

全国经济专业技术资格考试指定用书首选配套复习资料

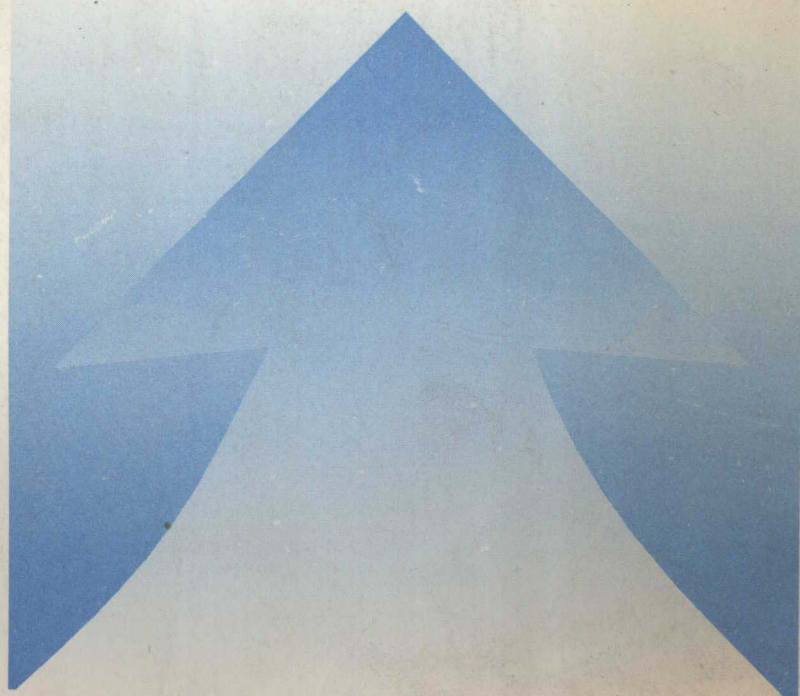
重点、疑难、模拟题库(甲种)

95 年度

商业经济专业知识 与 实 务 应 试 指 南

(初级、中级)

《应试指南》编委会



中国人事出版社

F-0
9

全国经济专业技术资格考试指定用书首选配套复习资料

重点、疑难、模拟题库(甲种)

95 年度

商业经济专业知识 与 实 务 应 试 指 南

(初级、中级)

《应试指南》编委会

中国人事出版社

(京)新登字 099 号

责任编辑:曲安业

图书在版编目(CIP)数据

95 年度经济基础理论与相关知识应试指南/《应试指南》编委会编. —北京:中国人事出版社, 1995. 2

ISBN 7-80076-659-4

I. 95… II. 应… III. 经济—基础理论—考试—指南 IV. F-0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 00493 号

**1995 年度
商业经济专业知识与实务应试指南**

《应试指南》编写委员会

* * * * *

中国人事出版社出版发行

廊坊日报社印刷一厂印刷

**787×1092 毫米 16 开本 12 印张 322 千字
1995 年 2 月第一版 1995 年 2 月第一印刷
印数:20000 册 定价:64.00 元(全套 4 册)**

国家人事部中国人事出版社重点推荐

全国经济专业技术资格考试指定用书首选配套复习资料

国家人事部《关于印发〈经济专业技术资格考试暂行规定〉及〈实施办法〉的通知》明确规定,今后要获得经济专业初、中级专业技术职称,必须参加全国统一组织的考试。人事部全国职称考试指导中心《关于1995年经济专业技术资格考试有关问题的通知》(人考函[1994]9号)规定,1995年全国经济专业初、中级技术资格考试(甲种)于1995年6月18日举行。

为帮助广大应试人员准确地、全面地学习、理解和掌握经济专业技术资格考试的重点内容、命题方向和题型结构,深刻领会和有效使用指定用书,我们组织中国人民大学、北京大学等直接参与指定用书编写工作的专家和学者,严格根据指定用书和考试大纲,分经济基础理论及相关知识、工业企业、商品流通企业和金融企业四部分,编写了这套《应试指南》(含初级、中级,共四册)。

具体书目是:

- | | |
|------------------|-------------|
| ①经济基础理论与相关知识应试指南 | (定价:16.00元) |
| ②工业经济专业知识与实务应试指南 | (定价:16.00元) |
| ③商业经济专业知识与实务应试指南 | (定价:16.00元) |
| ④金融专业知识与实务应试指南 | (定价:16.00元) |

这套丛书具有以下几大特征:①与指定用书和考试大纲严格一致;②以重点疑难和题库为编写体例;③由参予指定用书编写的有关专家、学者主笔;④重点突出、疑难剖析、题型全面、针对性强;⑤通俗实用、语言简练。

《应试指南》编写组
一九九五年元月十五日

目 录

上篇 商业经济卷(初级)

第一章 商业经济基础知识	
重点与疑难	3
题 库	12
参 考 答 案	21
第二章 商品购销业务知识与实务	
重点与疑难	22
题 库	34
参 考 答 案	43
第三章 商业物流业务知识与实务	
重点与疑难	44
题 库	51
参 考 答 案	60
第四章 饮食服务业务知识与实务	
重点与疑难	64
题 库	75
参 考 答 案	83

下篇 商业经济卷(中级)

