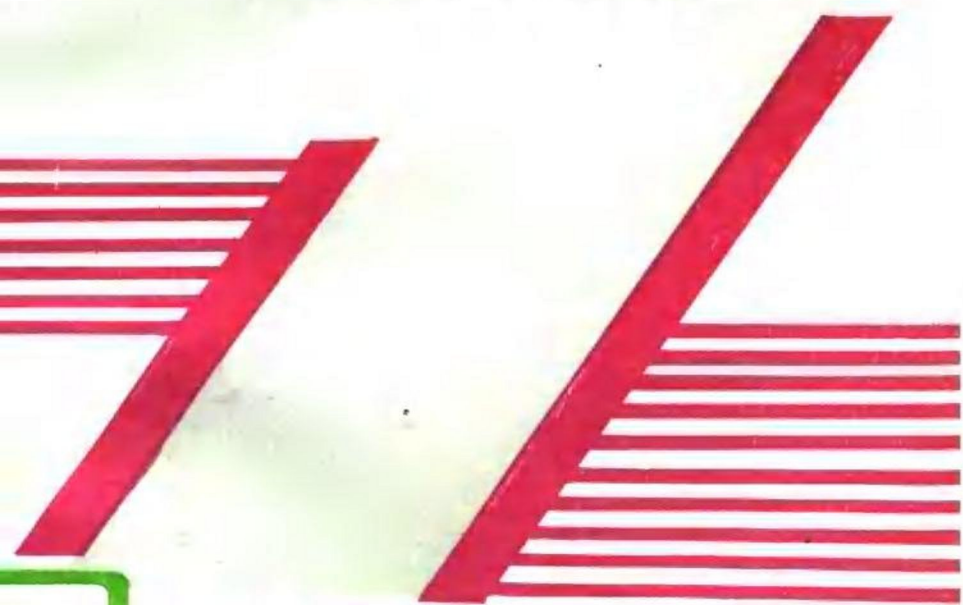


商业技工学校试用教材

商品经营



HANG YE CHU BAN SHE

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

商业技工学校试用教材

商 品 经 营

*

中国商业出版社出版发行

(北京复兴门内大街 45 号)

邮政编码:100801

新华书店总店科技发行所经销

北京二二〇七工厂印刷

*

787×1092 毫米 32 开 6.125 印张 135 千字

1992 年 12 月第 1 版 1992 年 12 月第 1 次印刷

印 数:1—30100 册 定价:3.15 元

ISBN 7-5044-1497-2/F·978

编审说明

《商品经营》是根据商业部制订的商品经营专业教学计划和教学大纲,由商业部商业技工教材委员会组织编写的。经审定,本书可作为商业技工学校及职业中学商品经营专业试用教材,也可作为营业员业务技术培训和企业职工自学读物。

本书由哈尔滨市商业技工学校讲师赵景德主编并执笔写第五、六章。参加本书编写的还有:济南市第一商业技工学校讲师金延军(第一、三、七章)、哈尔滨市商业技工学校助理讲师于绍忠(第二、四、八章)。经黑龙江商学院商经系副主任、副教授臧有良同志主审定稿。

本书编写过程中,曾多次听取有关专家、教师的意见,并参阅了有关书籍和资料,在此一并致谢。

商业部教材领导小组

一九九二年一月

目 录

第一章 商品经营概论	(1)
第一节 商品经营的概念.....	(1)
第二节 商品经营的作用.....	(5)
第三节 商品经营方针与原则.....	(10)
第二章 商品经营思想	(16)
第一节 商品经营环境与经营思想.....	(16)
第二节 现代化商品经营思想.....	(19)
第三节 商品经营策略.....	(23)
第三章 商品经营分工与经营方式	(38)
第一节 商品经营分工.....	(38)
第二节 商品经营方式.....	(51)
第四章 市场调查与市场预测	(60)
第一节 市场调查.....	(60)
第二节 市场预测.....	(67)
第五章 经营决策与经营计划	(83)
第一节 经营决策与经营计划在商品经营中的作用	(83)
第二节 经营决策.....	(85)
第三节 经营计划.....	(93)
第四节 经济合同.....	(97)
第六章 商品经营管理	(101)
第一节 商品进货管理.....	(101)

