

商业企业经营学

郭志军 主编



中国社会科学出版社

SHANG YE QI YE JING YING XUE

商业企业经营管理系列教材

商业企业经营学

(修订本)

郭志军 主 编

责任编辑：纪 东

责任校对：邢 隆

封面设计：陆季平

版式设计：陆季平

商业企业经营学

Shangye Qiye Jingyingxue

出版

中国社会科学出版社

发行

新华书店经销

北京朝阳农校印刷厂印刷

850×1168毫米 32开 11.375印张 288千字

1990年6月第1版 1990年6月第1次印刷

印数1—4000册

ISBN7-5004-0827-7/F·161 定价：4.50元

前 言

企业是国民经济的细胞，企业的生机和活力是国民经济发展的一个关键。商业在社会再生产过程中处于中介地位，商品经济越发展，商业的作用就越加明显，搞好商业企业的经营就更为重要。

党的十一届三中全会以来，我国的经济形势发生了深刻的变化，商品生产日益发展，供求关系发生了根本性的转变，人民生活水平不断提高，竞争日趋剧烈，这些都给商业企业的经营提出了新的更高的要求。每一个企业在市场上直接接受消费者的评判和检验。正是在这种背景下，我们于1985年3月出版了由郭志军、邢颖编著的我国第一本以《商业企业经营学》命名的教材。

这几年的教学和企业经营实践的发展，促使我们不断地深入研究商业企业经营的理论和实际问题。为适应形势的发展，我们根据企业和教学的需要，对本书进行了修订，这个修订本反映了我们目前的认识水平。修订本在结构体系的安排和阐述上都有较大的变化，现有内容比以前更加充实和具体，并增加了新的内容。同时，注意了理论与实践的结合。

本书是北京市财贸管理干部学院商业经营教研室集体研究编著的。参加编著的有：郭志军、邢颖、周隆、王茹芹、王麟康、周晓。

全书最后经郭志军副教授统稿总纂。诚恳希望专家及读者提出宝贵意见。

编 者

1990年5月

目 录

第一章	绪论	(1)
第一节	商业企业经营学的研究对象	(1)
第二节	商业企业经营学的体系结构和内容	(3)
第三节	商业企业经营学的理论基础	(7)
第四节	商业企业经营学的研究方法	(8)
第五节	创建符合中国国情的商业企业经营学	(10)
第二章	企业经营概论	(13)
第一节	企业经营的概念	(13)
第二节	企业经营一般规律	(16)
第三节	企业经营的性质	(20)
第四节	企业经营观念	(21)
第五节	企业经营类型	(26)
第三章	企业经营要素及经营机制	(28)
第一节	企业经营要素	(28)
第二节	企业经营力	(33)
第三节	企业经营机制	(33)
第四节	企业经营过程	(38)
第四章	企业经营环境	(42)
第一节	经营环境的概念和特点	(42)
第二节	外部环境的内容及分析	(46)
第三节	内部环境的内容及分析	(62)
第四节	内部外部环境的平衡分析	(69)

第五章	企业经营战略	(74)
第一节	企业经营战略的概念及特征	(74)
第二节	企业经营战略的分类	(77)
第三节	企业经营战略的制订	(82)
第六章	企业经营信息	(93)
第一节	信息的概念及其在企业经营中的作用	(93)
第二节	商业企业经营信息的内容和来源	(98)
第三节	企业经营信息收集和处理过程	(101)
第四节	企业经营信息处理的原则和方法	(106)
第七章	市场经营调查	(111)
第一节	市场经营调查是现代企业经营的基础	(111)
第二节	市场经营调查的组织与技术	(115)
第三节	市场调查方法	(122)
第八章	市场经营预测	(130)
第一节	市场经营预测概述	(130)
第二节	市场经营预测的产生和发展	(134)
第三节	市场经营预测的种类、内容、步骤	(137)
第四节	市场经营预测方法	(141)
第九章	经营决策	(155)
第一节	经营决策的概念及意义	(155)
第二节	经营决策的内容、种类和原则	(156)
第三节	经营决策过程	(160)
第四节	经营决策的方法	(165)