第一章 商业经济基础知识	
重点与疑难	89
题 库	101
参 考 答 案	109
第二章 商品购销业务知识与实务	
重点与疑难	114
题 库	133
参 考 答 案	141
第三章 商业物流业务知识与实务	
重点与疑难	142
题 库	155
参 考 答 案	163
第四章 饮食服务业务知识与实务	
重点与疑难	164
题 库	178
参 考 答 案	185

上篇

商业经济卷

(初级)

土贏

商業全卷

(附錄)

1 商业经济基础知识

重点与疑难

一、商业的地位、职能和作用

商业的概念：商业是商品交换的发达形式，是专门从事商品交换的经济事业。

商业是一种经济行业：①商业是商人从事的事业。商人的整体活动构成了商业发展的根本条件，而商业的存在又为商人的活动创造了广阔天地。②商业是一个经济行业，是社会经济活动的一个重要部分，是国民经济的有机构成，它沟通生产与消费。③商业是商品交换发展到一定阶段的历史产物，商业的发展有一个过程，经历了不同的阶段。④商业的发展经历了奴隶社会、封建社会、资本主义社会和社会主义社会，既有反映商品规律和交换活动的一般共性，也有受不同生产关系所制约、显示一定历史的特殊性。

商业与商品经济的关系：商品经济是一种区别于自然经济的经济形态，它是以商品生产和商品交换为内容、为交换而生产的经济形态。商业则是专门从事商品交换的经济事业。二者之间既有区别又有内在联系。一方面，商品经济是商业赖以生存和发展的基础；另一方面，商业的发展，流通规模的扩大，又是商品经济发展的前提条件，也就是说，商品经济是通过商业表现出来的。

商品经济的特征：①为交换而生产，这是商品经济的最基本特征；②以市场为中心，这是商品经济的性质所决定的；③实行等价交换，这是商品经济的基本原则；④以竞争为条件，竞争是

商品经济普遍存在的经济现象。

社会主义商业的性质：商业的性质，决定于生产关系的性质，其中，所有制形式是基本的、主要的因素。①社会主义商业是整个国民经济的一个有机组成部分，它是建立在生产资料公有制基础上的新型商业；②社会主义生产资料公有制为主体的形式，决定了社会主义商业内部人与人之间的关系是分工协作的关系；③生产资料公有制决定了社会主义商业的经营成果的分配形式，根本区别于资本主义。

社会主义商业的特征：以国有商业和供销合作社商业为主体的社会主义商业与资本主义商业有着根本不同的特征：①社会主义商业是为人民谋利益的商业；②社会主义商业是国家客观管理下的商业；③社会主义商业是节约的商业。

社会主义商业存在的必然性：在社会主义条件下，社会生产力发展水平不高，地区之间发展不平衡，还存在着以社会主义公有制为主体的多种所有制形式；存在着各个企业的相对独立性和经济差别；存在着以社会主义按劳分配为主的多种分配形式。因此，存在着社会主义商业的宏观必然性。

社会主义商业的地位：社会主义商业是我国国民经济的一个重要组成部分。它是联接工业同农业、城市同乡村、生产同消费的桥梁和纽带。社会主义商业在国民经济中的客观地位，是由交换在社会再生产中的“中介”地位所决定的。商业的职能有：①交换职能（媒介交换职能），社会主义商业的基本职能是媒介商品交换，实现商品在时间上、空间上的转移，实现生

产与消费的联系,实现商品的价值和使用价值。交换职能是商业最主要、最基本的职能。②统一职能(商品在时间、空间上的转移职能),它是指通过商业活动,促进生产和消费的结合,主要通过商品调运和储存,产生时空效应,把生产和消费统一起来。③信息职能(沟通生产与消费联系的职能)。④实现职能,实现商品价值和使用价值的职能,是商业在组织商品流通活动中派生出来的一种职能。

商业行为的概念:商业行为是指为法律所确认,以社会分工为基础,以提供商品或劳务为手段的盈利性的经济活动。商业行为可以分为四种:直接媒介商品交易的活动、为“买卖商”直接服务的商业活动、间接为商业活动服务的“第三商”、具有劳务性质的活动。

完善商业活动的市场环境包括要有一个完善的市场体系,运用自主的市场机制和公平竞争的市场环境。

商业的作用:促进和引导生产发展。保障和满足社会需要。为国家建设积累资金。加强城乡、地区间的经济联系。促进社会主义物质文明和精神文明建设。

二、商业的结构

(一)商业所有制结构

1. 商业所有制结构的含义:商业所有制结构,是指社会主义商业中各种经济成份的构成,具体说是各种经济成份的性质、地位、作用及其相互关系的总和。

判断商业性质的根本标志是看生产资料归谁所有;判明社会商业的性质,主要看哪一种生产资料占有形式占主体地位。

2. 我国现阶段在社会商业中存在着以社会主义商业为主体的多种所有制形式有其客观必然性:(1)是生产力发展水平所决定的;(2)是不同商品的产销规律所决定的;(3)是多样化的社会消费所决定的。总之,在我国现阶段存在和发展多种商业所有制结构,是社会生产力发展不平衡的客观规律要求,是适应社会主义现代化建设和发展市场经济的需要,是商品的产销

