

中国供销社经济效益学

刘广琳 著

中国商业出版社

95
F717.2
34
2

中国供销社经济效益学

刘广琳 著

XAJ17/1P

中国商业出版社

C 124409

(京)新登字 073 号

责任编辑:孙 立
责任校对:任元成

中国供销社经济效益学
刘广琳著

*

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
国防工业出版社印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开 19.875印张 477千字
1993年10月第1版 1993年10月第1次印刷
印数1-3600册 定价:23.40元
ISBN 7-5044-1583-9/F·1031

ABSTRACT

This book introduces a new branch of economic science. The subject of Chinese supply and marketing cooperatives' economic benefits is a new and developing borderline subject, which is the organic combination of supply and marketing cooperative economy and the subject of economic benefits. This book is the first monograph of its kind.

The whole book is divided into introduction and four parts. The introduction explains the necessity of establishing The subject of Chinese supply and marketing cooperatives economic benefits, The object and methods of its study; Part I is of the basic theory of supply and marketing cooperatives' economic benefits; Part II is of the special ways to improve the economic benefits at all kinds; Part III is of the general ways to improve the economic benefits at all levels and the enterprises attached to them; Part IV is of the ways to improve the economic benefits at the second, the third industries initiated by cooperatives

The author of this book is an associate professor of Shandong Academy of Social Science, head of the institute for research in finance & trade economics.

系统地研究供销社经济效益问题

——《中国供销社经济效益学》序言

厉以宁

刘广琳同志是我的学生。他是 1963 年考入北京大学经济系的。在校期间,我不仅担任了他们班的教学任务,而且有半年多的时间同他一起在北京市郊农村供销社进行过调查研究。大学毕业后,他从事经济研究工作,对商业经济、特别是供销合作经济尤感兴趣。他在这方面的一些论文在刊物上发表后,曾寄给我看过,我发现他的研究是踏踏实实的。这本书则是他近年来研究的一项成果,我很乐意为之写一篇序言,尽管在供销合作经济问题上,我远远算不上一名专家,但二十多年前我和他一起在京郊农村供销社调查研究的经历却深深地留在我的记忆中。

中国供销社经济效益研究是一个供销合作经济学与经济效益学相结合的新的研究领域。在我国,经济效益学自 1982 年才正式被提出来。至于供销合作经济学,被提出的时间还要晚些。因此,开展中国供销社经济效益的研究,需要在这两门很不成熟的学科的边缘上进行,难度是很大的。中国供销社既然是合作社,那么它的办社宗旨和根本目的,就不是盈利,而是服务。然而,供销社毕竟是一种经济组织,它的经济活动要以提高经济效益为中心,况且,中国供销社并不是一般意义上的经济组织,而是广大农民的自我服务组织,为自身为农民为国家创造的经济效益,都是供销社经济效益的组成部分。这就使得与供销社经济效益有关的各种关系格外复杂。在这样的背景下,要建立中国供销社经济效益学,不对供销社经济效益问题进行系统、全面、深入地研究,是根本不可能的。

提倡系统地研究供销社经济效益问题,不仅仅是学科建设上的

需要,更有实践上的缘由。

首先,中国供销社本身就是一个经济系统,其经济效益,需要系统地研究。所谓经济系统,指由相互作用相互依赖的若干企业结合而成的具有特定功能的有机整体,而这个系统本身,又是它所从属的经济部门的组成部分。迄今为止,供销社拥有农业生产资料、生活资料供应,农副产品、再生资源购销,社办工业、储藏、运输、饮食、服务、修理等企业 70 多万个。经营、服务网点覆盖全国城乡。从村级综合服务站、基层社、县联社到市联社、省联社、全国总社,上下自成系统。其特定功能,是要办成农村经济综合服务中心,成为城乡商品流通的一条主渠道,并隶属于商业部门。由此可见,供销社是一个名副其实的经济系统。对这样一个经济系统的经济效益的研究,无疑需要具有系统性。