第二节	商品销售管理.....	(105)
第三节	商品库存管理.....	(110)
第四节	商品运输管理.....	(114)
第五节	商品价格管理.....	(117)
第七章	日用百货及其他商品经营.....	(127)
第一节	日用工业品经营的意义.....	(127)
第二节	百货、文化用品经营	(130)
第三节	针纺织品经营.....	(138)
第四节	五金交电商品经营.....	(146)
第五节	副食品商品经营.....	(158)
第八章	经济核算和经济效益.....	(170)
第一节	经济核算.....	(170)
第二节	经济效益.....	(178)

第一章 商品经营概论

第一节 商品经营的概念

一、商品经营的概念

商品经营是指商业企业通过一定的商品购销形式和流转环节,实现商品从生产领域向消费领域转移的经济活动。

商业企业,作为一个独立的经济实体,把购进商品和销出商品作为自己的职能,在生产者与消费者之间起着桥梁和纽带的作用,把商品源源不断地从生产领域转移到消费领域,担负着实现商品交换的职能。商业企业经营活动主要包含两个方面的内容,一方面是买,把货币转化为商品;另一方面是卖,把商品重新转化为货币。商品经营活动也就是通过这两个不同方面的运动及其不断循环的过程,来媒介商品交换。

政治经济学常识告诉我们,生产部门的商品流通形式是 $W-G-W'$,也就是先出售其产品,换回货币;然后,再用所得的货币购进其所需的生产资料,进行再生产。然而,商品经营的运动形式是 $G-W-G'$,在这里,两次换位的不是同一枚货币,而是同一个商品。第一次,商业企业向生产部门购买商品〔货币——商品($G-W$)〕,商品开始由生产领域转移到流通领域;第二次,商业企业将商品出售给生产部门、居民或社会集团消费〔商品——货币($W-G'$)〕。这里,同一种商品被卖了两次,换了两次位置。为购进商品而垫付的货币,在第

二次商品换位后,才由商业企业收回来。这个收回的货币与垫付的货币在量上是不一样的,是扩大了已增值货币 G' 。

二、商品经营的性质

商品经营的性质是由社会生产关系的性质决定的。在资本主义条件下,商品流通过程的商品形态变化 $G-W-W'$, 实质上是资本循环过程的一个组成部分。资本家用货币购买商品($G-W$)是资本由货币形态转化为生产形态,即由货币资本转化为生产资本。资本家出售商品($W-G'$)是资本由商品形态转化为货币形态,即由商品资本转化为货币资本。商品资本的职能是实现商品到货币的转化过程,实质上是剩余价值的实现过程。

在社会主义条件下,商品经营的目的是促进工农业生产的不断发展,满足整个社会日益增长的物质和文化生活需要。从商品经营的角度看,它表现在两个方面:一方面,社会主义商业企业的商品收购,反映社会主义商业同工农业生产的关系,这一关系又是相互协作、相互支持、相互促进的关系;另一方面,社会主义商业企业的商品销售,反映社会主义商业同消费者(包括生产消费和生活消费)的关系,这个关系充分体现社会主义按劳分配原则的贯彻实施和国家对人民群众生活的关怀。

科学地组织商品经营,可以加快商品流通的速度,从而缩短商品流通的时间,提高经济效益。在这方面,无论资本主义的商品经营,还是社会主义的商品经营,其性质大体上是相似的。所不同的是,社会主义商品经营是在以生产资料公有制为主体,由国家计划和市场共同作用下进行的,要比资本主义商品运动更快更合理。

