

本书系劳动人事部培训就业局组织编写，供就业训练商业营业员使用的统编教材。

书中针对商业营业员实际工作的需要，深入浅出地讲述了营业员购、销、调、存业务知识；柜台售货服务技术；柜组核算方法；单据、报表的编制与填写；物价管理、企业管理基本知识等。

本书与《商业基础知识》、《商业知识》、《计算基础》配套使用，学制半年。它也可作为职业学校师生、在职培训及自学用书。

本书由李批奇、于连洋、傅振忠、刘玉凤、杨凤云编写，李批奇主编；周秀淦、徐静庄审稿，周秀淦主审。

营业员基础知识

(试用)

劳动人事部培训就业局组织编写

责任编辑：张文梁 金 龄

劳动人事出版社出版

(北京市和平里中街12号)

北京印刷一厂印刷

新华书店北京发行所发行

787×1092毫米 32开本 6.375印张 143千字

1987年7月北京第1版 1987年10月北京第1次印刷

ISBN 7-5045-0061-5/F·013

统一书号：4238·250

印数：1—46200册 定价：1.10元

前 言

根据“先培训、后就业”的原则,全面开展就业训练工作,是贯彻“在国家统筹规划和指导下,实行劳动部门介绍就业、自愿组织起来就业和自谋职业相结合”的就业方针和提高职工素质的一项重要措施。为解决就业训练所需要的教材,使就业训练工作逐步走向规范化,我局于今年七月委托部分省、市劳动人事部门(劳动服务公司),分别组织编写适合初中毕业以上文化程度青年使用的、分半年与一年两种学制的教材。

第一批组织编写的就业训练教材有:烹饪、食品糕点、宾馆服务、商业营业、理发、公共交通客运、土木建筑、服装、钟表眼镜修理、无线电修理、家用电器修理、机械加工、纺织、丝织、幼儿保教、财会等十六个专业及职业道德、就业指导、法律常识三门公用教材。其他专业的就业训练教材,将分期分批地组织编写。这套教材,培训其他人员亦可使用。

这次组织编写的教材,是按照党和国家有关的教育方针政策,本着改革的精神进行的,力求把需要就业的人员培养成为有良好职业道德有一定专业知识和生产技能的劳动者,突出操作技能的培训,以加强动手能力和处理实际问题的能力。

就业训练工作是一项新工作,参加编写这套教材的有关

同志克服了重重困难，完成了教材的编写任务，对于他们的辛勤劳动表示由衷的感谢。由于编写时间仓促和缺乏经验，这套教材尚有许多不足之处，请各地有关同志在使用过程中，注意听取、汇集各方面的反映与意见，并及时告诉我们，以便再版时补充、修订，使其日趋完善。

劳动人事部培训就业局

一九八六年八月

目 录

第一章 零售商业概述	1
第一节 社会主义零售商业的本质特征.....	1
第二节 零售商业的地位与任务.....	5
第三节 零售商业职能与经营观念.....	9
习 题.....	13
第二章 零售营业员	14
第一节 营业员工作的意义.....	14
第二节 营业员劳动特点和主要职责.....	16
第三节 营业员素质与修养.....	18
习 题.....	23
第三章 零售进货	24
第一节 进货原则与依据.....	24
第二节 进货来源与进货方式.....	28
第三节 收购业务的组织.....	33
第四节 经济合同的签订与执行.....	38
习 题.....	44
第四章 零售销售	45
第一节 销售原则与供应方式.....	45
第二节 售货形式与售货方法.....	48
第三节 营业程序与收款方式.....	56
第四节 广告和商品陈列.....	61

习 题	68
第五章 零售储存	69
第一节 储存数量定额	69
第二节 商品保管	76
习 题	80
第六章 零售服务	82
第一节 服务质量	82
第二节 研究顾客心理	86
第三节 服务语言	90
第四节 服务矛盾	93
第五节 售货技术	97
习 题	103
第七章 零售价格	104
第一节 零售价格形式	104
第二节 零售价格管理	108
第三节 零售价格制度	112
第四节 物价监督与检查	115
习 题	117
第八章 零售柜组核算	118
第一节 柜组核算的意义	118
第二节 柜组核算的内容与方法	121
第三节 柜组经济活动分析	134
习 题	147
第九章 零售单据和报表	148
第一节 单据和报表的种类及填制要求	148
第二节 记帐	152
第三节 报表和单据的编制与填写	154

