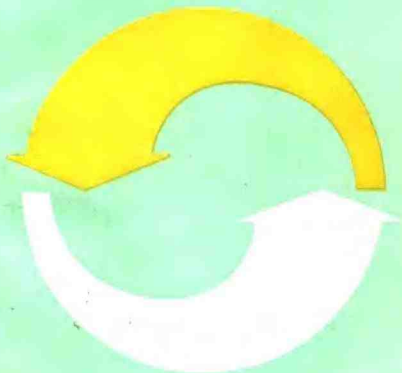


供销合作社经营管理学 学习指导书

● 易 仲 开 主 编 ● 中央广播电视大学出版社



供销合作社经营管理学 学习指导书

易仲开 主编

Jm94/11



中央广播电视大学出版社

供销合作社经营管理学

学习指导书

易仲开 主编

中央广播电视大学出版社出版

新华书店北京发行所发行

国营五二三厂印装

开本787×1092 1/32 印张6.25 千字141

1987年2月第1版 1987年11月第1次印刷

印数 1—9000

定价 1.00 元

ISBN 7-304-00076-7/F·41

前 言

《供销合作社经营管理学学习指导书》，是中央电大学员学习《供销合作社经营管理学》必备的辅助教材之一。本书的内容，包括“供销合作社经营管理学教学大纲”和“供销合作社经营管理学学习指导”两部分。

供销合作社经营管理学教学大纲，是根据中央电大商业经济管理专业的教学要求而拟定的。它是编写教材、组织教学和进行考试的基本依据。这个教学大纲由总的教学目的与要求、教学方法、教学课时安排和各章教学内容纲要四部分构成。每一章的教学目的与要求，我们未列入大纲，而是结合学习指导书一起加以说明。

关于《供销合作社经营管理学学习指导书》的编写指导思想，我们曾反复作了研究，并对部分学习指导书进行了比较分析。我们认为，不应把学习指导书写成教材内容要点的重复叙述，也不宜于简单地把它写成为一本教材的复习思考题答案集，而应能够对教师的讲授辅导和学员自学起到引路的作用。在这一指导思想指导下，我们对每一章的学习指导意见分别讲了以下三个或四个问题：

一、本章的教学目的和要求。以帮助教员明确本章的教学目的，使之朝着已定的教学目标，开展教学。

二、本章的基本内容和重点。主要说明该章在整个教材中的地位及其内在联系，说明编写者的思路，指出在一些重要问题上容易误解之处，并说明本章讲了一些什么内容，学习重点在哪里，难点是什么等。具体内容在指导书中不再重

复,学员可看教材。

三、案例教学指导意见。凡有案例练习材料的各章,在该章的学习指导意见中,专辟了该案例的教学指导意见,说明研究该案例的目的,适宜采用的案例教学形式,以及该案例研究答案的参考意见。案例教学指导意见,主要是供教师组织案例教学辅导用的。学员在研究案例时,不要先去看案例答案参考意见,以免束缚自己的思想,而应自己去独立思考,进行研究。

四、复习思考题选答。每一章的复习思考题很多,我们未一一解答,只是选择了一些重要的问题或难解的问题加以解答。这不是说,其它题可以不答,而是希望学员自己去解答。

本书由易仲开同志主编。参加本书编写的有易仲开、杨谦、甘宗英、王更年和胡宇霞同志。我们深知,对于电大学员来说,自学是尤为重要的。因此,编写出一本真正能起指导作用的学习指导书是我们的责任。我们是力图这样去作的。但由于我们的水平有限,又缺乏经验,不足之处,热诚欢迎读者批评指正!