因此,科学地组织商品经营,合理地使用资金,使其在商

品运动过程中经常处于流动状态,不断地循环,才能使商品流通顺利地进行。

三、商品经营的条件

商品经营活动,必须具备一定的条件才能顺利进行。这些条件就是人力、物力、财力、信息和市场。

(一)人力。指商品经营过程中所必需的人员,包括业务人员和管理人员。业务人员是指那些直接从事商品购、销、运、存,办理商品买卖手续,组织商品实体运动的工作人员,如采购员、售货员、保管员、检验员、运输员等。管理人员是指在商品经营过程中执行计划、组织、指挥和控制职能的工作人员,如经理、会计师、经济师以及各部门各层次的负责人与工作人员等。业务人员是企业人员构成的基础,在企业人员中占有很大比重;管理人员在经营管理中处于主导地位。建立一支有理想、有道德、有文化、有纪律、业务精通、技术熟练的职工队伍,是商业企业搞好商品经营工作的基础和有力保证。

(二)物力。指商品经营过程中所必须的物质技术设备。商品经营所需物质技术设备主要包括企业的经营场所、经营设备、经营机械及工具等各种物质技术手段。现代化的物质技术设备,是从事商品经营的必备条件。

(三)财力。指商品经营过程中所必须的商品资金和货币资金。商品经营过程是从垫支货币购进商品开始,到售出商品收回垫支的货币结束,是一个不断循环往复的周转过程。在这个过程中,商品资金和货币资金是商品经营的物质基础。商品流通过程同时也是资金的运动过程,商品经营活动离不开资金的运动。没有资金运动就没有商品流通,商品经营过程就不能持续下去。比如,购买商品取得商品所有权需要资金,购置经营设备、支付职工工资、向国家缴纳税金,也都需要资金。因

此,具备一定的财力,是商业企业从事商品经营活动的基本条件。

(四)信息。指商品经营过程中所需要的消息、数据、资料的总称。通过信息了解商品经营的情况和变化,并根据变化了的情况,调整经营行为,改变经营策略。商品经营信息,是企业进行经营预测与决策,制订经营计划,更好地进行指挥和控制,提高企业经济效益的依据和要素。可以说,商品经营从信息开始,信息是商品经营的前提。

此外,还需要有适合商品经营的广阔市场。人、财、物、信息都离不开市场,离开市场就无法进行商品经营,它是搞好商品经营不可缺少的必要条件。

四、商品经营的研究对象和内容

商品经营在现代化的商品经济中,正在发挥越来越重要的作用。正确认识它的研究对象和内容,对于推动社会主义市场经济的发展具有重大的理论意义和现实意义。

(一)商品经营的研究对象

商品经营,是一门年轻的科学,它的研究对象是商品流通过程中所形成的经济关系及其经营发展活动规律。比如,各类产品经营中形成的经济关系;农业、轻工、纺织、石油、煤炭、化工、机械、电子等行业生产的商品以及各种废旧物资的经营特点及其规律性。

(二)商品经营的研究内容

商品经营,从其本身的活动过程看,它包括了商品购进、商品销售、商品储存和与商品进销存相联系的商品运输等内容。因此,商品经营的研究内容应该是:

1. 商品购进。商品购进即进货,是商业企业经营活动的起点,是保证商品销售的重要一环。商品经营活动中常见的商品

积压、脱销、变质削价、迂回运输、费用增大、资金周转不灵等问题,究其原因,大多数是由于进货不当而造成的。所以,根据市场需要,按时、按量、按质积极组织购进适销对路的商品,有利于促进工农业生产的发展,有利于满足城乡人民的需要,也有利于企业销售业务的发展,使企业在市场竞争中处在有利的地位。

2. 商品销售。商品销售是商品流通的重要环节,也是商品经营的中心内容。商品销售是一次流通的最后环节。无论是支持生产、满足消费,还是一个环节为另一个环节服务,关键是把商品卖出去,商业企业经营的全过程,最终都是为了满足社会的需求,取得最佳的经济效益。作为一次经营的结束,商品销售是达到这一目的的直接一环。它体现着商业企业商品经营的规模和目标,其他环节都是围绕销售来进行的。

3. 商品储存。指商品离开生产领域尚未进入消费领域,在流通领域内的暂时停留。商品储存除了有商品保存意义外,还包括了商品的聚集、验收、分类或分级,以及运送的准备等工作。