习 题	160
第十章 零售管理	161
第一节 零售管理的必要性	161
第二节 零售管理的职能与任务	163
第三节 零售管理的原则与方法	167
第四节 零售管理的内容	175
习 题	184
第十一章 零售企业的基本制度	185
第一节 经理负责制	185
第二节 职工代表大会制度	188
第三节 岗位责任制	190
第四节 经营责任制	192
习 题	195

第一章 零售商业概述

第一节 社会主义零售商业的本质特征

一、零售商业的概念

零售商业是社会主义商业的重要组成部分，主要承担着把商品销售给城乡居民、机关、团体等直接消费者的任务，是直接为消费者服务的独立经济单位。

零售商业经营活动的特点是：商品销售的目的是满足人们物质文化生活的需要，对象主要是直接消费者；销售商品零星、分散，交易次数频繁，并在组织商品出售的全过程中，为消费者提供一定的劳务性服务；商品直接与消费者见面，当场挑选成交；商品一经出售，就离开了流通领域，进入消费领域，从而完成商品流通的全过程。

零售商业是组织社会生产和流通的经济组织。一般地讲，零售商业具有以下四个基本特征：

1. 零售商业是一个相对独立的经济组织，必须是在国家计划指导下，独立经营，既买又卖，完成商品买卖的全过程。零售企业是以独立经营者的身份出现于市场，应有买卖商品的自由，能自主地选择买卖对象，决定买卖方式和条件，在商品购销活动中，同其他商业企业的权利是平等的。

2. 必须占有一定的资金、设备和劳动力，并有支配和使用权。零售商业拥有一定数量的生产资料和劳动力，这是

开展经营活动的必要条件。零售商业对生产资料和劳动力的支配和使用权则是实现独立经营的物质技术基础，否则独立经营就成为一句空话。

3. 独立核算，自负盈亏。零售商业作为一个独立的经济组织，必须对自己的经营成果负责，必须用自己的收入抵付支出，并从中取得盈利，用来改造和发展商业，改善职工的福利生活。它把提高经济效益作为商业经营的重要原则之一。

4. 具有法人的资格。法人地位是指依法成立并能独立行使法定权利和承担法律义务的社会组织。零售商业取得法人地位后，国家将依法保护其商业经营上的正当权利和经济效益，同时也要求商业对自己经济活动的正当性和后果承担法律责任。

以上四个方面是零售商业必须具备的基本条件，只有同时具备这四个条件的商业经济组织，才称为零售商业企业。

二、零售商业的类型

社会主义零售商业是个总的概念，根据它的特点，从不同角度可以划分为很多不同的类型。

1. 按经营规模的不同，可以划分为大型零售商业企业、中型零售商业企业、小型零售商业企业。区分零售商业企业规模的大小，一般是以商品销售额、营业面积、在册职工人数、利润额等作为标准。在各个历史时期，划分零售商业企业规模的具体标准不是完全一致的，随着经济的发展而有所变化。但是，作为一个独立核算的零售企业，任何时候都必须具备一定的人、财、物条件，才能从事商品的经营活

2. 按经营范围的不同，可以划分为综合商店、专业商

店。综合商店是综合经营不同行业的多种类商品的零售商店，如设在城市中心或居民集中居住地方的大型百货商店、综合商场等。专业商店专门经营某一类商品或某一特定消费对象所需要的商品，大都指设在城市中心的经营电视机、钟表、眼镜、五金、交电、皮货、自行车和妇女儿童用品、老年人用品等的专业性商店。