第十章 消费者研究 (176)

第一节 消费者研究的意义 (176)

第二节 消费需要 (177)

第三节 消费者的购买动机 (186)

第四节 消费者的购买行为 (192)

第十一章 商品采购 (195)

第一节 商品采购概述 (195)

第二节 商品采购原则 (197)

第三节 商品采购方式 (199)

第四节 农副产品采购 (201)

第五节 商品采购策略 (203)

第六节 商品采购的组织管理 (210)

第十二章 商品运输 (214)

第一节 商品运输的特点和意义 (214)

第二节 组织商品合理运输的途径 (216)

第三节 商品运输业务的组织 (228)

第十三章 商品储存 (232)

第一节 商品储存的必要性和意义 (232)

第二节 商品的合理储存 (236)

第三节 商品储存的控制方法 (243)

第十四章 商品销售 (248)

第一节 商品销售概述 (248)

第二节 商品销售策略 (253)

第三节 商品销售方式 (277)

第四节 商品销售的组织与管理 (282)

第十五章 促进销售..... (285)

第一节 促销组合 (285)

第二节 人员推销 (288)

第三节 营业推广 (291)

第四节 商业广告 (294)

第十六章 企业经营诊断 (311)

第一节 企业经营诊断的概念与作用 (311)

第二节 企业经营诊断的种类与内容 (313)

第三节 企业经营诊断的原则与要求 (317)

第四节 企业经营诊断的程序和方法 (322)

第十七章 企业经营效益及分析 (337)

第一节 企业经营效益的特征 (337)

第二节 企业经营效益的指标体系 (342)

第三节 经营分析的概念及内容 (348)

第四节 经营分析的技术方法 (350)

第五节 经营五性雷达图 (352)

第一章 绪 论

第一节 商业企业经营学的研究对象

商业企业经营的基本任务是组织商品流通，通过商品购销活动，促进生产，引导生产，繁荣市场，满足消费需求，积累社会主义建设资金。为完成这一任务，就要研究在企业经营活动中客观存在的经济现象及其内在的、本质的、必然的联系。商业企业经营学正是为了指导商业企业完成经营的基本任务，在80年代中期形成和创立的一门新学科。商业企业经营学的出现，适应了社会主义商品经济的发展和现代商业企业经营活动的实际需要，它的任务在于通过对企业经营活动的研究，总结我国商业企业的经营经验，探索科学地、高效率地经营的途径，帮助经营者掌握商品经营活动的规律，树立正确的经营指导观念，提高经营企业的理论水平和实践能力，以增强企业的应变能力、开拓能力，提高经营效益。

一、商业企业经营学的研究对象

任何一门学科，必然具有反映其一定领域的特殊矛盾运动的研究对象。学科的研究对象是建立该学科的具有方向性的根本问题，是建立该学科体系结构及其内容的主要依据。“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门学科的对象。”

商业企业经营学是研究商品从生产到消费的转移过程中，商业企业经营活动的规律、经营战略与策略以及经营活动组织与技术的一门学科。

这一研究对象表明：

商业企业经营学研究的范围是社会再生产过程，而不仅仅是交换环节。企业经营不单是商品流通领域的经济现象，而且还向生产领域、消费领域延伸。

商业企业经营学要揭示企业经营的一般规律。商业企业经营学必须透过大量的、繁杂的经营实践，对其进行概括和提炼，用经营的规律和理论，指导经营实践。

商业企业经营学要回答如何搞好企业经营的重大问题，把经营战略与策略实施到企业经营全过程中。

商业企业经营学要站在经营者的角度，研究如何围绕企业经营目标，使经营要素得以最佳组合，投入经营过程的运行中，产生经营效益。换言之，经营学就是研究如何开拓经营使企业赚钱的学问。

二、商业企业经营学的基本特征

商业企业经营学的基本特征是：

1. 应用性强。经营学是适应商品经济发展和市场的客观需要产生的，它的内容来自于企业经营实践，它的理论也应在实践中得到广泛的应用，具体表现在可行性和有效性两个方面。只有在实践中证明是可行的和有效的东西，才是科学的，当然也只有是科学的理论，在付诸应用时才是可行的和有效的。应用性是这门学科的生命力所在。