特点和消费特点所决定的一种长期存在的经济现象。

3. 我国现阶段的商业所有制形式:(1)国有商业,它是以生产资料全民所有制为基础的一种商业形式,在社会主义商业中占主导地位;(2)集体商业,它是生产资料归劳动者共同占有的一种商业形式,也是我国市场长期存在的一种基本形式,它是与社会主义国有商业一起共同组成市场的主体;(3)私营商业,它是指生产资料私人占有,以雇工劳动力为基础,以盈利为目的,实行按资分配,从事商品流通活动的一种商业形式;(4)个体商业,它是指劳动者个人占有生产资料,以个人和家庭劳动为基础,从事商品流通活动的一种商业形式;(5)各种商业联合体,它是一种新型的商业形式,是不同所有制的企业或同一所有制的不同企业之间进行购销活动,联合经营的商业形式;(6)“三资”商业,是指中外合资经营、合作经营商业和外商独资商业。前两者的主要特点是共同投资、共同经营、共担风险、共负盈亏。外商独资企业,则是指外国投资者独自投资兴办的商业。

(二)商业行业结构

商业行业结构是流通生产力构成和分布的重要内容,体现商业结构的物质基础。商业行业结构包括商业、饮食业、服务业三大构成部分。

1. 商业,这里主要是指直接从事商品购销活动的批发和零售企业,它是组成商品流通的主体。批发企业有产地批发企业、口岸批发企业、中转批发企业和销区批发企业。零售企业有商店(包括综合商店、百货商店、专业商店等),商场、自选商店、固定货摊、货亭、小卖部、流动货车、流动小贩等。

2. 服务业,它是指利用一定的设备、工具为消费者提供一定服务性劳动或少量商品的企业和单位的总称。

3. 饮食业,它是专门从事加工烹制食品,并为顾客提供就地消费、就地服务的特殊形式的商业。

(三)商业规模结构

商业规模结构是指构成商业活动要素的积

聚程度和结合形式,以及它们之间的比例关系,也是指企业发展规模和不同规模之间的比例关系。

1. 制约商业企业规模结构的因素有:
(1) 受生产力发展状况所制约。具体表现在:生产规模决定流通规模,从而决定了商业的规模;生产力规模结构的多层次性决定了商业规模结构的多层次性;生产规模的技术结构决定商业规模的技术结构和发展水平;生产的产品结构决定了商业企业经营的商品结构,从而间接影响企业的经济规模。

(2) 受消费水平的制约。商业活动的直接目的是为了消费的需要,因此,消费的水平、结构、方式、习惯是制约和影响商业结构的基本因素。

(3) 受流通任务的制约。不同的流通任务和经营特点,要求企业有不同的经营范围和经营规模,决定了企业经营的多层次性。

2. 我国商业规模结构演变经历了一个曲折的发展过程,基本上可分为三个阶段,即第一阶段是分散化阶段,指国民经济恢复时期,流通结构和规模基本适应当时的社会生产力水平;第二阶段是扩大化阶段,指一九五三年以后到一九七八年以前,总体上沿着“一大二公”的思路发展,使规模结构失调;第三阶段是多层次化阶段,党的十一届三中全会以后,从社会主义初级阶段出发,按照“三多一少”的流通体制模式,对商业规模结构进行了全面的调整。

3. 商业规模结构的评价:

(1) 评价的标准是企业效益和社会效益。

(2) 企业规模的划分标准。一般以流通要求的量的估计为标准划分为大、中、小三种类型。即资金额大小;营业面积大小;从业人数多少;盈利水平高低。

三、商品流通

(一) 商品流通的概念

1. 商品流通的含义:商品流通是指以货币为媒介的商品交换,是无数次商品交换行为的总和,是由商品同货币两种价值形态不断转化

所联接起来的交换过程。

2. 商品流通时间:商品流通时间是指商品从生产领域向消费领域的转移过程所经历的时间,即商品在流通领域中停留的时间。

商品流通时间包括向生产者购买商品的时间和向消费者售卖商品的时间两部分。另外,由于商品生产和消费在空间上的隔离,很多商品在完成生产过程以后,必须由产地运往销地,即使是产地直销也要完成商品空间位置的移动,为了完成商品在空间位置上的变化,就必然形成商品在运输过程中的停留;由于生产与消费之间还存在着时间差异,导致购买时间与售卖时间的不一致,如生产和消费的季节性,也决定了商品在售前有一定的储备待售时间。这些都包括在流通时间之内。

商品流通时间是社会再生产总时间的一个组成部分。社会再生产时间等于生产时间和流通时间之和。所以,缩短商品流通时间,就意味着社会再生产过程的加速。商品流通时间主要包括商品收购、运输、储存、销售等环节停留的时间。

(二) 商品流通环节

1. 商品流通环节的含义:商品流通环节是指商品从生产领域向消费领域转移的过程中所形成的价值形态变化、所有权转移以及实物形态运动所经历的具体形式。即商品停留和转手便形成一个环节。

