

中等商业学校试用教材

商业企业经营学

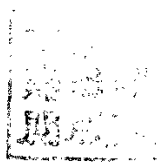
SHANG YE CHU BAN SHE

中国商业出版社

中等商业学校试用教材

商业企业经营学

《商业企业经营学》编写组



中国商业出版社

B 85572

中等商业学校试用教材

商业企业经营学

《商业企业经营学》编写组

*

中国商业出版社出版发行

新华书店总店科技发行所经销

北京印刷一厂印刷

*

787×1092毫米 32开 8.75印张 197千字

1989年8月第1版 1991年7月北京第3次印刷

印数：40101—90100册 定价：2.50元

ISBN 7-5044-0330-X/F·207

编审说明

本书是根据商业部系统中等专业学校教学计划和教学大纲的要求编写的。1985年写出初稿，作为内部教材在全国中等商业学校试用。1987年，召开部分商业中专、外贸中专、职工中专及商业干校的老师座谈、征求意见，作了修改。经审定，可作为中等商业学校（供销、财经、财贸、职工中专）经营与管理专业的试用教材，也可作为职业高中教学用书，以及商业职工培训和自学参考用书。

参加本书编写和修订的有：安徽省安庆商业学校连瀛仙（引言、第一、三、四章，第二章第一节、第五章第一、三节、第七章第二节）、李强（第二章第二、三节，第五章第二、四节）、陈书华（第六章）、吴忠斌（第九章）、上海市商业学校何平（第八、十、十一章），北京市第二商业学校朱子良（第七章第一节、第十二章）。由连瀛仙主编；经高级经济师何国栋审阅、修改和补充。

商业企业经营学系新开设的一门专业课，其内容和体系均有待于完善，欢迎读者指正。

中华人民共和国商业部教材编审委员会

1988年8月

引 言

《商业企业经营学》是随着我国经济体制改革的深化，有计划的商品经济逐步发展的形势下，形成的一门比较年轻的学科。

党的十一届三中全会以来，我国的经济体制开始迈出了改革的步伐。党的十二届三中全会《关于经济体制改革的决定》突破了人们的传统观念，指引着改革的深入发展。几年来改革的实践，在流通领域里，改变了过去独家经营、分配式、封闭式、少渠道、多环节的流通体系，建立了以全民所有制商业为主导、多种经济形式、多种经营方式、多种流通渠道并存的流通体系。多种经济形式和多渠道商品流通的发展，调动了各方面的积极性，沟通了城乡之间、地区之间的物资交流，促进了农业生产结构的调整和商品生产的发展，农村经济开始向专业化、商品化、现代化转变；同时，促进了工业品生产的蓬勃发展。从而，丰富了市场，活跃了经济，基本上保障了人民日益增长的多方面的需求。特别是党的十三大，提出了社会主义初级阶段的理论和党在社会主义初级阶段的基本路线，指引着亿万人民在建设有中国特色的社会主义大道上，加快和深化了经济改革，势必促使社会生产力进一步的发展，从而带动商品经济的更大发展。

现阶段，由于我国的生产社会化的程度还不高，生产力发展的水平也不平衡，国家还不能包揽全社会商业的投资，多样化的社会消费对市场供给有着不同的需求。因此，在市场

环境中客观上需要有集体经济和个体商业经济的存在。全民所有制商业、集体商业和个体商业之间的关系，只能是彼此不同分工之间的竞争关系，各自发挥自己所特有的经营优势，去适应社会的不同需求，从而促进商品经济的发展。全民所有制商业的主导地位，只有通过竞争去体现，只有通过不断增强自身的竞争力，才能实现国家计划调节和宏观控制。

改革的政策在促使着商品经济的发展，同时，也在促使着市场机制的不断完善。市场是商品经济赖以存在和发展的舞台，让各种商业经济形式，经历竞争的风雨，优胜劣汰，自主沉浮。面对商品经济的现实，每个商业企业乃至个体经营者，都必须重视经营、搞活经营，对企业经营进行深入的研究。因此，有必要建立一门“商业企业经营学”。