2. 综合性强。商业企业经营不是指单纯的一买一卖，它有丰富的内容，在研究商业企业的经营活动并揭示其规律的过程中，要综合许多现代管理科学的精华于一体。如市场营销学、企业管理学、商业心理学等等。

3. 动态性强。在当代社会里，随着经济的发展、科学技术的进步以及人民消费水平的提高，顾客的需要是在不断变化的。因此，它要求企业能够根据变化了的市场环境，及时调整经营策

略，以适应新的市场环境。经营学的内容也要不断地更新，随时间、条件、环境的变化而不断完善自身。这就要求我们必须用马克思主义的辩证法，即用发展的观点、变化的观点和联系的观点学习和研究经营学。

第二节 商业企业经营学的体系结构和内容

商业企业经营学的研究对象决定了它的研究内容及结构体系。其内容是商业企业经营系统中内在要素有机联系的总和。

一、商业企业经营学的研究内容

本书研究的主要内容是：

经营理论篇（1—5章）

第一章 绪论 揭示本学科的研究对象、研究内容及研究方法。

第二章 企业经营概论 主要研究商业企业经营的概念，明确经营的地位、作用，树立正确的经营思想，探讨经营的性质，揭示经营的一般规律。

第三章 企业经营要素及经营机制 主要研究企业经营的内外部条件、外部环境及经营要素组合后产生的经营力。完善企业经营机制系统。

第四章 企业经营环境 主要研究企业经营的外部环境系统，利用经营机会，减少经营风险。

第五章 企业经营战略 主要研究经营战略对企业的重要意义、经营战略体系及内容。

经营基础篇（6—10章）

本篇主要包括正确地进行市场调查、预测和决策，制订经营计

划，把以满足消费需求为核心的企业经营活动建立在科学的基础之上。

第六章 市场经营信息 主要研究市场经营信息对企业经营的重要作用，学会搜集、分析研究和运用市场经营信息。

第七章 市场经营调查 主要研究市场经营调查的方式方法和调查技术，它既是企业经营的一项基础工作，又是经营的实用技巧。

第八章 市场经营预测 主要研究市场预测的产生、发展及未来，阐述预测的一般原理及定性、定量的分析方法。

第九章 经营决策 决策在企业经营过程中居于十分重要的地位，决定着企业经营活动发展的方向。通过对经营决策的系统研究，解决企业决策如何实现科学化、规范化的重大问题。

第十章 消费者研究 主要研究消费需求发展变化的一般规律性，通过对消费者的消费需要、购买动机、购买行为的分析，有针对性地为消费者服务。

经营活动篇（第11—15章）

本篇主要研究狭义的企业经营过程，即商品采购、商品运输、商品储存、商品销售、销售促进等活动。揭示这些经营活动的基本规律及经营策略，研究经营活动具有的内在联系。

第十一章 商品采购 商品采购是企业商品经营的首要经济活动，是商品流转过过程的起点。本章主要研究商品采购的原则、方式及组织管理、商品采购策略等。

第十二章 商品运输 商品运输作为商品借助于在空间转移的经济活动，是商品流通的必要环节。本章主要研究组织商品合理运输的意义及原则、途径和方式方法等。

第十三章 商品储存 商品储存在企业经营中起着十分重要的作用，是商品流通的必要条件。研究商品储存主要是揭示其发展的一般规律及商品储存在质量和数量上的要求。

第十四章 商品销售 商品销售是企业经营最重要的经济活动，对企业的兴衰起着决定性的作用。本章主要研究商品销售的意义、商品销售的方式方法和商品销售的系列策略，提高销售的服务水平。