3. 按生产资料公有化程度不同，可以划分为全民所有制的国营零售商店、集体所有制的零售商店、个体经营的零售商店和中外合资经营的零售商店。国营零售商店是我国社会主义统一市场的主体经营机构，是对整个市场发展有决定性影响的力量。集体所有制零售商店是由供销合作社、城镇街道、企事业单位、农村乡镇等主办的集体所有制性质的零售商店。个体经营商店近些年来得到了迅速发展，他们起早贪黑地劳动，拾遗补缺，方便群众，是社会主义零售商业必要的、有益的补充。因此，允许在国家规定的范围内适当发展。中外合资经营的零售商店，是经我国政府批准，由我国的有关公司、企业和其他经济组织，按照平等互利的原则，在我国境内共同开办的零售商店。它是我国实行对外开放政策后发展起来的，虽数量不多，但对于我国零售商业的发展有着十分重要的意义。

4. 按售货服务方式不同，可以划分为传统售货商店、自选式售货商店等。传统售货商店是采用以柜台封闭式售货场所为基本服务方式的，这类商店在零售企业中占多数。自选式商店是敞开式售货的一种特殊的先进售货服务方式。如超级市场的营业场所只设少数服务员，顾客自选自取，在营业场所出口处一次核算计款。这种先进的售货方法可以节省顾客购买商品的时间，有利于提高零售企业为顾客服务的水

平。

三、零售商业的性质

社会制度不同，所有制不同，零售商业的性质也不同。社会主义国营零售商业和资本主义零售商业有共同之点，如都是通过货币从事商品买卖活动，都要计算盈利。但本质是不同的，其表现如下：

1. 从生产资料所有制的形式看，社会主义零售商店的房屋建筑、物质设备和经营的全部商品，都属于全体人民所有或集体所有，而不是属于哪一个人私有。

2. 从企业内部人与人之间的关系看，在我国的零售商店里，由于生产资料的公有制，决定了商店内部人与人之间的关系是平等的，不论是营业员、勤杂工人还是经理，都是企业的主人，相互之间是同志式的平等合作关系。经理和营业员只有分工的不同，没有高低贵贱之分。同时，零售企业在经营活动中同生产部门、批发企业和消费者有着广泛的经济联系，这是一种互相合作，互相支持，共同发展的社会主义经济关系。

3. 从分配形式看，社会主义零售商店中不存在雇佣劳动和剥削制度。零售商店的销售额减去进价以后，所得毛利一部分用于商品运输保管等费用开支；一部分根据社会主义按劳分配原则支付职工工资和用于集体福利事业；剩余部分通过税金利润形式上缴给代表全体人民利益的国家。国家再用这部分资金来进行社会主义建设和发展人民福利事业。绝不允许任何人侵吞企业的经营成果。

以上三点说明了我国的零售商业是建立在生产资料公有制基础上的，是最有前途、最优越的社会主义性质的商业。

第二节 零售商业的地位与任务

一、零售商业的地位

社会主义零售商业是国民经济的重要组成部分，是十分重要的社会行业。

1. 零售商业在社会再生产过程中居于重要的中介终端的地位。零售商业的这种地位是由商品流通在社会再生产中的地位决定的。任何社会的再生产过程都包括生产过程和流通过程，是由生产、分配、交换、消费四个环节有机组成的，它们是相互联系、相互制约的对立统一体。社会再生产过程是从生产开始，经过分配、交换，最后进入消费。分配和交换是中间环节，生产表现为起点，消费表现为终点。在社会再生产过程中，担负着商品流通职能的商业处于生产与消费的中介地位。零售企业则处于这个中介地位中联结消费的终端。所以零售企业是商品流通过程中不可缺少的重要环节，只有依靠一个个零售企业频繁的交易活动，才能使商品最终到达消费领域，实现社会主义生产的目的。

2. 零售商业是社会主义商业工作的基础。在我国全部的商业企业中，占最大比例的是零售商业企业。分布在全国各地的各种类型的零售企业，职工人数为全部商业职工人数的70%以上。因此，零售企业的经营服务状况，直接反映了整个社会主义商业工作的水平。广大消费者对商业工作的评价，也往往把零售企业的经营服务状况作为主要标志。所以，零售企业经营服务工作做得如何，直接关系到整个社会主义商业的声誉，关系到党和国家与人民群众之间的关系。