商品流通一般要依次经过收购、运输、储存、销售这四个环节,这四个环节中,起主导作用的是收购和销售,运输和储存是购和销的派生。

2. 商品的批发环节

(1) 批发商业的含义:批发商业是处于商品流通过程的起点和终点的中间环节,是商品流通的枢纽,是为进一步转卖或供应加工生产的商品流转环节。

(2) 批发商业的职能。批发商业是商品流通过程的中间环节,其最基本职能有:集中货源的职能;扩散商品的职能;商品吞吐的职能和商品整理分类编配的职能。

(3) 批发商业的组织形式。批发商业的组织形式按其完成批发职能的程度一般可区分为基本组织形式、特殊组织形式和综合组织形式三种。批发商业基本组织形式或称全职能批发商业组织。按其承担的任务可分为：产地批发商业组织（或采购商业批发组织）、中转地批发商业组织和销地批发商业组织。批发商业的特殊组织形式，是指具有批发商业的本质特征，但完成职能有限或经营条件有限的批发商业组织。批发商业综合组织形式，主要指集中各类批发组织形式，综合进行各种批发交易的开放性商品交易组织。

3. 商品零售环节

(1) 零售商业处于商品流通过程的最终阶段，把商品直接卖给城乡居民用作生活消费，或供应社会团体用作非生产性消费的商业组织形式。

(2) 零售商业的职能。零售商业处于商品流通的终点，是直接为消费者服务的商业，其主要职能是：实现商品最终销售，满足消费者需要；服务消费、促进销售；促进生产，协调产销关系。

(3) 零售商业的组织形式。零售商业的组织形式可以按不同的标准划分：有专门从事商品买卖活动的；有兼生产和服务多种职能的；还可按经营范围不同划分的、按服务方式划分、按市场划分等。

(4) 批零划分的经济意义：有利于解决产销矛盾；有利于减少商品交易关系，提高社会效益和经济效益；有利于强化商业为生产、生活的功能。

(三) 商品流通渠道

1. 商品流通渠道的含义。商品流通渠道是指商品从生产领域向消费领域转移的过程中所经过的通道、路线或途径。

2. 商品流通渠道的类型。按照商品流通内在属性划分，主要有三种类型：产销分离型（商业媒介的渠道），即生产者把商品卖给商业部门，商业部门再转卖给消费者；产销合一型，是指生产者直接承担商品交换任务，生产者与消费者直接见面的渠道，即产销直接联系的渠道；

产销结合型。是指生产者直接参与产品销售，即生产企业通过设置商品销售机构，找代理人等。

3. 商品流通渠道的形式和选择受多种因素制约。其主要因素有：社会生产力发展水平。商品的产销特点和自然属性、商品需求的多样性。市场特点和企业条件。

四、商品价格

(一) 商品价格构成

1. 商品价格构成的含义及其基础

(1) 商品价格的含义。商品价格是商品价值的货币形态，或者说，商品价格是商品与货币交换比例的指数。

(2) 商品价格构成的含义。商品价值构成是指形成商品价格的各个要求在商品价格中的组成情况。商品价格构成实际上就是商品价值的构成。

商品价格构成的要求包括生产成本、流通费用、税金和利润。但市场上各种具体商品价格构成要素及其组成结构并不完全相同，这是由于各个企业的生产或经营方式不同，或由于各种商品的流通环节和纳税环节不同造成的。

(3) 商品价格构成的基础。商品价值构成是商品价格构成的基础，商品价格构成是商品价值构成的货币反映。商品价值由三部分构成：已消耗的生产资料的价值；劳动者为自己创造的价值；劳动者为社会创造的价值。商品价值构成的三部分在货币形态上分别转化为商品价格构成四要素：即生产成本、流通费用、税金和利润。

(4) 商品价格构成与商品价值构成的关系。商品价格构成是商品价值构成的货币表现，商品的价值构成是商品价格构成的基础。另一方面，决不能把商品价格构成与商品价值构成看成简单的等同关系。从全社会来看，社会产品的总价格水平与总价值水平是一致的，但具体到每一个商品的价格则往往与其价值相背离，是不一致的。

2. 商品价格构成的生产成本。商品价格构成中的生产成本是生产商品过程中已消耗的生产资料价值和劳动者为自己所创造价值的货币

表现。生产成本是商品价格构成中的最主要部分,商品价值量的大小一般能通过生产成本的高低得到反映,而且生产成本的大小一般与商品价格高低成正比例关系。生产成本的实现是商品销价依据的是进价加商品费用。

3. 商品价格构成中的流通费用。商品流通费用是指商品从生产领域向消费领域转移过程中耗费的物化劳动和活劳动的货币表现,商业进货价格加上商业流通费用就构成商业成本。

商品流通费用按一般经济性质划分可分为两类:一类是纯粹流通费用,即由商品形式转化为货币形式和由货币形式转化为商品形式而引起的费用;另一类是生产性费用即生产过程在流通领域内继续而引起的费用。

商品流通费用按其计入价格的方法划分为两类:一类是直接费用,是指以单位商品量为依据计算的流通费用,也称从量费用;另一类是间接费用,是指以单位商品价值为依据计算的流通费用,也称从值费用。

商品流通费用按其发生和支出的部门划分为两类:一类是直接费用,是指以单位商品量为依据计算的流通费用,也称从量费用;另一类是销售费用,即指生产企业在产品销售过程中所发生的费用。

