

商业中专协编教材

商业计统基础知识

3

中国商业出版社

(京)新登字073号

责任编辑:石竹

责任校对:陈园

商业中专协编教材

商业计统基础知识

*

中国商业出版社出版发行

(北京广安门内报国寺1号)

邮政编码:100053

新华书店总店科技发行所经销

济南市中印刷一厂印刷

*

787 × 1092 毫米 32 开8.5 印张188千字

1993 年 8 月第 1 版 1993 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—5000册 定价:5.8元

ISBN7—5044—1765—3/F·1107

编写说明

《商业计统基础知识》是根据商业部颁发的教学大纲的要求和新形式的需要而编写的。经商业中专教材委员会审定作为中等商业学校非计划统计专业《商业计统基础知识》课程的试用教材，也可作为职工中专、职业高中教学用书和各级商业管理人员的自学读物。

本书由杨红英主编，参加编写的有：黑龙江省牡丹江商业学校任兆平（第一、三章）、山东省烟台商业学校董连才（第二章）、广东省商业学校骆珠海（第四章），辽宁省阜新市商业学校刘富（第五章）、江苏省苏州商业学校杨红英（第六、七、八章），由商业部商业中专教材委员会委员、高级讲师荆渊泉主审。

本书在编写过程中得到了山东省烟台商业学校、黑龙江省牡丹江商业学校的大力支持，在此致谢意。

商业中专教材委员会

1993年9月

目 录

第一章 商业统计概述	1
第一节 商业统计的研究对象.....	1
第二节 商业统计的任务.....	5
第三节 商业统计中的几个基本概念.....	6
第二章 商业统计工作过程	15
第一节 商业统计设计.....	15
第二节 商业统计调查.....	19
第三节 商业统计整理.....	31
第四节 商业统计分析.....	47
第三章 商品流转统计的一般问题	105
第一节 商品流转的概念和分类.....	105
第二节 商品总流转和商品纯流转.....	120
第四章 商品流转统计报表	114
第一节 商品流转统计报表制度.....	114
第二节 商品流转统计报表.....	120
第五章 商品流转统计分析	159
第一节 商品流转统计分析的意义和步骤.....	159
第二节 几种常用的商品流转统计分析.....	163
第六章 商业计划概论	216
第一节 商业计划的意义.....	216
第二节 商业计划的分类.....	219

第七章 商品流转计划的编制	225
第一节 商品流转计划的编制依据和方法.....	225
第二节 商品销售计划.....	232
第三节 商品储存计划.....	243
第四节 商品购进计划.....	250
第八章 商业计划的实施控制和评价	255
第一节 计划的实施.....	255
第二节 计划的控制.....	258
第三节 计划实施结果的评价.....	262

第一章 商业统计概述

第一节 商业统计的研究对象

一、商业统计的含义

商业统计是社会经济统计学的重要组成部分，是适应人类社会商品流通实践的需要而产生并发展起来的，是研究国内市场上商业的经济现象数量方面的一门专业统计。

商业统计主要包括商业统计工作、商业统计资料和商业统计学等三个方面的含义。

商业统计工作是指为了取得反映商业经济现象本质和规律的统计资料而进行的设计、调查、整理、分析等一系列统计活动的总称。其工作人员称为商业统计工作者，领导和组织这项工作的部门称为商业统计机构或商业统计部门。

商业统计资料是指反映大量商业经济现象的特征的数字资料和文字资料，是商业统计工作的成果。其数字资料部分包括未经过加工整理的原始统计资料和经过加工、整理、分析研究的次级统计资料。这些反映商业经济现象的数字资料是具体研究商业经济现象的最基本的素材。其文字资料是指反映商业经济现象质的方面的重要佐证素材。

商业统计学是指设计、调查、整理和分析商业统计资料的理论、原则和方法的集成。

由此可见，商业统计资料是商业统计工作的成果；商业统计学和商业统计工作是理论和实践的关系。商业统计学产生于商业统计实践，没有商业统计实践就没有商业统计学；商业统计学的发展与完善既依赖于商业统计实践的不断深入和完善，又对商业统计实践起着重要的指导作用。

商业统计工作实践的深入和商业统计学的进一步完善，取决于社会主义商品经济的发展与完善。

二、商业统计的研究对象

商业统计的研究对象是商品流通全部商业经济现象的数量方面，研究目的是通过对商品流通领域的大量现象的数量方面的研究来揭示商品流通的本质和规律。

商业统计在对商品流通领域进行研究时，有以下几个重要特点：

第一，它着眼于商品流通领域中大量经济现象的数量方面，包括现象数量的多少、现象间的数量关系、决定现象质量变化的数量界限等。

第二，它在质与量的辩证统一中研究商品流通领域的数量方面。商业现象的质和量是不可分的。商业统计在对商业经济现象数量方面进行研究时，必须以对现象的质的认识为出发点。只有对商业经济现象的性质、特点和发展变化过程有质的认识，才有可能对其进行数量分析，才有可能进行商业统计活动。例如，要计算商品零售额，就要先弄清什么是商品零售，否则就无法进行计算；要计算商品纯流转额，就要先弄清什么是商品纯流转，然后才能根据这种认识去确定商品纯流转的口径和计算方法；要设计一套适合某一企业内