其次,到目前为止,对供销社经济效益的研究基本上仍是比较分散的,有关供销社经济效益的论述,大多数或就一个企业,或就一个行业,或就商品流通中的一个环节,或就企业内部的一项业务而进行系统的研究太少。当然,仅就某个方面进行研究,也是需要的,但如果把研究工作停留在这种水准上,那就不够了。不仅主管供销合作事业的各级领导、各级供销社主任们、各合作企业集团的负责人需要系统地了解与研究供销社的经济效益,就是各个具体业务岗位上的工作者的视野,也应当扩大。供销社经济效益中的许多问题,不站在全系统的高度是讲不清楚的。因此,为了把供销社经济效益研究推向深入,有必要对这个问题进行系统地研究。

再次,供销社经济效益问题实际上应同广大农民实际收入的增长和生活水平的提高联系在一起进行研究。供销社的宗旨是为农民服务的,这里就包括了如何促进农民实际收入的增长和生活水平的提高。供销社只有改善自己的经营,扩大自己在农村的业务范围,密切同乡镇企业、其它农村服务设施、特别是与农民群众的经济联系和经济联合,其经济效益才能不断提高,而农民也就能从这些方面得到

更多的实际利益。供销社经济效益的提高与农村经济的繁荣、农民实际收入的增长,是同步的、相辅相成的。如果农民仍然陷于贫困状态,供销社不可能取得良好的经济效益;同样的道理,如果供销社本身陷于经济困难的境地,许多业务无法正常开展,那么,农民也就难以从供销社方面得到支持和帮助。可见,对供销社的经济效益,必须从更广泛的角度进行研究,其中包括供销社与整个农村经济相互关系的系统研究。

最后,系统地研究供销社经济效益,其意义不仅仅在于供销社本身。现在国有商业正在研究提高组织化程度、组建商业集团问题,以解决经营过度分散、国有商业优势散失、管理涣散、相互掣肘等弊端。国有商业体制改革与管理的集团化对于供销社经济效益的提高,很有参考价值。而供销社经济效益问题研究的进展,对于国有商业工作的改进,同样具有重要意义。比如说,工业品联购分销、农副产品分购联销等经营方式就已被国有商业中的许多单位所借鉴,提高了它们的经济效益。目前,全国国合商业方兴未艾的“四放开”改革,最早的试验区也在供销社系统。

以上简要地论述了系统地研究供销社经济效益问题的意义。可喜的是,刘广琳同志经过多年研究,把他的专著《中国供销社经济效益学》奉献给广大读者。这部著作反映了他对供销社经济效益问题比较系统的研究。全书分为导言和四编。导言论述创立中国供销社经济效益学的必要性以及它的研究对象和研究方法;第一编,论述供销社经济效益的基本理论;第二编,论述各类供销社提高经济效益的特殊途径;第三编,论述各级供销社及其企业提高经济效益的一般途径;第四编,论述供销社所办的二三产业提高经济效益的途径。可以看出,本书具有学术性、知识性、实用性兼备的特点。尽管书中某些观点还需进一步推敲,作为一门应用性很强的学科的体系还需进一步斟酌,但本书体现了作者对供销社经济效益问题的孜孜不倦的探索,对如何提高供销社经济效益提供了较为系统的知识和方法,所以它

的出版,是值得赞许的。

我曾说过,经济学的研究成果通常是集体的产物。经济学的发展需要依靠集体的智慧与努力。刘广琳同志的这本专著的问世,很可能在这个研究领域内起到推动更多的经济学工作者关心、钻研供销社经济效益问题的作用。我希望今后在这方面能读到更多的新作者所撰写的新作品。

1992年4月28日于北京大学

目 录

系统地研究供销社经济效益问题

——《中国供销社经济效益学》序言 厉以宁

导言

第1节 创立中国供销社经济效益学的必要性..... (1)

一、提高供销社经济效益、振兴供销社的感召和需要..... (1)

二、创立经济效益学新学科的需要 (4)

三、中国供销社开展对外文化交流的需要 (6)

第2节 中国供销社经济效益学的研究对象..... (6)

一、中国供销社经济效益学的研究对象 (6)

二、中国供销社经济效益学的主要研究内容 (7)

第3节 中国供销社经济效益学的研究方法 (11)

一、选择研究方法的指导思想..... (11)

二、中国供销社经济效益学的主要研究方法..... (11)

第一编 供销社经济效益基础理论

第一章 供销社经济效益的概念

第4节 社会主义经济效益的一般概念 (17)