编 者

1987年2月26日

目 录

• 1 •

第十四章	经营决策和企业经营计划	(27)
第十五章	商品采购管理	(28)
第十六章	商品销售管理	(30)
第十七章	商品加工生产管理	(31)
第十八章	商品储存与仓库业务管理	(34)
第十九章	商品运输管理	(36)
第二十章	饮食服务企业经营过程管理	(37)
第二十一章	供销合作社经济核算与经济效益	(40)
《供销合作社经营管理学》学习指导		(42)
第一章	绪论	(42)
一、	教学目的和要求	(42)
二、	本章的基本内容和重点	(42)
三、	复习思考题选答	(44)
第一篇	供销合作社经营管理总论	(46)
第二章	供销合作社的经营环境	(46)
一、	教学目的和要求	(46)
二、	本章的基本内容和重点	(46)
三、	复习思考题选答	(51)
第三章	供销合作社的企业布局 and 经营网点设置	(56)
一、	教学目的和要求	(55)
二、	本章的基本内容和重点	(55)
三、	复习思考题选答	(56)
第四章	供销合作社的组织	(59)
一、	教学目的和要求	(59)
二、	本章的基本内容和重点	(59)

三、复习思考题选答.....	(61)
第五章 供销合作社的基本管理制度.....	(67)
一、教学目的和要求.....	(67)
二、本章的基本内容和重点.....	(67)
三、复习思考题选答.....	(70)
第二篇 供销合作社经营要素管理.....	(75)
第六章 信息管理.....	(75)
一、教学目的和要求.....	(75)
二、本章的基本内容和重点.....	(75)
三、“薛经理的决策错在哪里”案例教学指导 意见.....	(77)
四、复习思考题选答.....	(79)
第七章 人事管理.....	(81)
一、教学目的和要求.....	(81)
二、本章的基本内容和重点.....	(81)
三、“谁来当经理最合适”案例教学指导意见	(84)
四、复习思考题选答.....	(85)
第八章 劳动管理.....	(89)
一、教学目的和要求.....	(89)
二、本章的基本内容和重点.....	(89)
三、“谁该拿奖”案例教学指导意见.....	(92)
四、复习思考题选答.....	(94)
第九章 设备管理.....	(98)
一、教学目的和要求.....	(98)
二、本章的基本内容和重点.....	(98)
三、“哪种轧花机为最佳设备方案”案例教学	

指导意见.....	(100)
四、复习思考题选答.....	(101)
第十章 财务管理.....	(103)
一、教学目的和要求.....	(103)
二、本章的基本内容和重点.....	(104)
三、“这家企业应当怎样管好用好流动资金” 案例教学指导意见.....	(107)
四、复习思考题选答.....	(108)
第三篇 供销合作社经营过程管理.....	(112)
第十一章 经营过程管理概述.....	(112)
一、教学目的和要求.....	(112)
二、本章的基本内容和重点.....	(112)
三、复习思考题选答.....	(114)
第十二章 经营观念.....	(117)
一、教学目的和要求.....	(117)
二、本章的基本内容和重点.....	(117)
三、“金竹县供销社经营的新路何在”案例教 学指导意见.....	(120)
四、复习思考题选答.....	(121)
第十三章 经营目标与经营战略.....	(125)
一、教学目的和要求.....	(125)
二、本章的基本内容和重点.....	(125)
三、“凤山县供销社应该怎样走好下一步”案 例教学指导意见.....	(127)
四、复习思考题选答.....	(129)
第十四章 经营决策和经营计划.....	(131)
一、教学目的和要求.....	(131)

二、本章的基本内容和重点·····	(131)
三、“是否经营药物牙膏”案例教学指导意见 ·····	(133)
四、复习思考题选答·····	(135)
第十五章 商品采购管理·····	(137)
一、教学目的和要求·····	(137)
二、本章的基本内容和重点·····	(137)
三、“选定哪个供货单位”案例教学指导意见 ·····	(141)
四、复习思考题选答·····	(142)
第十六章 商品销售管理·····	(145)
一、教学目的和要求·····	(145)
二、本章的基本内容和重点·····	(145)
三、“如何改进东兴供销社的销售管理”案例 教学指导意见·····	(147)
四、复习思考题选答·····	(149)
第十七章 商品加工生产管理·····	(151)
一、教学目的和要求·····	(151)
二、本章的基本内容和重点·····	(151)
三、“纸箱厂应怎样开展全面质量管理”案例 教学指导意见·····	(153)
四、复习思考题选答·····	(156)
第十八章 商品储存与仓库业务管理·····	(162)
一、教学目的和要求·····	(162)
二、本章的基本内容和重点·····	(163)
三、“怎样改进经理部的储存商品管理”案例 教学指导意见·····	(166)