部管理的指标体系，就必须对该企业的经营活动有全面的了解，否则所设计的指标非但不能促进企业经营的规范化、制度化，反而会造成企业管理上的混乱。

第三，商业统计还必须研究生产和消费变化对商品流通的影响。随着产品结构的不断变化和消费需求的不断深化，商业统计不要局限于对原有数字的统计和分析，必须针对生产和消费的变化，研究并制定出一整套相适应的新的流通进程，真正成为商业统计信息的提供者。

第四，商业统计要联系政治、经济和自然条件的变化，分析研究商品流通领域的规律。

三、商业统计的研究范围

目前我国商业统计研究的范围，仅限于国内商品流转领域的社会经济现象。

国内商品流通是指在国内市场上以货币为媒介进行商品交换的经济活动。既包括全部生活消费品的流通，也包括相当部分生产资料的流通。随着社会主义商品经济的深入和发展，国内商品流通的范围将不断扩大，商业统计的研究范围也将随之发生变动。

在我国从事商品流通活动的主要有国营商业、供销合作社商业、集体所有制商业、合营商业（包括中外合资）、个体（私营）商业。这些商品流通载体所从事的商品流转活动是商业统计研究的主体。除此之外，我国的商品流通还有对外贸易部分和国内物资供应部分，前者属外贸统计的研究范围，后者属物资供应统计的研究范围。随着社会主义商品经济的发展，物资供应统计的研究范围将不断缩小，其缩小部

分将扩充到商业统计和对外贸易统计的研究范围之内。

四、商业统计的研究内容

商业统计所研究的国内商品流通领域的社会经济现象，具有丰富多彩的内容，主要有：

（一）基本内容

商业统计研究的基本内容是国内商品流转活动，包括：

- 1.农产品收购；
- 2.工业品收购；
- 3.生产资料销售；
- 4.生活资料销售；
- 5.商品储存；
- 6.各种经济指标之间的关系。

除此之外还要研究商品流转过程中体现的各种经济关系；国家、集体和个人之间的物质利益关系等。

（二）其他内容

商业统计还要研究商品流转过程中发生的价格问题，因为商品物价的变动不仅反映市场情况的变动，而且直接影响到商品流转数量变动。亦要研究在商品流转过程中所必需的人力、物力和财力的形成、配备、使用与消耗等问题。因为商品流转活动需要投入一定数量的劳动力，需要投入一定数量的设备和设置必要的网点，需要占用一定数量的资金。没有这些必备的条件，商品流转活动的发生是不可能的。在一定条件下商品流转所需的必备条件配置的情况决定了商品流转规模的大小。

第二节 商业统计的任务

《中华人民共和国统计法》明确规定：“统计的基本任务是对国民经济和社会发展情况进行统计调查、统计分析，提供统计资料，实行统计监督”。商业统计必须遵循《统计法》的规定，结合商业工作的特点，确定本部门的统计任务。具体地说，商业统计的任务包括以下几个方面：

一、对国内商业经济现象进行统计调查和统计分析，满足各方面的需要，提高统计服务水平

商业统计工作的重点是提高统计服务质量。除了向上级领导部门提供统计资料，满足宏观管理需要外，还要面向社会，密切注视本地区、本部门在商品流通工作中出现的新情况和新问题，有针对性地搜集和整理统计资料，主动提供有分析的统计报告，采取灵活多样的服务方式，向各方面提供统计服务。

二、为各级领导研究问题，制订政策，安排市场，编制计划，提供商业统计资料

商业统计要为计划和决策提供丰富、准确、灵敏的统计资料，使各级领导和企业管理人员充分准确地了解商品流转活动的有关情况，掌握各种信息，从而使计划和决策建立在客观实际的基础上，有效地安排市场，指导工作。

三、对商业部门执行政策和计划完成情况进行检查，实行统计监督

国务院《关于加强统计工作的决定》十分明确地指出：“经济越搞活，越需要发挥统计监督作用。”所谓统计监督，就是通过统计手段，监督和督促国民经济按照经济政策和符合客观实际的计划进行。按照现代化管理科学的理论，国家管理系统应由科学的决策系统、高效的执行系统、灵敏的信息系统、完备的咨询系统和严密的监督系统所组成。统计部门作为国家管理系统的重要组成部分，则必须同时兼有信息咨询、监督的功能，为国家的宏观控制和微观管理提供统计资料，进行统计监督。