4. 商品价格构成中的税金和利润

(1) 商品价格构成中的税金。税金是指国家通过税法,按照一定标准,强制地向有纳税义务的单位和个人所征收的预算缴款。税金与价格的关系主要表现在以下几方面:税金与价格按其相互结合的情况可分类为价内税和价外税与带税价格和不带税价格。不同阶段征收的税金,成为有关价格的构成部分。税金是调节商品价格水平的重要经济杠杆。

(2) 商品价格构成中的利润。商品价格中的利润是劳动者为社会所创造的价值中的一部分,其数额是商品价格减去生产成本、流通费用和税金的余额。

商品价格中的利润分为生产利润和商业利润两部分:一是工业品价格中的生产利润,称为工业利润;一是农业产品价格中的生产利润,称

为农产品收益。

(二) 商品差价

商品差价有许多种形态。主要有五种:购销差价、批零差价、地区差价、季节差价和质量差价。

1. 商品销售差价是指在同一产地市场上的同一时间内,同一种商品的购进价格和销售价格之间的差额。其经济内容由流通费用、利润、税金构成。

2. 商品地区差价是指同一种商品在同一时间内,由于购销地区不同而形成的价格差异。地区差价有以下两种形式:收购价格的地区差价。销售价格的地区差价。

3. 商品批零差价是指同种商品在同一市场、同一时间内的批发价格同零售价格之间的价格差异。

4. 商品季节差价是指同种同质商品在同一市场上因购销季节不同而形成的价格差异。

5. 商品质量差价是指同一种商品,在同一市场、同一时间内,由于质量不同而形成的价格上的差异。商品质量差价有多种形式:工业品质量差价有等级差价、品质差价、规格差价、花色与式样差价;农产品的质量差价形式主要有等级差价与品质差价,其中等级差价是主要形式。

(三) 商品比价

商品比价是指在同一市场上,同一时期内,不同商品价格之间的比例。主要形式有:工业品比价,农产品比价,工农业产品交换比价。

1. 工业品比价。工业品比价是指在同一市场、同一时期内,不同工业品价格之间的比例。工业品比价形成的原因是由于不同工业品的价值量不同,则反映价值量的价格之间要以价值量之间比例为基础保持相应的合理比价。

2. 农产品比价。农产品比价是指在同一市场上和同一时期内,不同农产品价格之间的比例。

3. 工农业产品交换比价。工农业产品价格上升幅度快于农产品价格上升幅度,或工业品价格高于它的价值,农产品价格低于它们的价值,这就形成了不等的交换价格差额。

五、商业经济效益

(一) 商业经济效益的含义及分类

1. 商业经济效益的含义。经济效益就是指人们在经济活动中所占用和耗费的社会劳动同所取得的有用成果之间比较。

商业经济效益是指商业经营活动中所占用和耗费的社会劳动同所实现的商品价值和使用价值之间的比较。可具体表述为：商业经营活动中支出的商品流通过费用和占用的商业资金同所实现的商品流转额之间的比较。流通过费用和资金占用额同经济效益成反比，流转额同经济效益成正比。

2. 商业宏观经济效益与微观经济效益。社会主义商业宏观经济效益是指整个商业部门的经济效益；商业微观经济效益就是指商业企业的经济效益。二者之间的关系是对立统一的关系。统一性表现在两者相互依存，互相制约。一方面宏观经济效益是微观经济效益的前提和保证；另一方面，微观经济效益又是宏观经济效益的基础。对立性表现在二者矛盾上，从宏观上看，要求商业经营服务活动应当是实现价值和使用价值的统一，而企业往往只重视实现价值而忽视商品使用价值满足消费需要的程度；宏观上要求按有利于生产、消费的原则实现商业内部的经营分工，而企业则容易单独从企业经济利益出发选择经营服务的内容。总之，社会主义商业宏观经济效益和微观经济效益的对立统一运动，统一是本质的，对立是非本质的。

(二) 商业经济效益的评价原则与主要指标

1. 商业经济效益的评价原则。满足需要与取得盈利相统一的原则。企业经济效益与社会效益相统一的原则。目前效益与长远效益相统一的原则。

2. 评价商业经济效益的主要指标。评价商业经济效益的指标主要分两大类：一类是价值量指标，它是评价商业经济效益的主要指标；另一类是质量指标，它是评价商业服务水平和效果的主要指标。

(1) 评价商业经济效益的价值量指标有如下几方面：

流通过费用率，指一定时期内的流通过费用额与商品销售额的对比关系。计算公式是：

$$\text{流通过费用率} = \frac{\text{流通过费用额}}{\text{同期商品销售额}} \times 100\%$$

流动资金周转率，系指一定时期内商品销售额与流动资金平均占用额的对比关系。计算公式是：

$$\text{流动资金周转率} = \frac{\text{商品销售额}}{\text{同期流动资金平均占用额}} \times 100\%$$

商品销售利润率，系指一定时期内商业利润额与商品销售额的对比关系。计算公式是：

$$\text{商品销售利润率} = \frac{\text{利润额}}{\text{同期商品销售额}} \times 100\%$$

资金利润率系指一定时期内实现的商业利润额与全部商业资金的平均占用额的对比关系。计算公式是：

$$\text{资金利润率} = \frac{\text{利润额}}{\text{同期全部资金平均占用额}} \times 100\%$$

劳动效率，是指一定时期内商品销售额与商业职工平均人数的对比关系。计算公式是：

$$\text{劳动效率} = \frac{\text{商品销售额}}{\text{同期商业职工平均人数}}$$

营业面积利用率，系指一定时期内商品销售额与营业面积的对比关系。计算公式是：

$$\text{营业面积利用率} = \frac{\text{商品销售额}}{\text{同期营业面积}} \times 100\%$$

(2) 评价商业经济效益的质量指标。它是反映商业经营管理水平、服务质量和商业经营社会效果的经济指标。主要包括商品供应满足率、服务项目便利率、物价计量准确率、营业行为规范率等。