商业企业经营，是商业企业以购销业务为中心从事商品流通活动的反映，是商业在社会生产过程中发挥中介作用的具体体现。《商业企业经营学》是运用马列主义政治经济学的理论，研究商业企业经营活动中的客观规律，合理组织商品流通的一门应用性学科。

《商业企业经营学》研究的范围，是在社会再生产过程中，以商品流通为其研究的领域，以直接从事商品经营的商业企业作为基本单位，以商品经营的规律、策略和方法为研究的重点。概括起来，《商业企业经营学》研究的对象是：商品从生产领域到消费领域的转移过程中，商业企业经营活动的规律、策略、组织技术与方法。其研究的目的是认识、运用社会主义商品流通的客观规律，有计划地、合理地组织商品流通，把商业企业的经营搞活，为促进商品生产，发展商品流通，繁荣城乡经济，为人民日益增长的物质文化生活需要和社会主义现代化建设服务。

商业企业经营，是由商品的购、销、运、存各环节的具体业务和人、财、物各方面的活动形成的经营活动过程。因此，《商业企业经营学》具有下述三个特点：

一是实用性。商业企业经营是在复杂多变的市场环境中进行的。就一个企业来说，无论从它的外部环境还是企业的内部条件，都具有多变性的特点。《商业企业经营学》是依据这种多变性特点，来专门研究企业应如何采取适应环境的对应策略的。因而，它具有十分明显的应用性。它按照商业企业经营活动中一般的情况为目标，来研究其有效的、可行性的对策。因此，对商业企业的实际经营活动，就有着现实的指导作用。

二是专业性。商品流通的运动形式 $G-W-G$ ，显示出商业企业经营活动的特点。这种 $G-W-G$ 的运动形式，体现着商品经济的两个规律：第一个规律是为卖而买的规律。这是商业货币投资的规律性，在它的运动过程中，总是按照货币形态到商品（实物）形态又到货币形态，周而复始的循环。这里，运动形态的第一个阶段体现为商品的购进，第二个阶段体现为商品的销售。先买后卖的统一就是为卖而买。商业企业的经营活动，就是在这种买和卖的统一过程中，不断作为社会商品交换媒介的。第二个规律是货币增殖规律。这个规律说明商业企业经营获得盈利的规律性，就是说，商业企业经营要在它的 $G-W-G$ 的循环运动结束时，所取得的 G 要大于开始投入的 G ，两者的差额就是商业利润。《商业企业经营学》就是要研究作为一个商业企业如何在其经营活动中取得更多的经济效益。

三是综合性。从事商品交换的商业，在社会再生产过程中处于中介的地位。在经营活动中它与工业、农业、交通运

输、财政、金融等部门，与广大消费者以及本行业的企业之间，均发生着广泛多边的联系，充当着国民经济各部门之间、城乡之间、地区之间经济联系的纽带。这就决定了商业企业经营活动的广泛性和复杂性，要搞好商业企业经营，必须具备多方面的知识。《商业企业经营学》是对多种学科的综合应用，涉及了《市场学》、《商品学》、《公共关系学》、《管理学》、《社会学》、《心理学》等多种学科知识。因此，《商业企业经营学》是属于边缘学科的范畴。

要把握这门学科的研究对象，还要掌握这门学科的性质。《商业企业经营学》作为研究商品经营的一门学科，同样具有二重性。一方面它和商品经济紧密联系在一起，凡是有商品经济存在的社会，尽管所有制的形式不同，但作为商品是有共性的，反映在商品经营的一般规律、商品经营的过程、商品经营的一般策略，以及对商品经营活动的组织与技术等方面是通行的，这方面体现着商品经营的自然属性。在商业企业的经营方面，资本主义国家比我国早几百年，它们积累了丰富的经验，有很多经营的理论和策略值得我们吸取，比如，对消费需求的调查和预测、市场细分化策略、商品寿命周期策略、价格策略、促销策略以及经营成本核算等，在我国也都是可以适用的，对提高我们商业企业的经营水平是有益的。另一方面，商品经济总是要体现一定的生产关系，其经济活动受一定的生产关系所制约，在这方面体现了商品经营的社会属性。这就决定了我们不能把资本主义商业企业经营的方法不加区别的照搬仿效，对体现资本主义商业经营关系的一些东西，如资本主义的经营思想作风、在商业竞争中的尔虞我诈，以及建立在资本主义经济基础上的商业模式等，不仅不能学习仿照，而且应该进行坚决的抵制。