四、为做好商业经济管理，提高经济效益提供资料

经济效益的核心问题是节约。节约人力、物力、财力，节约各种资金占用，力求以最小的劳动消耗和劳动占用，取得最佳的经济效益。因此，商业统计要如实地反映各种浪费现象，找出根源，进行综合分析，促使商业企业在改善经营管理的基础上，不断提高经济效益。

第三节 商业统计中的几个基本概念

一、总体与总体单位

(一) 总体

凡是客观存在的，在同一性质基础上结合起来的许多个

别事物的整体，就是统计总体，简称总体。例如，当研究某市商业企业的基本情况时，该市全部的商业企业就构成了总体；当研究某省商业企业的基本情况时，该省的全部商业企业就构成了总体，因为这些商业企业都是客观存在的，同时又都具有担负商品流转任务这一共同性质。

统计总体有有限总体与无限总体之分。一个统计总体所包括的单位数是无限的，称无限总体。如商办工业企业连续大量生产的某种小件产品中，总产量是无限的，那么就可以称这些小件产品构成的总体是无限总体。一个统计总体中所包括的单位数目是有限的，则称之为有限总体。如组成某市或某省商业企业总体的商业企业的数目是可以计算的。在商业经济现象中，统计总体大多是有限总体，如商业企业总数、商业网点总数、商业职工总数、商业设备总数等等，都是有限总体。对有限总体进行统计调查时，可以进行全面调查，也可以进行抽样调查；面对无限总体进行统计调查时，则不能进行全面调查，而只能进行抽样调查，进而用抽样调查结果对总体进行推断。

（二）总体单位

构成统计总体的个别事物称总体单位，简称单位。如前面例子中提到的组成某市商业企业总体中的每个商业企业就是一个总体单位；组成某商办工业企业生产的某种小件产品总体中的每一件产品即为一个总体单位。总体单位既可以是组成总体的人，也可以是组成总体的企业或产品等。

（三）总体与总体单位的联系

总体与总体单位的范围并不是固定不变的，随着研究目的的不同，它们是可以变换的。例如，在某市商业企业这个

总体中，每个商业企业是一个总体单位。但是，如果我们要研究一个具体企业的内部情况时，则上述统计总体的某一个单位就变成统计总体了。随着研究目的的变化，原来作为总体的可能变换为总体单位；原来作为总体单位的则可变换为总体。

二、标志与指标

（一）标志

标志是说明总体单位特征的名称，有品质标志与数量标志之分。

1. 品质标志

品质标志也称质量标志，是表示总体单位质的特征的，是以属性来表示的。如商业企业的经济类型、经营性质、经营专业，商业职工的性别、民族、文化程度、政治面貌等等都属品质标志。

2. 数量标志

数量标志是表示总体单位量的特征的，是可以数值来表示的。如商业企业的职工人数、商品销售额、流动资金额、商业职工的年龄、工资额、工作年限等等都属数量标志。

3. 标志的可变性

无论品质标志还是数量标志，如果它们在各个总体单位上的具体表现是有差异的，则可称它们为可变标志。如组成全市商业企业这个总体的各个商业企业，在经济类型上，有的表现为国营性质。有的表现为集体性质，有的则表现为个体和私营性质等等；在经营专业上则表现为百货、纺织、五

金、交电等等；在经营性质上有的表现为批发，有的表现为零售；在职工人数上有的1000人，有的500人，有的则表现为30人、50人不等。正是由于各个总体单位在某一标志上有着不同的表现才可能对其进行统计，如果每个总体单位在所有标志上的表现都相同，没有差异的话，则没有必要对其进行统计，统计也就不存在了。一般讲组成统计总体的各个总体单位在绝大多数标志的表现上都是有差异的，即绝大多数标志都是可变标志。这些可变标志是统计分组和一系列统计计算与分析的基础。

如果某种标志在各个总体单位上的具体表现都是相同的，则称为不变标志。任何一个总体，至少有一个能使各个总体单位结合在一起的不变标志，如在商业职工总体中，每个人的职业标志都是商业职工。正是由于各个总体单位之间在某一标志上的这种同质表现，才使它们能够有机地组合在一起，构成商业统计研究对象的群体。

（二）指 标

1. 统计指标的含义

统计指标是说明总体特征的，是指反映实际存在的一定总体现象的数量特征的概念及其综合数字。它是由指标概念和指标数值组成的，体现了事物质的规定性和量的规定性两方面的特点。例如，我国1990年社会商品零售额为7526.8亿元这个指标，“社会商品零售额”系指标概念，7526.8亿元系指标数值。再如，是企业某年商品销售额达到1000万元，

