

曹太兴 主编

商业经济管理概论

上册

中央广播电视大学出版社

151784

商业经济管理概论

上册

潘大钧 主编

Jm114/07

对外经济贸易大学
图书馆藏书

中央广播电视大学出版社

商业经济管理概论

上册

潘大钧 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

北京印刷厂印装

*

开本787×1092 1/32 印张9.25 千字197

1983年10月第1版 1984年3月第1次印刷

印数 1—112,000

书号: 4300·9 定价0.78元

编写说明

这本《商业经济管理概论》，是作为中央广播电视大学经济类商业企业经营管理专业和商业会计专业学员学习商业经济管理课程的试用教材编写的。

参加编写的有潘大钧、李毕万、苏志平、方效今等四位同志。北京商学院商业经济系商业企业管理教研室李毕万同志编写第五章的第六节和第十五章；商业经济教研室苏志平同志编写第五章的第一节和第七章的第四节；综合业务教研室方效今同志编写第七章的第五节；潘大钧同志编写其余部分并总纂全书、修改、定稿。

在编写过程中得到商业部、有关省市商业厅局和兄弟商业院校的许多同志的帮助和支持。北京商学院商业经济系有关任课教师和学习者也提了有益的建议。在此，谨致谢意。

这本教材经商业部委托北京商学院院长贺名仑副教授负责组织审查。参加审查的还有商业部教育司蒙定明处长、北京财贸职工管理学院郭志军主任和北京商学院周明星副教授等。

由于编者水平所限，缺点、错误在所难免，欢迎批评、指正，以便今后修订和完善。

潘大钧

一九八三年十月于北京商学院

目 录

前 言

第一篇 商业经济管理绪论

第一章 商业经济管理的性质与任务	(5)
第一节 商业的地位与作用	(5)
第二节 商业经济管理的概念	(14)
第三节 商业经济管理的客观必然性	(18)
第四节 商业经济管理的两重性	(22)
第五节 商业经济管理的目的	(30)
第六节 商业经济管理的主要任务	(32)
第二章 商业经济管理的原则与方法	(40)
第一节 商业经济管理的主要原则	(40)
第二节 商业经济管理的一般方法	(51)
第三节 管理艺术与技巧	(65)
第三章 商业经济管理过程	(76)
第一节 管理过程	(76)
第二节 管理职能	(79)
第三节 管理决策过程	(86)
第四节 管理信息系统	(99)
第四章 商业经济效益	(112)
第一节 商业经济管理必须讲求经济效益	(112)
第二节 评价商业经济效益的标准与指标	(121)
第三节 提高商业经济效益的基本途径	(133)

第二篇 商业经济管理的内容

第五章 商业组织管理	(145)
第一节 商业管理体制	(145)
第二节 商业组织结构设置的原理	(155)
第三节 商业企业的组织与管理	(167)
第四节 商业专业公司的组织与管理	(178)
第五节 商业网点的建设与商业网的配置	(187)
第六节 商业经济管理制度	(202)
第六章 商业计划管理	(216)
第一节 商业计划管理的意义与内容	(216)
第二节 商业计划管理的程序与方法	(222)
第三节 商业计划管理的原则	(237)
第七章 商业业务管理	(248)
第一节 商业业务管理的主要内容	(248)
第二节 货源的组织与管理	(252)
第三节 市场的安排与管理	(262)
第四节 商品管理制度	(269)
第五节 商业物价管理的原则与形式	(274)

前 言

商业经济管理概论，是研究我国商品流通过程中的管理活动及其发展变化规律的科学。

商业是专门组织商品流通的独立的经济部门。商品流通过程是商品的物质形态和价值形态不断运动变化的过程，是由商品的购、销、调、存等环节，由人的要素与包括商品、货币资金和物质技术设备在内的物的要素所构成的。商品流通过程的各环节、诸要素的运动，有其自身发展变化的客观规律性，相互间又有其内在的本质联系。正确地认识、掌握和运用它，并从理论上加以研究概括，就构成商业经济管理这门独立的学科。

商业经济管理学科是社会经济管理科学的重要组成部分，是一门部门经济管理科学。我国社会主义商业经济管理学是以马克思列宁主义、毛泽东思想的基本原理为指导，以社会主义政治经济学为理论基础，运用社会主义商业经济学和国民经济管理学的理论，通过认真总结商业经济管理的实践，并吸取市场学、社会学、心理学、技术经济学、计量经济学、商品学等社会科学、自然科学和技术科学的有关理论和知识，逐步建设起来的。社会主义的商业经济管理科学是以社会主义商品流通中各环节、诸要素的内在联系及其发展变化所发生的管理活动为对象，研究如何组织商品、资金和物质技术设备在商业部门内外的正确结合而形成的购、销、调、存的运动过程，揭示其规律性；并研究如何按客观规律的要求，对商品流通过程进行计划、组织、指挥、监督与调节，做到货畅其流，物尽其用，充分发挥商业在促进生产、引导生产、保障供应、繁