六、商业企业管理

(一) 商业企业的概念、基本职能和任务

1. 商业企业的概念及其必备条件。企业是从事商品生产、流通或其他服务的经济活动,满足社会需要,实行自主经营和独立核算,自负盈亏,并取得法人资格的经济组织。商业企业是企业的一种形式,指的是以实现商品价值和使用价值为目的、专门从事商品流通经营服务活动,实行独立核算、自主经营的经济组织。

商业企业必须具备四个基本条件:经营上的独立自主性、组织上的完整性、财务核算的独立性、具有法人资格。

2. 商业企业的基本职能。商业企业的基本职能是从事商品经营活动,组织商品从生产领域向消费领域的转移,实现商品的价值和使用价值。具体职能是:

沟通职能。交换是社会再生产过程中不可或缺的中介环节。在社会主义市场经济条件下,商业企业是沟通生产与消费、工业与农业、城市与乡村、产地与销地之间商品经济联系的具体承担者。

交易职能。商业企业以实现货币——商品——货币的交易活动作为自身的主要职能。由于有了商品收购,才有产品从生产领域推进到流通领域转向消费领域,使商品的价值和使用价值得到最终实现。

服务职能。商业企业不仅要通过购销活动去满足消费者对商品使用价值的需求,而且要为消费者提供周到的服务。

积累职能。积累既是扩大社会再生产的源泉,也是企业自身发展的需要。商业企业通过自身的购销业务活动,用尽量少的投入获取最多的产出,一方面为国家积累更多资金,另一方面求得企业自身的发展。

文化职能。商业企业是社会主义物质文明和精神文明的创造者。一方面通过商品购销活动,向社会展示社会主义物质文明成就;另一方面通过商业职工的文明经商和优质服务,体现出企业的精神面貌,从而对社会主义精神文明建设起到推动作用。

3. 商业企业的基本任务。商业企业作为商品经营的具体承担者,应以促进生产、引导消费、供应需求、繁荣经济为基本任务,具体表现在以下几个方面:通过商品经营活动,及时向生产者提供市场信息和技术指导,促进生产,引导生产。供应需求、繁荣市场、满足消费,并引导消费。提高经营管理水平,提高经济效益,为国家积累资金,为企业增加积累,并逐步改善商业企业职工活动。

(二) 商业企业管理的含义、基本职能和任务

1. 商业企业管理的含义

(1) 商业企业管理的含义。商业企业管理是商业企业实现预定的经营目标,依照一定的原则、程序和方法,对企业的人力、物力、财力及其经济活动进行有效的计划、组织、指挥、监督和调节,以取得良好的经济效益的过程。

(2) 商业企业管理的性质。商业企业管理具有两重性:一方面管理同社会化大生产相联系,具有组织技术的属性,即自然属性;另一方面,又与一定的生产关系、社会制度相联系,具有社会经济属性。

商业企业管理的自然属性。这种自然属性同生产力直接相关,是在一定生产力条件下共同劳动的分工协作关系引起的,它表现为商业企业管理的一般属性。

商业企业管理的社会经济属性。它是同一一定的社会生产关系、社会制度直接相关,由不同社会生产关系的性质所决定,表现为商业企业管理的特殊属性,不同制度下的商业企业管理,其社会属性不同。

社会主义商业企业管理与资本主义商业企业管理的社会经济属性根本不同,主要表现为:管理权的归属不同;管理的目的不同;在管理关系中体现的根本利益不同。

2. 商业企业管理的基本职能。商业企业管理职能是指企业管理者在管理过程中的职责和功能。商业企业管理有四项基本职能:

(1) 计划职能。计划职能是运用各种信息和手段,对生产、消费,对市场进行预测。确定商品

流通活动未来发展目标,择定各种备选方案,作出决策,制订规划,编制计划,以指导商品流通各项经营管理活动。计划职能是商业企业管理的首要职能。

(2)组织职能。商业企业管理中的组织职能是把企业经营管理中的人力、财力、物力、信息等诸要素有效地结合起来,以提高管理效率和劳动效率。具体地说,组织职能是根据管理的基本任务和计划目标,确定企业管理体制,建立适宜的组织结构,设置和完善相应的经营管理机械,制定规章制度,选配适当人员,明确职责和任务,提供必要的条件,使人、财、物最佳结合,购、销、运、存紧密衔接。

组织职能包括管理组织和经营组织活动。组织职能是发挥管理作用的保证,是完成计划目标的重要手段。

(3)指挥职能。商业企业管理中的指挥职能,是管理者为了实施管理决策和计划,运用企业赋予的权责,对下属人员进行领导、指导和调度,从而使组织体按照既定目标良性运行的一种管理活动。具体地说,指挥职能应根据管理目标、原则和方法,运用管理艺术技巧,通过建立通畅有序的指挥系统来实施,它包括要求所属机构和人员各司其职,各负其责;对企业经营管理活动进行现场指挥;对下属机构和人员竭尽全力,有效地完成企业所赋予的任务。