“商品销售额”系指标概念，1000万元系指标数值。在商业统计实践中，必须赋予统计指标以明确具体的指标含义和计算方法，否则将不知该将什么内容统计到什么指标中去，也

不知该如何进行统计计算。事实上对于同一指标如果采用的统计方法、计算方法不同,其结果也不尽相同;对于同一指标不同的人、不同的地区受各种不同因素的影响将有不同的解释,如没有统一的解释、共同的质的规定,在统计的最后阶段是无法进行汇总的,即使汇总起来也不可能反映现象的真实面目。

2. 统计指标的特征

(1)数量性。统计指标是说明事物数量的,统计上说的数量不同于哲学意义上的量,它是实际可以测量和计算的量。不存在不能用数字表现的统计指标。

(2)综合性。统计指标是说明总体数量的,是反映总体特征的,它是各个总体单位在某一标志上表现的集合。一个商业职工的工资额不叫做统计指标,而许多商业职工集合的平均年龄、平均工资和工资总额则叫做统计指标。值得注意的是作为统计指标所集合的各个具体数值在性质上必须是同类的,不同性质的数值是不能集合在一起的,例如,无论如何不能将商品购进和销售的数值相加在一起。

(3)具体性。统计指标不是抽象的概念和数字。统计指标所涉及的数量范畴或具体数值都具有一定的实际经济内容,是客观存在的,已经发生了的具有实际经济内容的商业经济现象的量的反映,是客观事实记录的综合。它不同于计划指标和预测指标,它也不同于数学上的抽象的数值,是以一定质为前提条件的量。

3. 统计指标的种类

(1)统计指标按说明总体现象的内容不同,可分为数量指标和质量指标。

a.数量指标。数量指标是说明总体现象大小和绝对数量多少的统计指标，一般是用绝对数表示的，也可称其为总量指标或绝对数。如商业职工人数、商品购进量、商品销售量、商品库存量等。多用以表明总体总数，是用来说明事物广度的，都具有实物的或货币的计量单位。

b.质量指标。质量指标是直接表明现象总体质的属性的统计指标。它是用相应的数量指标进行对比，反映的是总体内部的数量关系，多以相对数或平均数来表示的，如商品的平均价格、职工的平均工资额、劳动效率、费用率、利税率等。因此，质量指标的数值不随总体范围的大小变化而发生增减变化。如一个商业企业的人均月工资是300元未必一定比全市所有企业商业职工的月平均工资低。

(2)统计指标按其作用和表现形式，可分为总量指标、相对指标和平均指标。

a.总量指标。即前面所讲到的数量指标，是反映总体现象规模的统计指标，是说明总体现象广度的，它所表明的是总体现象发展的结果。

b.相对指标。相对指标是两个有联系的总量指标相比较的结果。主要包括计划完成相对指标、结构相对指标、强度相对指标、动态相对指标、比较相对指标和比例相对指标。

c.平均指标。平均指标是按某个数量标志说明总体单位一般水平的统计指标。主要包括简单算术平均数、加权算术平均数和加权调和平均数等。

4.统计指标与标志的区别和联系

(1)统计指标与标志的重要区别

a.统计指标是说明总体特征的，而标志则是说明总体单

位特征的。

b.统计指标都是用数值表示的，而标志则有不能用数值表示的品质标志与能用数值表示的数量标志两种。

(2)统计指标与标志的主要联系

a.标志是指标的基础，统计指标数值是总体单位标志值的集合。

b.统计指标与数量标志之间存在着变换关系。由于研究目的不同，原来的统计总体变成总体单位时，则相应的统计指标也就变成了标志，反之亦是如此。

5.统计指标体系

统计指标体系是指若干个相互联系的从各个方面表明总体特征的统计指标所形成的一个系统的总称。一个统计指标只能说明现象总体的个别侧面，要较为全面地了解和研究总体现象，并说明现象之间的普遍联系，必须建立科学的统计指标体系。

三、变异与变量

(一)变 异

可进行统计的标志和指标都是可变的，也就是说，标志和指标在不同的载体和不同的时间、地点、环境等条件下的具体表现各不相同，如商业企业的经济类型具体表现为国营商业、集体商业、合资商业、个体和私营商业等；商业企业的经营性质具体表现为采购、批发、零售等；商业职工的性别具体表现为男、女；商品销售额具体表现为1000万元、800万元等；职工年龄具体表现为25岁、31岁等；商业职工劳动效率具体表现为高低不一的水平等。在统计上我们把这