一、经济效益与经济效果的相同点..... (17)

二、经济效益与经济效果的相异点..... (19)

三、经济效益之“益”应该专指什么..... (21)

四、为什么要把劳动占用单独列出..... (23)

五、社会主义经济效益一般概念的表述..... (24)

第5节 供销社经济效益的概念	(25)
一、供销社经济效益概念中的对比关系	(25)
二、供销社经济效益概念中的剩余劳动	(26)
三、供销社经济效益概念的表述	(30)
第二章 供销社经济效益的内容	
第6节 供销社经济效益第一形态	(32)
一、供销社中观经济效益	(32)
二、供销社微观经济效益	(35)
三、供销社中观经济效益与微观经济效益的关系	(36)
第7节 供销社经济效益第二形态	(39)
一、供销社经济效益Ⅱ独立存在的依据	(39)
二、供销社经济效益Ⅱ独立存在的形式	(40)
三、确认供销社经济效益Ⅱ独立存在的意义	(41)
第8节 供销社经济效益第三形态	(43)
一、供销社经济效益Ⅲ的内容	(43)
二、供销社经济效益Ⅲ是宏观经济效益的组成部分	(45)
第三章 供销社经济效益的特点	
第9节 同工农业经济效益相比显示的特点	(47)
一、供销社经济效益主要体现在商品购销任务的完成上·····	(47)
二、提高劳动效率对提高供销社经济效益有特别重要的意义	(49)
三、加速流动资金周转对提高供销社经济效益依然十分重要	(51)
第10节 同其它商业经济效益相比显示的特点	(53)
一、讲求经济效益与坚持服务宗旨相统一	(53)
二、提高供销社经济效益的途径方法灵活性大、政策性强	(56)

第四章 供销社经济效益的评价

- 第 11 节 供销社经济效益的评价标准..... (60)
 - 一、供销社经济效益 I、II、III 相统一..... (60)
 - 二、当前经济效益与长远经济效益相统一..... (63)
 - 三、供销社经济效益与社会效益相统一..... (65)
- 第 12 节 供销社经济效益评价指标体系的特点..... (67)
 - 一、评价供销社经济效益采用指标体系的必要性..... (67)
 - 二、供销社经济效益评价指标体系的特点..... (67)
- 第 13 节 供销社经济效益评价指标体系的内容..... (69)
 - 一、确定评价指标体系内容的原则..... (69)
 - 二、供销社经济效益 I 的评价指标体系..... (70)
 - 三、供销社经济效益 II 的评价指标体系..... (74)
 - 四、供销社经济效益 III 的评价指标体系..... (75)
 - 五、供销社经济效益评价指标体系的组成..... (76)
- 第 14 节 供销社经济效益的综合评判..... (77)
 - 一、对供销社经济效益进行综合评判的必要性..... (77)
 - 二、供销社经济效益的综合评判方法..... (77)

第二编 各类供销社提高经济效益的特殊途径

第五章 农村供销社要办成农村经济综合服务中心

- 第 15 节 把农村供销社办成农村经济综合服务中心的依据..... (84)
 - 一、农村经济综合服务中心的概念..... (84)
 - 二、把农村供销社办成农村经济综合服务中心的依据..... (86)
- 第 16 节 农村经济综合服务中心的三层级模式..... (88)
 - 一、选择三层级模式的现实依据..... (88)