第十五章 促进销售 促进销售是商品销售的组成部分和延伸，是现代企业经营的重要职能，是专门的销售艺术。本章主要研究销售促进的整体内涵、销售促进手段及其组合。

经营效益篇（16—17章）

本篇主要研究提高企业经营效益的途径及对经营效益的综合分析。

上述研究内容可用图表示（见下页）。

下图说明，商业企业经营学研究的内容可概括为：以经营理论为指导，以满足消费需求为中心，在科学的经营基础之上，使企业经营过程顺利运转，并取得一定的经营效益。

用系统的观点分析商业企业经营，则它是由投入系统→转换系统→产出系统→反馈系统组成的有机整体。商业企业经营学所要研究的主要矛盾是企业“投入”与“产出”之间的矛盾。

二、商业企业经营学与相邻学科的关系

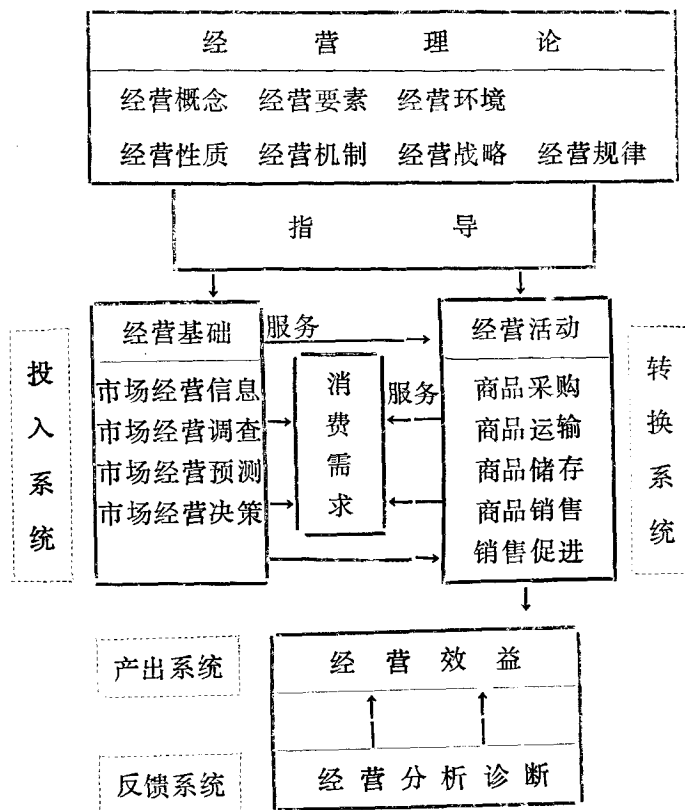
1. 商业企业经营学与商业企业管理学的关系。

传统观点认为：经营管理不能分家，因此，这两门学科实际上也是一体。其实不然。就学科建设而言，经营学与管理学要研究的主要问题和主要矛盾是不同的。经营学的研究对象是企业经营活动，主要体现经济关系。而管理学是以企业经济活动过程中的管理关系及其发展规律为研究对象。

2. 商业企业经营学与商业营销学的关系。

较为流行的观点认为，商业营销学与商业企业经营学只是提法不同，而内容相同，实际是一门学科。我们则认为，这是两门

商业企业经营学研究内容的体系结构



既有密切联系，又相对独立的学科。它们虽在理论基础、研究方法和以满足消费需求为中心等方面有共同点，但在研究对象和研究内容上有明显的不同。

商业企业经营学的研究对象是商品从生产到消费领域的转移过程中，企业经营活动及其运动规律。从内部条件和外部环境的结合中，对企业经营动态地进行综合考察，其研究内容体现商业企业经营的客观运动过程。

商业营销学则是在认识市场的前提下，以企业经营的商品为主体，以消费者为对象，以最终占领某一目标市场为目的而采取一系列的策略为研究内容；它体现了企业经营的商品从选择、进入目标市场到占领、巩固和扩大目标市场的客观运动过程。

3. 商业企业经营学与商品流通经济学的关系。

商品流通经济学主要研究在社会主义有计划商品经济条件下社会再生产过程通过商品交换所形成的经济关系及其发展规律。商品流通经济学作为部门经济学，是在政治经济学所揭示的社会主义生产关系整体运动一般规律的基础上，进一步研究商品流通领域的特殊矛盾和特殊规律。商品流通经济学是商业企业经营学的理论基础，商品流通规律指导着企业经营活动，而经营活动又必须体现流通规律的要求。