4. 商品运输。指商品借助于运力在空间上的位置转移。商品从生产到消费,一般都必须经过运输过程,完成空间位置的转移,才能实现商品的价值和使用价值。所以,商品运输是企业经营活动不可缺少的环节。

第二节 商品经营的作用

社会主义市场经济具有商品属性,社会主义时期商品经营就必然在社会经济生活中占有重要的地位,并起着重要的作用。

一、商品经营是实现社会主义生产目的的基本手段

社会主义生产的目的,是为了满足人民群众日益增长的物质和文化生活需要。我国现阶段社会需要是通过商品交换得到满足的,因而商品经营活动就成为实现社会主义生产目的的基本手段。消费是社会再生产过程的终点和最终目的。只有满足社会成员的基本需要,社会再生产才能持续进行,社会才能存在和发展。如果生产不是为了消费,群众的消费需求长期得不到满足,那就会极大地挫伤群众的积极性,使社会生产和社会生活呈现混乱状态。

在社会主义市场经济条件下,消费需要分为欲望上的消费需要和有货币支付能力的现实消费需要两种。消费欲望是人们的一种心理机能。人们有渴望生活过得更美好的愿望,这种愿望促使他们对多种商品产生需要;也就是说除了维持生存所必需的基本需要外,人们还会提出更高的要求,即对享受资料和发展资料的需要。但这些需要以消费者的货币支付能力为前提,并受货币支付能力的限制。当这些消费欲望一旦有了货币支付能力,便会很快转变为现实的消费需要。

商品经营与满足消费需要的关系是手段和目的的关系。经营是满足消费需要的手段,而满足人民群众的物质和文化生活需要是商品经营的根本目的。在现有生产条件下,人们消费需要的满足程度,取决于商品经营工作的质量。商品经营是实现社会主义按劳分配的重要形式,努力做好人民必需品的供应,保证满足城乡人民多种多样的生活需要,有利于鼓舞人们的劳动热情。搞好商品经营,还可以指导消费,影响消费,培养人们对新商品的兴趣,唤起新的消费需要,从而推动生产的发展,为实现社会主义生产目的服务。

二、商品经营是实现社会经济联系的重要形式

马克思主义认为,在市场经济占统治地位的社会内,一般的社会生产关系是这样形成的:他们把他们的生产物当做商品,从而当作价值,并在这个物的形态上,把他们的私人劳动当作唯一的人类劳动而发生相互关系。而商品经营正是实现商品交换的过程,通过这种交换关系,既实现了商品的物质形态变化,又沟通了人与人之间的社会联系。由于商品经营的目的从来不是为了仅满足经营者自身的消费需要,而是为了满足别的部门、企业或个人在生产和生活上的需要。因此,商品经营者在经营过程中,总是周旋于生产者与生产者、生产者与消费者之间,以“媒婆”的身份出现。在我国现阶段,由于生产力存在着许多层次,商品流通领域的多种经济成分并存,商品经营必须通过它的活动来维护现有生产力的发展水平,维护不同生产资料所有者的利益及其经营权力,把多种经济成分有机地联系起来,并使其在经济活动中各得其所。

社会主义商业企业在从事商品经营活动中,必须遵循客观经济规律的要求,正确地贯彻执行党的有关商品经营的方针、政策,正确处理国家同农民、工人的关系,进一步发展城乡经济,巩固工农联盟。

在农村,国家向农民收购农副产品的过程中,应本着有利于调动广大农民的生产积极性,有利于发展农副业生产,使农民能以出售农副产品所得到的货币收入,买回等价值的工业品。

在城市,居民需要的粮食、副食品和各种工业品,都是通过市场购买到的;工业生产所需要的原材料、生产出的产品,需要通过商业部门进行供应和推销。因此,商品经营工作做得好,城市居民就能够及时得到他们所需要的消费品,工业企业