二、其他层级的供销社与办农村经济综合服务中心的关系	(93)
---------------------------------	------

三、三层级模式的特点	(93)
------------------	------

第 17 节 农村经济综合服务中心的服务内容	(94)
------------------------------	------

一、供销依然是首要的基本的服务项目	(94)
-------------------------	------

二、围绕供销服务展开的系列服务	(96)
-----------------------	------

第 18 节 办农村经济综合服务中心的原则与方法	(101)
--------------------------------	-------

一、办农村经济综合服务中心的原则与方法	(101)
---------------------------	-------

二、正确处理综合服务中心与非综合服务中心的关系 ..	(103)
----------------------------	-------

第六章 城市供销社要为城市圈服务

第 19 节 城市供销社为城市圈服务的客观依据	(106)
-------------------------------	-------

一、城市圈与城市供销社的概念	(106)
----------------------	-------

二、城市供销社为城市圈服务的客观依据	(108)
--------------------------	-------

第 20 节 城市供销社为城市圈服务的条件和内容	(112)
--------------------------------	-------

一、城市供销社为城市圈服务的条件	(112)
------------------------	-------

二、城市供销社为城市圈服务的内容	(114)
------------------------	-------

第 21 节 努力增强为城市圈服务的经济实力	(116)
------------------------------	-------

一、提高城市供销社的知名度	(116)
---------------------	-------

二、撤消大而全的行政性公司,组建小而专的经营性公司	(117)
---------------------------------	-------

三、增设新的经营服务机构	(120)
--------------------	-------

四、走向大市场,敢做大买卖	(121)
---------------------	-------

第 22 节 兴办农副产品批发交易市场	(123)
---------------------------	-------

一、农副产品批发市场的涵义	(123)
---------------------	-------

二、农批市场出现的客观必然性	(123)
----------------------	-------

三、建立农批市场的目的	(124)
-------------------	-------

四、农批市场设置地点及其设施	(125)
----------------------	-------

五、农批市场营业时间	(126)
------------------	-------

六、农批市场成交方式,结算方式与手续费收取方法.....	(127)
七、农批市场设置的数量和层次	(128)
八、兴办农批市场的重要意义	(129)
第 23 节 实施城乡供销社一体化发展战略	(129)
一、城乡供销社一体化是城乡一体化的组成部分	(129)
二、城乡供销社开展经济联合的原则	(132)
三、城乡供销社开展经济联合的内容	(132)
第七章 各级联合社要履行管理、服务、经营三职能	
第 24 节 各级联合社都要办成联合经济实体	(134)
一、联合社的涵义、本质属性和特征.....	(134)
二、联合社的职能	(136)
三、行政机关性质的供销社如何改革成联合经济实体 ...	(137)
第 25 节 联合社对社员社的管理职能	(138)
一、联合社对社员社加强管理的必要性	(138)
二、管理职能细分为组织、协调、指导、监督.....	(140)
第 26 节 联合社对社员社的服务职能	(143)
一、联合社为社员社服务的理论依据	(143)
二、联合社为社员社服务的主要内容	(145)
三、联合社经营机构对社员社也要履行服务职能	(146)
四、设置考核为社员社服务好坏的硬指标	(147)
第 27 节 联合社的经营职能	(148)
一、联合社经营职能的体现	(148)
二、联合社理事会出面组织的经济活动的实际内容	(149)
三、联合社理事会与所属经营机构实行两权分离	(152)
四、选择缴纳所得税和进行盈利分配的恰当形式	(153)

第三编 各级社及其企业提高经济效益的一般途径

第八章 完善农村商品生产服务体系

第 28 节 以促导农村商品生产大发展为提高经济效益的基点

..... (155)

一、供销社提高经济效益的基点的涵义 (155)

二、确定供销社提高经济效益的基点的理论依据 (157)

三、确定供销社提高经济效益的基点的现实依据 (159)

第 29 节 建立和发展农副产品生产基地 (163)

一、建立、发展农副产品生产基地的重要意义 (163)

二、发展农副产品生产基地的基本原则 (164)

三、发展农副产品生产基地的基本方法 (166)

第 30 节 兴办三种专业性合作经济组织 (168)

一、专业协会 (168)

二、专业合作社 (170)

三、专业合作社集团 (174)

四、兴办三种专业性合作经济组织应注意的问题 (176)

第 31 节 完善化肥农药农膜专营 (177)

一、化肥、农药、农膜实行专营的必要性 (178)

二、化肥、农药、农膜实行专营的优越性 (180)

三、切实把专营工作搞好 (182)

第 32 节 不断扩大农业生产资料经营范围 (188)

一、扩大农业生产资料经营范围的必要性和可能性 (188)

二、继续搞好中小农具供应 (190)

第 33 节 一定要把农副产品经营这个大头搞活 (193)

一、把农副产品的批发环节放在县 (193)

二、搞活农副产品经营的五种方法 (193)