第三节 商业企业经营学的理论基础

商业企业经营学是伴随着我国改革、开放、搞活的形势应运而生的。它是商品经济发展的产物，也是商品经济发展的需要。

中国共产党第十二届三中全会《关于经济体制改革的决定》指出：“社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济。”“商品经济是人类社会经济发展不可逾越的阶段。”这一科学论断，是我们党在总结国际共产主义运动和中国长期社会主义建设实践正反两方面经验教训的基础之上，对马克思主义关于社会主义经济的基本理论作出的卓越发展。这也是商业企业经营学得以建立和发展的理论基础。

在社会主义条件下，商业企业的一切经营活动都与商品经济有着直接的内在联系。因此，认识商品经济的客观要求，是理解商业企业经营学的关键。

商品经济的本质，客观上要求企业必须以交换为目的而从事生产经营活动。企业作为商品经济最基本的运行载体，其商品价

值与使用价值的实现，最终要通过商品交换，把商品卖给消费者，这就要求经营者首先要树立一切生产经营活动都要以满足消费需求为中心的观念。

商品经济来源于社会分工，人们把生产的产品作为商品到市场去交换别人的商品，互相满足各自的需要。在这种原始的商品生产与交换的经济运行中，已经孕育了商品经济的规律。价值规律、竞争规律、供求规律等等，这些固有的不以人的意志为转移的规律，构成了商品经济的共性。从事商品经营活动必须充分认识并掌握这些规律的要求。

商品经济通行的是商业原则。商品经营者为了给社会提供一定积累，为了自身的生存和发展，它必须在经营过程中，以收入抵消各种劳动消耗之后，保持一定盈余。因此要求商品经营者必须成为独立的经济实体，单独进行经济核算，提高企业的经济效益。

商品经济不同于封闭式自然经济，它是以不断扩大市场作为发展前提的。商品经济要求自由通畅地进行商品流通。

总之，从事商品经济必须以消费者为出发点，按照商品经济规律办事，执行商业原则，实行开放式经营。商品经济的这些客观要求都构成了商业企业经营学的理论依据。

第四节 商业企业经营学的研究方法

商业企业经营学的研究内容决定了其研究方法是：

一、系统分析的方法

系统是由若干相互联系、相互制约、相互影响的因素结合起来的有机整体。在企业经营中，必须用系统的观点看待经济活动。系统本身所具有的集合性、整体性、相关性、目的性、环境适应性等特征，在商业企业经营中也同样具备。运用系统分析的

方法主要包括以下内容：（1）系统分析企业经营要素及其组合。（2）系统分析企业经营过程及相互之间的关系。（3）系统分析企业经营环境及影响程度。运用系统分析的方法，可以使经营者从整体上综合考虑企业经营的发展战略。

二、案例的分析方法

案例是对企业经营活动的客观描述。商业企业由于类型不同、规模不同、经营管理水平不同而形成差异，运用案例分析的形式，总结企业经营的一般经验，上升到理性认识，从而推动企业经营管理水平的提高。

三、定性分析与定量分析相结合的方法

对经济工作的研究离不开定性分析方法。定性分析就是对事物的性质和特点进行的分析，以揭示其发展变化的规律。它是建立在经济和逻辑思维基础上的，依靠主观经验和客观材料进行的分析。这是我们过去常用的、比较熟悉的方法。但仅有定性分析是不够的，还必须运用定量分析的方法。它是依靠数学模型或数理统计方法，研究经济现象的数量表现、数量关系、数量变化及其规律。定量分析可以使定性分析更加精确化、具体化。一门科学，只有当它成功地运用了数学方法时，才是完善的。经营学中的一些基本策略和技术方法，只有借助于定量分析的方法，才能揭示出其内在的联系。

四、实践的方法

商业企业经营学是一门应用科学，具有较强的实践性。必须坚持实践的观点，把经营学中的一系列策略、方法付诸实践，并在实践中检验。如果把经营学的理论、策略、方法束之高阁，这一学科就失去了它存在的意义。坚持实践的方法，还要强调进行市场的调查和分析，这本身也是社会实践的一个重要方面。