执行指挥职能,必须坚持指挥的统一性、权威性、科学性。

(4)控制职能。控制职能包括为确保计划目标的实现,对企业经营活动及其结果进行检查、监督与分析,并采取相应的调整措施的各种活动。控制职能一方面应对计划的实施过程进行及时的检查和监督,以了解计划的执行情况;另一方面要根据客观情况的变化,及时调整计划,并对实施过程中产生的偏差予以纠正,对产生的问题及时解决。

以上四个基本职能之间是相互依存、相互联系和相互统一的。企业管理者运用一定的管理原则和方法,实施计划、组织、指挥、控制职能,以实现企业目标的过程,即企业的管理过

程。

3. 商业企业管理的基本任务是:以商品经营活动为中心,通过计划、组织、指挥、控制等职能,使企业人、财、物等经营要素得以合理配置和充分使用,购、销、运、存各个环节紧密衔接,从而以尽量少的投入获得最佳的效益,以实现企业的目标。

(三)商业企业的组织结构

1. 商业企业组织结构的含义及设置原则。

(1)商业企业组织结构的含义。商业企业组织结构指的是企业内部各个机构之间的从属、并列配置而形成的相对稳定的组织形态。合理的组织结构对于发挥管理潜能,调动职工积极性,使企业群体产生协同力和合力、提高工作效率有着重要的意义。

(2)商业企业组织结构的设置原则。商业企业内部的组织结构,要根据企业的性质和任务、规模大小、组织分布等情况进行具体设置。组织设计时应遵循的共性原则概括为:①精简有效原则。精简有效指的是企业要精简机构,提高效率。包括以下含义:一是企业人员要有较高的素质,配备合理的人才结构;二是人员才能与职责相称,使人适其事;三是要因事设人;四是企业组织要合理;五是精兵简政,提高工作效率。②统一指挥原则。这是组织管理的一项重要原则。在组织结构设计中也应遵循这一原则。贯彻统一指挥原则有以下要求:一是统一指挥使上下级之间组成一条等级链;二是任何下级只能有一个上级直接指挥;三是上级不可越级指挥;四是企业内部的职能管理系统和参谋系统,同样要执行统一指挥原则。③管理幅度原则。幅度也称跨度,指的是管理者直接而有效地管理其下属的人数。企业组织结构的设计必须遵循这一原则。④权责对等原则。职权是人们在一定职位上拥有的权力,主要是人、财、物方面的决策权和执行权,职责是承担的任务和责任。商业企业已把权责对等原则发展成责、权、利结合的原则,实质是企业内以岗位责任制为核心的经济责任制。⑤分工协调原则。凡是社会化的大生产,都需要进行分工与协调。企业规模越大,

专业化要求越高,分工就越细,专业分工细分化的结果,造成专业之间的依赖性增强,协调任务必须加重。协调包括企业部门、人员之间的横向协调和上下级之间的纵向协调。

2. 商业企业内部管理的层次与职责

(1) 商业企业内部管理层次。指的是从企业经理到基层工作人员之间隶属关系的等级界限。管理层次的级数主要取决于企业规模和管理幅度两个因素。管理一般分三个层次,即决策管理层、职能管理层和基础管理层。小型企业一般分决策层和执行层两个管理层次。

(2) 商业企业各管理层的职责。决策管理层又称最高管理层,它是站在企业整体立场上,对企业进行全面、综合的管理,负责对企业经营管理活动进行全局性策划和组织指挥。其主要职责是:确定企业的经营目标和经营方针,决定企业的经营发展规划和组织结构,构建和培育企业文化,协调企业与外部环境的关系,确定企业管理体制和制度,协调企业内部各个子系统之间的关系等。职能管理层又称专业管理层,它处于最高管理层与基础管理层的中间层次,是帮助决策管理层参谋决策的职能管理部门,承担各自专业职能管理职责。基础管理层包括执行管理层和作业管理层,位于企业管理的基层,是直接面对经营业务人员进行现场管理的层次。

3. 商业企业内部组织结构的基本形式

(1) 直线制。指的是由经理至基层业务人员自上而下建立垂直领导关系,不设职能机构,形同直线。优点是指挥统一,责任明确,信息沟通迅速,解决问题及时,管理效率较高。

(2) 直线职能制。指的是企业根据专业管理工作需要设立若干职能管理部门,经理对业务经营系统如职能管理系统均实行直线的垂直领导,而职能管理部门对业务经营系统进行指导和控制,当好经理的参谋和助手。

(3) 事业部制。它指的是企业根据商品经营分工、目标市场选择和地区分布,在最高管理层统一管理下,设立若干事业部组织,每个事业部都是实现企业目标的基本经营单位,实行独立核算,自负盈亏,统一管理主营产品或地区性的

经营业务。

(四) 商业企业的管理制度和管理方法

企业制度是企业制定的行为准则和规范要求。

1. 商业企业管理制度

(1) 企业领导体制。这是确立企业的生产资料所有者、经营管理者和劳动者在企业中权力、地位及其相互关系的基本制度,领导体制是企业中最主要、最根本的制度,其它管理制度都必须反映企业领导体制的要求。