也能够及时得到它所需要的工业原料的各种农产品原料,从而加速城市工业的发展。

所以,在商品经营中,要按客观经济规律办事。在国家计划指导下,充分发挥价值规律的调节作用。正确利用市场机制(价格机能)来调整国家、集体、个人三者之间的利益关系;调整工人和农民之间的利益关系,从纵横两方面来沟通社会经济生活中的各种经济联系。

三、商品经营是大力发展社会主义市场经济的重要手段

商品经营是和市场经济紧密联系在一起。商品经营伴随着市场经济的发展而发展;商品经营发展又促进市场经济的进一步发展。资本主义社会如此,社会主义社会也是如此。但是,社会主义市场经济中存在计划和市场两种手段,在商品经营活动中,就要适应社会主义市场经济这一特点。社会主义经济是由千百万个相对独立的经营单位组成的统一体,每个经营单位都是在根本利益一致的基础上开展经营活动的,由此而形成一种相对独立的多元而又统一的利益关系。而处理这种利益关系总会涉及到集中与分散、全局与局部、计划与市场调节的关系。所有这些关系都会综合反映在商品流通过程中,需要通过商品经营活动来加以协调。比如,进入市场的几十万种商品只能对关系国计民生的少数重要商品实行计划管理,其余的多数商品不可能直接纳入国家计划,应由市场调节。这就需要在国家计划指导下,广开流通渠道,采取多种经营方式和方法,促进社会主义经济的发展。多年来,我国一直是按照行政区划组织商品流通,按行政权力分配商品,实行“官商”经营,结果造成经营环节过多,商品流向不合理,流通时间长、费用大。这不仅影响了经济的发展,而且造成了极大的社会浪费。根据社会主义市场经济的特点,充分发挥市场机

制的作用,利用原来形成和发展起来的以大中城市为依托的经济中心开展商品经营,便可迅速改变这些不合理的现象。

四、商品经营是城乡互助、繁荣市场的重要手段

商品交换是城市与农村进行经济联系的重要形式。农副产品的生产者主要是农民,他们生产的农副产品,除自留部分外,也有一部分剩余,可提供给社会。这部分产品,国家不能无偿征用,也不能直接调拨,而应按照国家政策,通过预购、合同定购等形式,进行收购,因此,商品经营在城乡经济联系中就担负起了重要作用。

一方面,通过买卖形式把农产品源源不断地输往城市,经过商品交换,保证工业生产、出口以及城镇居民对农副产品的需要。现阶段,我国人民生活中吃的大部分,穿的、用的相当一部分都直接或间接来自农产品,农产品商品经营的状况如何,与人民生活关系极大。农产品商品经营得好,进入市场的农产品数量充足、质量优良,市场就显得繁荣,人民生活需要的满足就有保证。搞好农产品商品经营,有利于调动农民的积极性,促进农业生产的发展;可以为工业部门提供更多更好的农产品原料。近年来,我国调整经济结构和比例,要进一步发展轻纺工业、食品工业,更离不开农产品商品经营。此外,农产品商品经营得好,有利于进一步扩大对外贸易,为外贸出口提供充足的货源。

另一方面,通过买卖形式把工业品源源不断地输往农村,满足广大农民生活和生产的需要。工业品中,又可分为消费品和生产资料:

1. 消费品是直接满足人们物质文化生活需要的商品。消费品作为商品,只有经过交换才能最终进入消费,使消费者获得某种使用价值,使其生活需要得到满足,从而商品的价值也

最终得以实现。消费品经营是实现社会主义生产目的的重要手段,是满足人们物质文化生活需要的重要前提。社会主义生产的目的在于最大限度地满足人民群众日益增长的物质文化生活的需要,而现阶段这一目的的实现必须通过市场,经过商品交换才能实现。

2. 生产资料是生产的必要条件。农业生产的发展,没有农业生产资料供应的保证是不可能的。农业生产资料经营要想农业生产之所想,急农业生产之所急,按质、按量、按时地把各种农业生产资料供应到广大农村,以促进农业的发展,经营是一种适应市场变化的经济活动。企业的购销活动是在市场上进行的,作为一个相对独立的商品经营者进入市场,面对市场竞争的优胜劣汰,一切经济活动都必须适应市场需求情况的变化,符合客观规律的要求,否则就会在竞争中失败。这就要求经营者必须树立现代经营思想,正确确定经营策略,善于运用机动灵活的经营方式和经营方法,实现科学的经营管理,把经营搞活,在竞争中发展经营。