《商业企业经营学》的内容十分丰富，涉及的面也非常广泛。它包括了商业企业经营的对象——商品，从进（购）到出（销）各环节的合理经营，谋求实现全面的最佳经济效益，以及与之相关的一些主要方面。

本学科须注意协调以下的几个关系：

一是本专业学科之间的关系。本书涉及到《商业基础知识》、《物价》、《计划统计》、《财务会计》、《经济法》等基础知识和《商业企业管理学》、《市场学》等专业知识。上述学科均成书在前，且有些内容重复交错。因此，分析它们之间的内在联系，注意教材内容科学性和针对性的统一，是内容协调的一个重点。编写时，在指导思想力求达到较之《商业基础知识》注重在经营的具体策略，较《市场学》则侧重在商品进入流通领域后的经营，较《商业企业管理学》则把重点放在经营的技巧和方法上。总之，应紧密地围绕“经营”这个侧面进行阐述。

二是对待过去和现在的知识的关系。既要继承我国传统的商品经营中有益的东西，更要注意总结三十多年来我国商品经营的经验教训。

三是对待国外知识的关系。既要吸取国外经营学的可行部分，又要考虑适合我国当前的实际国情。

此外，还考虑到中专在校学生，对商业经营业务的基础知识特别是感性知识十分缺乏，因此，在体系上采取由浅入深，按照学生学习的知识渐进和可接受的能力，顺序展开，先经营过程（环节），后经营基础；注重学习的规律性，而不过于强求学科自身的逻辑性。

《商业企业经营学》具有策略性和应用性很强的特点。它不同于一般的自然科学或社会科学，它具有很高的灵活性。

因此，在学习的方法上，必须坚定地贯彻理论联系实际的原则，在掌握基本理论、基础知识的基础上，加强系统分析的方法、案例分析的方法、定性定量结合的方法和实践的方法组织教学，突出素质与能力的培养，提高分析和解决实际问题的能力，造就一大批具有科学现代化经营管理知识，具有开拓精神，具有灵敏头脑的适应社会主义现代化要求的商业企业经营者。

目 录

引 言

第一章 商业企业经营概述	(1)
第一节 经营的概念与职能.....	(1)
第二节 商业企业经营.....	(5)
第三节 商业企业经营的指导思想和原则.....	(16)
第二章 市场动态分析	(23)
第一节 市场商品的供求关系.....	(23)
第二节 消费者购买活动研究.....	(28)
第三节 市场细分和目标市场的选择.....	(37)
第三章 商业企业的商品购进	(44)
第一节 商品购进的要求和原则.....	(44)
第二节 商品购进的方式和依据.....	(48)
第三节 商品购进的要求、原则和依据的运用.....	(53)
第四章 商业企业的商品销售	(64)
第一节 商品销售的意义和任务.....	(64)
第二节 商品销售的规律及影响因素.....	(66)
第三节 商品销售策略.....	(71)
第五章 商业企业的商品储运	(98)
第一节 商品储运的意义.....	(98)
第二节 商品储运费用的计算.....	(100)
第三节 商品储存控制的方法.....	(104)
第四节 商品运输条件的选择.....	(116)

第六章 商业企业经营资金的筹集与运用	(119)
第一节 经营资金概述	(119)
第二节 经营资金的筹集	(125)
第三节 经营资金的运用	(135)
第七章 商业企业的经营信息	(143)
第一节 商业经营信息概述	(143)
第二节 商业企业经营信息的搜集与运用	(149)
第八章 商业企业的经营决策	(157)
第一节 经营决策概述	(157)
第二节 经营决策的内容	(161)
第三节 经营决策的程序	(166)
第四节 经营决策的方法	(171)
第九章 商业企业的经营计划	(184)
第一节 经营计划概述	(184)
第二节 经营计划的编制	(189)
第三节 编制经营计划的方法	(197)
第十章 商业企业的商品订价	(208)
第一节 确定企业商品订价目标	(208)
第二节 企业商品订价的方法及其运用	(221)
第十一章 商业企业的业务洽谈	(232)
第一节 业务洽谈概述	(232)
第二节 业务洽谈的策略与技巧	(236)
第三节 商业企业的经营合同	(240)
第十二章 商业企业的经营诊断	(252)
第一节 企业经营诊断概述	(252)
第二节 企业经营诊断的原则、步骤和方法	(256)
第三节 企业经营诊断的实施	(260)