(2) 经理负责制度。经理负责制是企业的基本领导制度,指的是国家把全民所有制商业企业的经营管理权委托给经理全权负责。

(3) 民主管理制度。民主管理制度,是指社会主义商业企业中,确定人民群众的主人翁地位,体现人民群众当家作主管理权力的一种基本管理制度。

职工代表大会是企业实行民主管理的基本形式,是职工群众参加决策和管理,监督干部维护职工合法权益,行使民主管理权力的机构。职工代表大会的工作机构是企业的工会委员会。

(4) 经营责任制度。经营责任制是国有商业企业内部的基本管理制度,是企业责任与权利原则一致的体现。现阶段我国国有企业经营责任制的形式主要有:①承包经营责任制。它是以公有制为基础,以利益为机制,以责任为核心,把责、权、利有机地结合起来,界定企业与国家之间的责、权、利关系,实现两权分离,以法律形式确立企业作为独立商品生产和经营者法人地位的经营管理制度。承包制的实质是国家对企业的责任约束。②小型企业租赁经营制。租赁制是国家及其代理机构在公开招标选择经营者和依据出租企业资产价值收取一定数量租金的基础上,通过签订租赁合同的形式,将企业的经营管理权在一定期限内完全让渡给经营者,由经营者自主经营的一种经营责任制形式。

2. 商业企业管理的基本方法

(1) 商业企业管理方法的概念。商业企业管理方法是为实现管理目的,在管理过程中,由商业企业的管理者对被管理系统和人员进行有目

的作用的手段、措施的综合。

(2)商业企业管理方法和种类。①经济方法。经济方法是根据客观规律的要求,利用各种经济杠杆,通过经济组织正确处理商品流通中各方面经济利益和商业经济活动成果的办法来管理商业企业的一种方法。这是企业管理的基本方法,它的核心问题是物质利益问题。②行政方法,是依靠行政机构的职权,直接对管理对象下达指示、决议、命令等具有强制性质的行政手段来管理商业的方法。③法律方法。这是以国家制订或认可的法律、法令、条例等强制性手段来处理、调解、制裁各种经济纠纷、经济关系和违法事件的一种方法。④社会心理学方法。是应用社会心理学所揭示的人们在一定的社会组织活动中的心理过程和心理特征的发生、发展规律的科学成果进行管理的一种方法。⑤经济数学方法。是借助数学原理和公式,确定经济过程的数学模式,展现经济活动中量的规律性来预测和评价经营管理活动和成果的一种方法。⑥咨询顾问法。是由咨询顾问机构和人员针对商业企业经营管理中存在的问题,提出各种合理化建议和改进方案,供决策机构和人员决策参考的一种方法。

(五)商业企业管理基础工作

1. 商业企业管理基础工作的概念及特征。商业企业管理基础工作指的是为实现企业的经营目标和管理职能提供资料依据、共同准则、基本手段和前提条件的必不可少的经常工作。

商业企业管理基础工作一般具有以下特征:

(1)从时间上看,企业管理基础工作通常具有先行性特征;

(2)从空间层次来看,企业管理工作的内容一般具有低层次特征;

(3)从其状态来看,企业管理基础工作具有相对稳定性特征;

(4)从其形式和内容看,管理基础工作具有繁杂性特征。

2. 强化企业管理基础工作的意义。加强管理基础工作是推进企业由传统经验管理向科学

管理转变、进而向现代化管理发展的起步工作。完善的管理基础工作可以为实现企业内部挖潜,向管理要效益,提高企业素质打下扎实的基础。完善的管理基础工作能为深入贯彻按劳分配原则,深化企业改革提供准确的资料和科学的依据。

3. 商业企业管理基础工作的基本内容。它包括以岗位工作规范、业务流程规范和服务规范为主要内容的规范化管理,以岗位责任制为基础的规章制度和以计量工作为主的标准化。标准化是指在企业管理和技术工作中,制订并贯彻统一的标准。反映人、财、物占用、消耗和利用的各项定额。商业企业定额指的是在一定时期内,根据一定的经营条件所规定的在人力、物力、财力的利用、占用和消耗等方面应达到的数量界限;原始记录与数据、资料的完整与准确;职工的基础性教育;班组建设与管理。

题 库

一、填空题

1. 商业是国民经济的发达形式,是专门从事商品交换的经济事业,它是与商品生产相联系的历史现象,有其产生和发展的过程。

2. 按照国际习惯划分,商业行为可分为四种:批发商业、零售商业、代理商业、经纪商业。

3. 合作社是农民群众的集体合作经济组织,是农村商业的主导力量。

4. 我国商业规模结构演变过程经历了传统商业、计划商业和现代商业三个阶段。

5. 商品流通时间主要包括生产时间、运输时间、销售时间等三个环节所停留的时间。

6. 批发商业的基本组织形式按其承担的任务可分为:总批发、分批发、代理批发。

7. 生产成本又称工本,所谓工,是指生产商品所支付的工资;所谓本,是指生产商品所支出的材料费。

8. 商品比价主要有:不同商品之间的比价、同一商品在不同地区之间的比价。