3. 零售商业在社会主义物质文明建设和精神文明建设

方面处于重要地位。社会主义零售商业是社会主义统一市场的主体，直接反映着国家经济建设的面貌，是人们经济生活的窗口。

零售商业既是直接为消费者服务的基层商业企业，又是群众游览观光的公共场所，每天要接待成千上万的群众。生产企业的产品要在这里和广大顾客见面，消费者的各种需要也要从这里得到满足。透过零售企业这个窗口，可以看到国家或一个地区的经济建设面貌和市场形势，而且也可以了解人民的物质和文化生活水平。零售企业的服务态度、商品陈列、服务设施、内外环境、售货方式等，也从一个侧面具体反映出一个城市、一个地区的精神文明建设水平。因此，不断提高零售企业的服务水平，既有重大的经济意义，也有深远的政治意义。

总之，零售企业在我国社会主义经济中处于非常重要的地位，是十分重要的行业，是国民经济和人民生活不可缺少和不容忽视的重要组成部分。只有充分重视零售商业的地位，才能正确发挥其积极的作用。

二、零售商业的基本任务

零售商业是社会主义商业的重要组成部分。社会主义商业在组织工农业产品交换中，就象桥梁和纽带一样，把工业和农业、城市和乡村、生产和消费紧密地联结起来。而零售商业是商品流通的最终环节，它的这种特殊地位，决定了零售企业在社会主义现代化建设事业中担负着光荣而艰巨的任务。

1. 为消费者服务，实现社会主义的生产目的。社会主义生产目的，是为了最大限度地满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。能否实现这一目的，关键在于生产水平的高

低及其对消费的适应程度，而商品交换状况也对其有着直接的影响。社会主义零售企业的基本职能是组织商品的销售活动，直接为消费者服务。当商品生产出来以后，只有通过零售企业的最终销售，才能进入消费领域，满足人们物质文化生活的需要，实现社会主义的生产目的。为此，零售企业必须在对市场进行认真的调查预测的基础上，按照消费需求的变化，及时合理地把质量优良、数量充足、品种繁多、价格公道的商品供应给广大消费者。并要努力改善服务态度，不断改进商品推销方法，开展多种形式的销售活动，方便顾客购买，扩大销售，把生意做活，保障人民生活的逐步改善。

2. 为生产服务，保证社会再生产的顺利进行。生产决定着交换，生产的发展是商品销售的物质基础。只有生产发展了，商品才会增加，商品流通才能扩大。随着商品流通的扩大，反过来又会促进生产的发展。零售企业是沟通生产与消费的桥梁，它负有促进生产和指导消费的任务。零售企业面向消费，熟悉市场，联系面广，反应灵敏，应当充分发挥特有的能动作用。零售企业一方面通过扩大销售，使产品货畅其流，加快实现商品的使用价值，直接支援工农业生产；另一方面，及时把各项信息、消费者意见反映给生产者，促进生产部门的产品适销对路，不断加速社会主义再生产过程，使工农业生产得到更快的发展。

3. 为国家积累建设资金，促进社会主义现代化建设。我国的资金积累基本上是来自社会主义企业上缴的税金和利润。这些企业当然也包括零售企业。零售企业一方面通过扩大商品交换，实现工人、农民为国家所创造的价值，为国家建设积累资金。从社会再生产过程来看，商品只有从生产领

域经过流通领域出售给消费者，积累才能最终实现。另一方面，零售企业的职工在商品运输、保管、包装、加工分类等业务环节中，追加了一部分生产劳动，也为社会创造了一部分价值。同时，在经营活动中，通过增收节支，加强经营核算，也会增加积累。零售企业通过销售活动实现了商品的价值，并以税金和利润的形式为国家提供了建设资金，支援社会主义现代化建设。

4. 为精神文明建设服务，促进人民的安定团结，体现社会主义制度的优越性。零售企业第一线的服务人员通过积极开展购销业务活动，为城乡人民提供越来越丰富的商品，使广大消费者在吃、穿、用、住、行诸方面感到方便，从而感受到党和国家的温暖和社会主义制度的优越性。零售企业在营业时间、服务项目、服务方式、语言艺术、经营品种、店容店貌、操作技术诸方面处处为顾客着想，使顾客用最少的时间，走最少的路，花最少的精力，买到所需要的商品。这样就会使广大群众切身地感到党和政府对人民生活无微不至的关怀，有利于政治上的安定团结，促进社会主义精神文明的建设。