四、复习思考题选答	(169)
第十九章 商品运输管理	(171)
一、教学目的和要求	(171)
二、本章的基本内容和重点	(171)
三、“采用何种运输方案最好”案例教学指导意见	(173)
四、复习思考题选答	(174)
第二十章 饮食服务企业经营过程管理	(176)
一、教学目的和要求	(176)
二、本章的基本内容和重点	(177)
三、复习思考题选答	(179)
第二十一章 供销合作社经济核算与经济效益	(182)
一、教学目的和要求	(182)
二、本章的基本内容和重点	(182)
三、“如何搞活头道沟供销合作社的经营”案例教学指导意见	(184)
四、复习思考题选答	(189)

《供销合作社经营管理学教学大纲》

一、总的教学目的和要求

《供销合作社经营管理学》，是为中央广播电视大学商业经济管理专业新开设的一门专业课。学员修完本课程，经考试合格，获12学分。

通过本课程的教学，要求达到以下教学目的：

（一）提高对供销合作社及其经营管理的重要性的认识，保持集体所有制合作经济的性质和供销合作社的特点，增强供销社经营管理的自觉性。

（二）了解和掌握供销合作社的经营环境，企业布局和网点设置，供销合作社的组织，基本管理制度，各经营要素（信息、人、财、物、），经营指导体系（经营观念、经营目标和经营战略），经营决策和企业计划，业务经营（商品采购、销售、加工生产、储存、运输、饮食服务）以及经济核算和经济效益等的管理理论、管理原则、管理制度、管理方法（定性方法和定量方法），系统地、全面地掌握供销合作社经营管理知识和技能。

（三）通过案例练习，培养学员运用所学的管通知识，分析研究和解决供销合作社经营管理的实际情况和问题，以提高其分析问题和解决问题的能力。

二、教学方法

本课程的教学，要加强基本理论、基本知识和基本技能的系统培训，进行比较系统的讲授、辅导，改革注入式的教学方法，通过启发式的讲解和案例研究等方法，引导学员认真阅读教材及有关的参考材料，独立思考，刻苦钻研，从理论和实际的结合上掌握大纲所规定的知识的深度和广度，加强管理能力的培训。为了避免在学习中把管理学的知识当成教条，死记硬背，本课程的考试方法也要加以改进。考试不是去考学员的“背功”，而是要着重考核学员对供销社经营管理知识的理解能力和运用所学知识解决经营管理问题的实际能力，把学员的学习注意力引导到对管理知识的理解和运用上去。

三、教学课时安排

本课程为电视播讲课程。电视播讲总时数为40小时，具体分配如下：

第一章至第十章，由主讲教师进行比较系统的讲授，共计32小时。

第十一章至第二十一章，由主讲教师对各章内容及自学时应注意的问题进行提示，以指导学员自学，共计4小时。

另外4小时安排进行总复习和问题解答。

当然，要完成本课程的教学任务，仅靠40小时的电视讲授是不够的，还要靠学员自学。同时，要求电大各教学辅导点，能够结合教学进度加强辅导，特别要加强对第十一章至

第二十一章内容的辅导和案例研究的指导。

四、各章教学内容纲要

各章教学内容纲要所规定的教学内容，在教材中都作了阐述，是学员应知应会的，但又有侧重点，要求学员在全面掌握纲要规定内容的基础上，按照指导书所指出的重点，深入学习和领会。各章教学内容纲要如下：

第一章 绪 论

第一节 供销合作社经营管理学的研究对象和任务

（一）研究对象

供销合作社经营管理学是专门研究供销合作社的微观经济活动，即企业经营管理活动规律的一门科学。《供销合作社经营管理学》以县供销合作社联合社为研究对象。

以县联社为《供销合作社经营管理学》为研究对象的理由。

（二）研究的任务

恢复和建设合作经济学科的必要性。《供销合作社经营管理学》的研究任务，是以马列主义、毛泽东思想为指导，遵循商品经济和合作经济运动规律的要求，运用现代管理科学知识，从理论上概括和反映具有供销合作社特点的经营管理学。