三、搞活主营的农副产品流通的构想	(195)
第 34 节 改革农副产品购销制度	(202)
一、推行农副产品购销合同制	(202)
二、实行农副产品购销代理制	(203)
三、试行按大宗农副产品交售量返利制	(204)
第 35 节 满腔热忱为乡镇企业服务	(205)
一、为乡镇企业服务的重要意义	(205)
二、为乡镇企业服务的途径与方法	(206)
第九章 积极引导农民正确消费	
第 36 节 引导农民正确消费的理论依据	(210)
一、引导农民正确消费等于在消费领域为农民创造经济实惠	(210)
二、消费与生产的同一性	(211)
三、消费与生产的矛盾及实现统一的有条件性	(213)
四、商品供求关系是生产与消费关系在市场上的反映 ...	(215)
五、消费需求具有可引导性	(216)
第 37 节 引导农民适度消费	(217)
一、适度消费的涵义	(217)
二、引导农民克服超前消费	(219)
三、引导农民摒弃滞后消费	(223)
第 38 节 引导农民文明健康科学地消费	(226)
一、引导农民文明消费	(226)
二、引导农民健康消费	(227)
三、引导农民科学消费	(228)
第 39 节 引导农民优化消费结构	(231)
一、消费结构的涵义	(231)
二、引导农民优化生存、发展和享受的消费结构	(233)
三、引导农民优化消费形式结构	(236)

第 40 节 引导农民适时转换消费模式	(247)
一、消费模式的概念	(247)
二、引导农民适时转换消费模式	(247)
第 41 节 引导农民正确消费的原则、机制与手段	(250)
一、引导农民正确消费的基本原则	(250)
二、引导农民正确消费的机制与手段	(253)

第十章 完善生活资料服务体系

第 42 节 建立供销社日用工业品批发体系	(261)
一、供销社系统建立日用工业品批发体系的必要性	(261)
二、供销社系统工业品批发体系的外延与内涵	(264)
三、供销社工业品批发机构经营策略与方法	(265)
四、开展批发储存保本期分析	(270)
五、既“促”又“导”积极协助工业调整产品结构	(272)
第 43 节 搞活供销社工业品零售企业	(275)
一、牢固树立零售不让活中求进的经营思想	(275)
二、采取勤进快销的经营策略	(275)
三、制定理想进货方案的三项原则	(276)
四、最适进货方案的三种测算方法	(278)
五、把执行价格政策与搞活零售价格统一起来	(287)
六、因地制宜参与工业品市场竞争	(288)
七、解决商品积压改善库存结构	(289)
八、开展零售储存保本期分析	(290)
第 44 节 兴办批零兼营的大中型商场	(291)
一、供销社大中型商场的涵义	(291)
二、供销社城市类大中型商场	(292)
三、供销社城镇类大中型商场	(294)
四、办好供销社大中型商场的原则	(295)
第 45 节 发展农用建材生产、经营单位	(295)

一、占领农用建材生产、销售阵地·····	(295)
二、经销装饰材料,承包装饰工程·····	(296)
第46节 本业为主、综合经营·····	(297)
一、用好用足政策端正经营思想·····	(297)
二、正确处理主营业务与兼营业务的关系·····	(298)
三、创造主营、兼营业务双优的业绩·····	(300)

第十一章 在城乡普遍扩大再生资源的开发

第47节 开发再生资源的重要意义·····	(302)
一、再生资源的涵义·····	(302)
二、开发再生资源关系到人类生存与发展·····	(304)
第48节 开发再生资源的途径与方法·····	(307)
一、增设回收网点,充实回收力量·····	(307)
二、采取多种形式,努力扩大回收·····	(309)
三、特别要抓好加工这一关键环节·····	(313)
四、努力扩大再生资源的综合利用·····	(316)
五、继续推进再生资源的科学研究·····	(317)

第十二章 供销社为农服务应实行等价有偿原则

第49节 为农服务不实行等价有偿原则的弊端·····	(319)
一、为农服务及等价有偿原则的内涵·····	(319)
二、为农服务不实行等价有偿原则的弊端·····	(320)
第50节 为农服务实行等价有偿原则的理论依据·····	(322)
一、服务本质上是一种商品·····	(322)
二、服务交换属于商品交换,理应实行商品交换中通用的等价交换原则·····	(325)
第51节 实行等价有偿原则应解决的认识问题·····	(327)
一、深刻理解供销社与农民之间存在着整体与个体的区别·····	(327)