5. 以实物形态最终实现按劳分配原则，调动人们劳动的积极性。我们是社会主义国家，工人、农民、知识分子的劳动所得，是按照“各尽所能，按劳分配”的原则加以分配的。农民的收入中有相当部分是货币收入。其他劳动者的劳动报酬形式是货币形态的工资。劳动者的货币收入主要是用于生活消费（农民用其中一部分来购买生产资料）。零售企业的一个重要任务，就是保证劳动者的货币收入通过购买变为可供生活消费的实物，最终实现“按劳分配”的原则。零售企业应当在国家政策指导下，正确贯彻零售价格政策，力争实现劳

动者的货币购买力，从而调动劳动者的生产积极性。

总之，零售商业在国民经济和人民生活起着非常重大的作用。零售企业职工的劳动是光荣的，应当受到人民的尊敬。随着我国四个现代化的逐步实现，工农业生产将更快地发展，社会商品购买力会大大增加，零售企业同整个社会主义商业一样，担负的任务将是重大而艰巨的。

第三节 零售商业职能与经营观念

一、社会主义零售商业的职能

社会主义商业是专门组织商品流通的经济部门。它的职能是从事商品收购、调运、储存、销售活动。从商品流通过程来看，收购是商品从生产领域进入流通领域的起点，销售是商品从流通领域进入消费领域的终点。只有收购，才能为销售提供物质基础。收购的目的是为了销售。只有销售，才能把商品卖出去，然后重新组织进货，所以销售是收购的目的。做好商品收购和销售工作，才能完成为生产服务，为人民生活服务。

社会主义商业的职能，主要是通过批发企业和零售企业的商品经营活动来共同完成的。在一般的情况下，批发企业通过购销活动，把社会产品从生产领域转移到流通领域，使商业部门掌握了货源，为安排好市场准备了物质基础。而零售企业通过购、销、调、存活动，把商品从流通领域推进到消费领域，完成商品流通的全过程，才最终实现了社会主义的生产目的。

二、办好零售商业应遵循的新观念

以销售业务为中心的社会主义零售商业的经营宗旨是全心全意为人民服务。办好零售商业的主要标志是：经营方向

正，服务质量高，经济效益好。零售商业要达到上述要求，全面完成各项基本任务，应当遵循的新的经营观念是：

1. 为消费者服务的观念。就是要树立“顾客第一”的经营思想。这一观念不仅是社会主义零售商业的本质要求，也是由零售商业的基本职能决定的。它是零售商业组织经营服务活动的基本指导思想。零售企业要体现以消费者为中心的观念，一是要使消费者对商品的需求获得最大限度的满足（如品种、质量、规格、款式、花色、数量、价格、包装、购买方式等）；二是要使消费者在购买、使用商品的过程中获得最周到的服务。这就要在指导思想上摆正企业同消费者之间的主从关系，把消费者的利益和为消费者提供方便摆在首位。消费者的需要应是零售企业经营的起点和目标。只有按照市场需要组织指导生产，处处为消费者着想，真正做到“顾客的需要就是企业的目标”，这样企业才能广开门路，赢得顾客，取得经营上的主动权。社会主义零售商业是真正全心全意为顾客服务的新型商业。企业和顾客的根本利益和奋斗目标是一致的。因此，我们一定可以比资本主义商业服务得更好。

2. 战略观念。所谓战略观念就是要全面地、系统地、长远地观察问题、处理问题。零售商业在经营服务中面临的问题复杂、涉及面广，既有国家、企业和职工三者之间的关系，又有企业与消费者的关系，还有工商、商商之间的关系等。零售商业在经营过程中要使企业的经营活动同国民经济的发展、工农业生产的增长、人民物质文化生活的需要相适应，并使之保持适当的比例关系。做到局部利益必须服从整个国家的利益，把发挥企业的积极性与切实服从国家的统一领导紧密结合起来。必须从战略观点出发，全面系统地分析