第三节 商品经营方针与原则

一、商品经营方针

(一)商品经营方针的概念

商品经营方针,是指在一定经营思想指导下企业经营战略和策略,包括集中经营方针、出奇制胜方针、多面化方针、优势经营方针、弹性经营方针、多方位经营方针、内涵与外延经营方针。经营思想和经营方针是商品经济活动的纲领,它们对企业的生存和发展有着极为重要的作用,是商品经营者首先应该解决的问题。

(二)确定商品经营方针应考虑的因素

1. 党和国家发展经济的方针、政策以及战略发展规划的要求。

2. 企业所处环境的发展趋势,特别是市场上对各种商品的需求现状和趋势。

3. 竞争对手实力的强弱,要知己知彼,避实就虚,出奇制胜,发展有特色的商品品种,或经营市场断档、短线商品,避免盲目经营。

4. 要充分考虑利用本企业的优势,如人、财、物优势和技术条件优势等等。

一般说来,商品经营方针一经确定,是不会经常改变的。但是,由于客观环境的变化,特别是市场环境的变化,原定的经营方针可能已经无法适应,这时企业就要重新研究并及时地调整商品经营的方针。在这种情况下一般有三种可供选择的方法:

第一,坚持原定方针,即坚持原来的商品经营方向。如果在一定时期内,企业所处的客观环境无重大变化,原方针确定经营的商品市场容量仍很大,则应坚持原来的经营方针。当然,这并不等于一成不变,而是要根据市场环境的变化,市场需求的改变,做适当的调整:一是增加不同规格、式样的新商品;二是从质优、价廉方面下功夫;三是提高服务质量,增加服务项目,以吸引更多的顾客。

第二,坚持原定方针的同时,开辟新的途径。有些企业原来经营的内容和服务项目虽受到竞争者的挑战,但该企业市场上知名度较高,所经营的商品或服务项目市场容量较大,在这种情况下,企业仍应坚持原来的经营方针。同时,从长远观点考虑,企业在以后的竞争中,销售额可能逐渐减少,或市

场上出现了换代商品。为了减少风险,企业可根据所处外部环境和内部条件,采取新的方针,开辟新的经营途径。

第三,完全改变原定方针。当企业所经营商品的经济寿命周期已经衰退,并且没有什么新的途径时,企业应果断地改变原来的经营方针,改变经营方向,停止经营老商品,重新确定新的商品经营结构,经营新的商品,或建立新的服务项目。

二、商品经营的原则

在我国现有经济条件下,对商品经营的基本要求是:坚持社会主义道路,遵守国家政策、法令,服从国家计划指导;根据市场需要,搞活商品经营,提高经济效益。因此,在商品经营中,必须坚持以下原则:

(一)服从国家计划原则

社会主义经济也是市场经济。为了适应社会化大生产的要求,国家通过宏观调控有计划地利用国内的人力、物力、财力,调控和引导国内的经济活动,保证国民经济各部门有计划按比例地协调发展。社会主义初级阶段,还广泛存在着商品交换和商品生产,因此,必须重视价值规律的作用和充分运用市场机制,通过计划的综合平衡,以及必要的经济手段和行政手段,做到大的方面管住管好,小的方面放开搞活,保证比例适当,使国民经济按比例协调发展。商业企业要在国家宏观调控引导下,结合自身的具体情况,通过编制计划,组织计划实施,以及对计划实施情况的检查、控制,把企业的经营活动科学地组织起来,把社会生产和社会需要结合起来。商业企业应当在市场供需平衡的前提下,结合企业自身的具体情况,加强市场调查,开展市场预测,明确经营方向,确定经营目标,积极开展经营活动。

(二)维护消费者利益原则