朝着计划安排的预期目标前进，同时使微观经济的发展，符合宏观经济发展的方向和要求以及达到企业的预期目标。商业计划学对计划调节和如何发挥市场机制的理论和方法应作必要的阐述。

商品流通的宏观控制，涉及到国民经济的许多部门、许多因素。要使社会商品流通按照总体目标高效率地运行，其任务十分复杂和艰巨。即使是对单个商业企业，要使其协调地朝着既定的目标发展，除要求其他条件配合外还必须要科学的计划方法。商业计划学特殊的研究对象及其内容结构体系，决定了商业计划方法的特殊性。在遵循唯物辩证法这个科学研究的最根本方法的条件下，采用综合平衡法是解决商业计划工作所经常出现的供需矛盾和其他矛盾的最基本的方法。由于社会生产和社会消费在时间、空间、结构、数量、质量等方面都存在差异，要使商品交换能适应各方，保持协调关系，只有综合平衡法才能完成这个艰巨的任务。综合平衡法在商业计划中的应用形式主要是编制各种平衡表，如社会商品购买力和社会商品可供量平衡表，商品购、销、调、存平衡表等等。通过平衡表发现平衡偏差，确定总体平衡的战略重点和采取的战略策略，求得各方面的适应关系。平衡表是进行综合平衡的有力工具。此外，还借助传统的和现代的其他方法，辅助综合平衡法更好地完成其综合平衡的任务。

以上简要地介绍了商业计划学的体系结构、内容，这几个方面的内容基本上贯穿全书各章，而在章节安排方面有些独立成章；有些分散在各章节之中，它们相互联系，共同构成一个比较完整的结构体系。

四、商业计划学和其他经济学科的关系

商品流通有其独立的运行规律。商业工作牵涉的面很广，商业计划工作要解决的矛盾很多，了解商业计划学和其他有关经济学科的关系，对于这门年轻的学科的加深理解以及这门学科的完善和发展具有十分重要的意义。

商业计划学是部门计划学，它是国民经济计划学的一个比较重要的分支。尽管商业计划学已成为有相对独立体系的一个学科，但国民经济计划学所阐述的有关计划工作的方针、原理、原则、方法等在商业计划学中也同样适用。也就是说，商业计划学必须运用国民经济计划学的有关理论和方法来解决有特殊规律的商品流通和商业计划工作。

商品流通不仅在供需方面有其数量关系，作为负责商品流通的商业企业，还有各种流通环节(购、销、调、存)和不同的企业类型(批发、零售、采购)，在管理原则、管理方法等一系列问题上需要加以研究和解决。商业计划学必须根据商品流通所特有的规律性和表现形式对商业的计划管理进行理论的概括和阐述，要揭示从商业工作实践中抽象出来的商业计划管理的规律性。因此，商业计划学必须注意商业经济学、商业企业管理学、市场学等有关学科的发展动态。要使商业计划学的发展能够适应日益扩大的商品流通的要求而又同时作为商品流通的先导。

商业统计学与商业计划学都是研究商品流通领域的数量关系的。不过前者主要是研究商品流通过去的发展规律，而后者主要是研究商品流通未来的供需平衡状况。尽管研究的时间和任务不同，但两者在许多方面的要求都是一致的。比如两者所采用的指标和商品分类，其内涵、范围、计量单位、计算方法都要一致。商业计划是在商业统计提供有关数据资料的基础上对商品流通的发展在数量关系方面加以安排，而商业统计对商

业计划的执行过程进行信息反馈和监督检查。两门学科关系密切，不可分离。

五、怎样学好商业计划学

我国建国以来，对国民经济实行计划管理基本是搬用苏联模式。这种高度集中自上而下层层分配的计划制度在历史上曾发挥过重要的作用，但也暴露出不少缺点和问题。《中共中央关于经济体制改革的决定》指出，要改革现行的计划体制，并对我国计划体制改革的基本点作了明确的规定。按照基本点改革现行的计划体制，就要有步骤地适当缩小指令性计划的范围，适当扩大指导性计划的范围。计划工作的重点要转到中期和长期计划上来，适当简化年度计划，并相应改革计划方法，充分重视经济信息和预测，提高计划的科学性。计划体制的改革，使实行了几十年的执行型计划体制向决策型体制过渡。在这个改革变动的过程中，出现许多新问题：执行指令性计划的商品减少了，要少到什么程度才合适；执行指导性计划的商品增多了，指导性计划的编制、执行、控制、调节应如何进行；简化年度计划和加强企业计划管理的关系等一系列有待计划工作实践的问题，正是商业计划学所要阐述和试图解决的问题。由于旧的计划体制破掉了，新的计划体制还未健全地建立起来。因此，商业计划工作的现实，和商业计划学所阐述的理论、原则、方法等方面还不能完全一致，尚有一定距离。学习商业计划学，必须坚定地树立以下四个观点：第一，必须坚信我国社会主义经济是有计划的商品经济，社会商品流通必须进行宏观计划管理。同时，商业的经营活动必须纳入国家的计划轨道。商业企业实行计划管理是不容忽视的。第二，必须打破过去旧的计划工作概念，建立新的计划工作概念。过去计划工作，一

般只管编制计划上报、分配计划指标下达、组织计划的执行和检查。编制计划时，计划指标和计划商品目录，都要求“大而全”或“小而全”。下达计划则层层分解，逐级分配任务。而目前的计划工作，除少量的几个商品执行指令性计划以外，大量的由企业自己安排部署，自己组织执行。这种打破传统的做法，使很多人感到企业的计划工作大大削弱了，甚至认为企业不要计划也可以，计划工作可有可无。其实，这是旧观念不能适应新形势的反映。在经济改革，企业开放搞活的形势下，企业是一个独立的经济实体，必须充分发挥其计划、组织、指挥、控制等几大职能的作用。而计划居几大职能的首位。组织、指挥和控制，都是以计划为准绳的。没有计划，其他职能就不能发挥，同时，过去只认为编制商品流转计划，财务计划等才是计划工作，其实，企业的任何一项部署，一项事前的安排都是计划工作，都存在着对这项的调查、预测、决策和计划等问题。而“四位一体”（调查、预测、决策、计划）正是现代企业管理的基本制度。因此，建立新的计划工作概念，对于学好商业计划学十分重要。第三，必须坚信商业计划学新阐述的理论、原则和方法等正是国家对现行计划体制改革所要求的，社会商业计划的编制和执行还没有落实到具体单位。而某些商业企业尽管目前还不能达到有关计划管理的要求。但这是商业部门和商业企业实行计划管理的方向。今后必须创造条件逐步做到。第四，应该认识到商业计划学是一门年轻的学科，它还不够成熟和完善，今后必须在不断的计划工作实践中，进行概括和总结，使这门学科逐步得到完善和发展。

目 录

导言

第一章 社会主义初级阶段的商品流通是有计划的商品流通

- 第一节 社会主义初级阶段的商品流通
体制改革的目标模式.....1
- 第二节 社会主义商品流通调节的性质、
依据和目标.....12
- 第三节 社会主义商品流通调节模式、调节
手段和建立有效的商品流通调节系统.....22
- 第四节 建立新的宏观控制体系.....29

第二章 商业计划工作的任务和商业计划指标体系

- 第一节 商业计划工作的任务.....37
- 第二节 商业计划体系.....43
- 第三节 商业计划的指标体系.....48
- 第四节 商业计划常用表格.....53
- 第五节 编制商业计划的方法.....56

第三章 商业计划的信息采集和市场预测

- 第一节 市场信息、市场预测与商业
计划的关系.....68
- 第二节 市场信息的搜集与处理.....75