第一章 商业企业经营概述

第一节 经营的概念与职能

经营的概念 经营一词的由来已久，随着时代的演进，它所表达的含义也在不断丰富。什么是经营？在国内和国外的说法不一，各有不同的表述。“经营”，在我国古代是指筹划、调配、开拓、推动、发展和照管等意思。自从商品交换发展以后，“经营”又被人们当作“买卖”来解释。现在，多把“经营”归纳为企业经济活动的过程。比如，有的认为，经营就是企业要了解市场需要，提高自身的竞争能力，使自己的产品或商品能够卖得出去；有的认为，经营是企业为了达到一定的目标，取得一定的经济效果所进行的购销活动。其实，社会上各部门、各行业，都有个“经营”的问题。广义的讲，“经营”主要是研究自身以外的社会及其与自身这个社会的联系，解决人们应如何去适应社会需要，进行有效的劳动。可以说，“经营”涉及到各社会集团，甚至涉及到每一个人。其中，经济社会的经营是主要的，因为，“经济是政治的基础”，各个企业是组成整个经济社会的“细胞”，只有使它们富有活力，健康成长，能够沿着正确的政治方向，遵循客观经济规律，搞好“经营”，才能使物质文明和精神文明的建设，沿着正确的轨道运行，得到健康地、迅速的发展。一种概括比较具体，且接近我国现阶段实际的说法是，“经营”是指在社会主义商品经济条件下，按照国家的方针、政

策，企业在调查和预测市场需求情况的基础上，做出决策，确定企业的发展方向和目标，利用一切可利用用的资源和力量，付诸实施，以获得最好经济效益的经济活动。

严格的说，企业通过经营活动，以达到预期的目的和要求，还必须从企业经济活动过程的内在联系来理解“经营”，是十分必要的。

（一）经营必须具有经营要素

这就是说，经营必须拥有从事经营活动必不可少的条件，即资金、商品、物质技术设备和劳力等要素。否则，经营活动是无法进行的。

（二）经营是在一定的环境下进行的

这就是说，经营还要受外部环境各种因素的影响和制约。比如，社会制度、法律制度、经济制度、国家经济政策、国家的经济管理体制、科学技术发展水平、市场经济的发达程度，以及传统的风俗、道德等，都对经营活动有一定的制约和影响。其中，国民经济的发展及其结构状况、市场商品供求关系状况、地理环境和同行业状况四个方面，是直接影响经营的外部环境。

（三）经营是经济活动的一个过程

在这一过程中，不同的经营要素构成不同的经营结构。资金、商品和市场形成经营的经济结构；物质技术设备和劳力形成经营的技术结构；企业内外部人与人的关系形成经营的社会结构。要使这些不同的结构在经营过程中充分发挥其作用，达到经营要素紧紧地围绕着经营目的而活动，经营的过程就必须是多种因素相互作用的有机组合。它包括收集市场信息、调查预测、经营决策、商品生产和流通的各环节，以及服务、广告等一系列经济活动，每一活动都构成经营的

组成部分，各组成部分的活动构成经营的全过程。

(四) 经营必须取得经济效益

经济效益包括经济效果和社会效果两个方面。经济工作都应讲求经济效益，如果经营过程中没有经济效益，经营也就不能再继续进行下去，也就不能扩大再生产。

(五) 经营必须是在宏观经济和国家的方针、政策指引下，在国家的法令的许可范围内进行。这样，才能在服从整体利益和长远利益的前提下，谋取自身局部的、眼前的经济利益，并对自己的经营活动负责。