第二节 供销合作社经营管理学的内容和理论体系

供销合作社经营管理学的内容，不专门去研究和概括企业经营管理的一般规律，而是将一个县联社放入农村经营环

境，分别从总体、经营要素和经营过程三个大的方面去研究它的经营管理活动的实践经验及其规律性。

全书共有三篇二十一章：第一章，绪论；第一篇，供销合作社经营管理总论，包括第二章至第五章；第二篇，供销合作社经营要素管理，包括第七章至第十章；第三篇，供销合作社经营过程管理，包括第十二章至第二十一章。

第三节 案例教学法介绍

（一）什么是案例教学法

案例教学就是根据教学大纲规定的教学目的和要求，以案例为基本教材，在教师的指导下，运用多种教学形式启发学生进行独立思考，对案例所提供的客观事实材料和问题进行分析研究，提出见解，作出判断和决策。借以提高学员分析问题和解决问题能力的一种理论联系实际的、启发式的、集思广益的教学方法。

（二）案例教学的作用

（三）案例教学指导原则和教学形式

（四）案例教材的使用方法

第一篇 供销合作社经营管理总论

第二章 供销合作社的经营环境

第一节 供销合作社的概念

供销合作社是一种群众性的合作经济组织，是以农民社员为主体的部分劳动群众，为了改变和改善自己的生产条件和生活条件，按照合作社制度的原则，集资入股，自愿联合

起来的社员集体所有的合作商业企业。其经济关系的本质特征是：

（一）供销合作社是社员集体所有制性质的经济组织。

（二）供销合作社是独立从事经济活动的经济实体。

（三）供销合作社是按照合作社制度原则组织起来的合作社形式的商业企业。

第二节 经营环境概述

（一）经营环境的概念和特性。经营环境是企业外部各种客观因素状况及其有机的组合。

经营环境的特性：复杂性；动态性；不可控性。

（二）经营环境的分类。经营环境从总体上分为自然环境和社会环境两大类。

自然环境的构成。

社会环境的构成。

第三节 供销合作社的经营环境分析

这里对供销合作社经营环境的分析，主要是对它的社会环境的分析。

（一）宏观经济环境。社会经济制度，国民经济管理体制；宏观经济杠杆的调节作用。

（二）社会、文化、法律、技术、交通因素。

（三）政策因素。

（四）微观市场因素。竞争；供求关系；价格。

第四节 农民消费需求的现状和特点

（一）我国农民消费需求的现状。

（二）农民消费者市场活动的特点。

第五节 供销合作社与经营环境之间的“生态平衡”

(一) 企业的“生态平衡”观。供销合作社必须不断调整内部的机制，有效地利用内部的资源，以适应外部经营环境的需要，自觉地与经营环境保持“生态平衡”。

供销合作社树立“生态平衡”观的必要性。

(二) 有意识地保持经营“生态平衡”。供销合作社与经营环境之间的“生态平衡”是由经营管理者的自觉行为来实现的。

第三章 供销合作社的企业布局 and 经营网点设置

第一节 企业布局

(一) 企业布局的概念。企业布局是人们依据客观经济规律和社会发展的要求对各种企业在空间分布和规模设置上的统筹规划和安排。

(二) 供销合作社企业布局的内容和意义。

内容：企业的地域分布，企业的结构构成，基层供销社的设置，企业合理布局的意义。

(三) 供销合作社企业布局的依据。农业区划和农业布局，农村地区的空间结构，小城镇的发展状况，农村交通运输的发展状况。

(四) 供销合作社企业布局的基本原则。按经济区域组织商品流通，按市场的需要和可能配置企业的功能，按少环节要求确定经营环节。

第二节 供销合作社经营网点的设置

经营网点是指企业所属的非独立核算的经营机构。