(六) 经营的主体是企业，而不其其他组织机构

作为一个企业，它是一个独立或相对独立的经济实体，有权选择买卖的对象，决定买卖的方式，在市场上既买又卖，以买者和卖者双重身份交替出现，从事买卖的全过程。它拥有从事买卖活动所必需的一定的生产资料和劳动力，并有权支配和使用。它必须实行独立核算，以经营收入抵销各项开支并盈利。它具有法人的地位和权利，国家在法律上承认其合法经营，保护其正当权利和经济利益；同时，它也必须对自己的经营活动负责。所有这些基本条件，不是行政和事业单位所能具备的。经营是企业经济活动的重要内容，而不是其他任何组织机构所能从事的经济活动。

经营的职能 马克思主义政治经济学告诉我们，人们的劳动和劳动产品，必须为社会所承认所吸收，社会产品才能实现。企业的生命线，在于适应社会需要，经营的根本任务是了解社会，使自己的经济活动适应市场的需求，也就是掌握宏观经济的方向，处理好微观经济的问题，从而使企业生存和发展。据此，经营的基本职能可归结为下述三个方面：

(一) 规划企业的发展方向

经营发展方向的正确与否，是企业兴衰的出发点。这是因为，拓展市场，必然导致市场竞争，要想在竞争中取得某种优势，不从战略上把握住企业的发展方向，很难设想会达到预期的目的。规划的过程大体上应有两个步骤：第一步是在调查研究的基础上，对形势的发展进行预测和判断；第二步是在科学预测的基础上确定本企业的战略目标和战略重点，确定方针，提出政策，制订措施，确保企业沿着正确的发展方向发展。

(二) 规定企业在不同时期应该达到的目标

根据确定的方向，规定企业在不同时期应该达到的目标，而后再根据目标，进一步研究分析影响实现目标的条件和因素，制订多种实现企业目标的方案，加以比较，从中选择最优方案。

(三) 通过计划、组织、实施、控制、反馈等手段，全面筹划企业的经济活动，保证最优方案的圆满实现。

经营与管理的区别及其相互关系 在我国，人们通常习惯于把经营与管理连在一起，认为二者在本质上是一个概念，经营就是管理，管理就是经营，是不可分割的一个整体。实际上，经营与管理是两种不同的职能。就一个企业说来，“经营”是指企业经济活动的过程，它是以社会需要为对象，着重运筹、谋算如何经营好商品，以适应社会的需要；

“管理”则是以经营为基础，研究如何在企业内部协调关系，最合理地使用人力、物力和财力，取得最佳的经济效益，从而把经营的可能变为现实，并促进经营有规律的进行。

在企业经济活动中，经营与管理有着唇齿相依的关系，

两者互不可缺。如果经营失误，即使管理得当，也无法挽回损失；如果只做到经营正确，而缺乏科学的管理，也不能取得好的效果。只有经营政策正确，又有科学的管理，才能取得最佳的经济效益。因此，可以说经营的核心是对市场趋势的估计和经营决策，而管理的中心则是如何发挥监督、协调等管理职能的作用。“经营”与“管理”的关系是：经营是基础，管理是条件。经营决定管理，管理促进经营。两者的目的都是以最少的劳动支出，取得最好的经济效益。它们之间互相制约，既有联系，又有区别，相辅相成。

第二节 商业企业经营

商业企业经营的概念 商业企业经营，是指商业企业在组织商品流通过程中，以商品购销业务为中心，最经济、合理地利用企业内部和外部的有利条件，谋求实现全面的最佳经济效益的经济活动。

社会再生产过程包括生产、分配、交换、消费四个环节，它们之间既独立存在，又互相联系，彼此制约。其中生产是主要的，起着决定的作用。但分配、交换、消费也反作用于生产，它们中任何一环组织不当，都将影响生产的正常进行。在社会化商品生产条件下，没有商品交换，整个社会再生产过程就会停滞。从这个意义上说，商业是生产和消费的桥梁和纽带。商业企业做为商品经营的直接承担者，具有经济法人地位的经济实体，就是为组织商品交换，保证社会再生产的顺利进行而建立起来的。

社会主义商业企业经营的根本目的和社会主义生产的根本目的一样，都是为了满足社会需要。商业企业要通过自己