荣经济中的作用。

党的十一届三中全会以来,在党中央正确的路线、方针政策指引下,我国经济建设逐步走上一条速度比较实在、经济效益比较好、人民可以得到更多实惠的新路子。邓小平等中央领导同志多次指示要重视管理工作,注意研究和解决管理方法、管理制度问题。在人们越来越关注商业、越来越重视加强商业管理的时候,对学习商业经济管理和商业企业管理的理论、知识和技能的重要性认识也进一步提高了。因为,学习商业管理理论,认识、掌握它,并运用于商业工作实践,培养造就高素质的商业管理人才,以普遍提高我国商业的管理水平,逐步实现商业管理的现代化,对于组织好商品流通,领导和安排好城乡市场,协调好各种经济形式的商业活动,实现最佳的经济效益,总之,对于搞好商业工作,促进国民经济的发展,有着十分重要的作用。

《商业经济管理概论》作为中央广播电视大学经济类商业企业经营管理专业和商业会计专业的学员学习商业经济管理的教材,正是从上述研究对象和要求出发,从商业系统的角度概要地论述商业经济管理的基本原理、基础理论知识和方法技能。其内容主要包括三部分,分三篇十六章。

第一篇,绪论部分。包括第一至第四章,是关于商业的产生、发展、地位、作用,商业经济管理的概念、意义、性质、目的、任务、原则、方法、艺术技巧和管理过程、职能、决策、信息以及经济效益问题。

第二篇,分论部分。包括第五至第十四章,是关于商业的组织、计划、业务、商品、价格、财务、科技、情报、物质设备和劳动工资、人事的管理以及思想政治工作问题。

第三篇,现代化理论部分。包括第十五至第十六章,是关于商业管理的演进、发展趋势以及我国商业管理现代化的问题。

学习商业经济管理概论,要认真运用马克思主义的唯物辩证法。世界上一切事物都不是孤立存在的,总是同周围其它事物相互联系着、相互依赖着、相互制约着。商业经济管理活动也是处于普遍联系之中,不是固定不变、静止地停留在一个水平上,而是随着客观情况的变化,不断地运动着、发展着。因此,学习商业经济管理要从我国国情和我国商业经济的实际出发,实事求是,理论联系实际,用系统的方法、比较的方法、动态研究的方法、历史的方法以及抓住主要矛盾的方法去进行学习和研究。而且,要通过学习,进一步寻求提高商业经济管理水平的途径,向科学的管理要效率、要资源、要全面的经济效益。

随着国家现代化建设事业的不断发展,随着商业实践的不断发展,随着广大商业工作者、研究人员、教学人员对商业管理实践的不断总结,对商业管理理论的深入研究和探索,商业经济管理这门学科必将会不断地得到丰富、发展和完善。

第一篇 商业经济管理绪论

第一章 商业经济管理的性质与任务

第一节 商业的地位与作用

商业是一个历史范畴。它是人类社会发展到一定阶段的产物，既是在一定的历史条件下产生和发展，又将在一定的历史条件下消亡。

商业是“商品交换的发达形式。”^① 商品交换是不同劳动产品的互相交换，即社会劳动的物质变换。马克思列宁主义认为，商品交换的产生，必须具备两个条件：一是社会分工，不同生产者分别从事不同产品的生产；二是劳动产品归不同所有者占有，不同所有者拥有对自己的产品的占有权。从人类社会发展的历史来看，最初出现的商品交换是偶然进行的、直接的物物交换，商品——商品(W-W)，即简单的商品交换。这是在原始社会末期，第一次社会大分工以后出现的。随着生产力的发展，产生了第二次社会大分工，出现了直接以交换为目的的生产，即商品生产。从此，商品交换得到进一步发展。当偶然直接的、物物交换这种简单的商品交换，发展到以货币为媒介经常进行的商品交换，从而形成简单商品流通即商品——

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，第182页。

货币——商品(W-G-W)时,出现了第三次社会大分工,“创造了一个不从事生产而只从事产品交换的阶级——商人。”^①同时,商业这种专事媒介商品流通的新的独立于生产之外的行业,就在社会分工、商品生产和简单商品流通的基础上产生了。正如马克思恩格斯所指出的:“分工的进一步扩大表现为商业和生产的分离,表现为特殊的商人阶级的形成。”^②

商业产生以后,简单的商品流通(W-G-W)进一步发展成由商人、商业来组织的发达的商品流通,即货币——商品——货币(G-W-G')。商业的发展在人类历史上经历了几千年,经历了不同的社会形态。在自然经济占统治地位的奴隶社会和封建社会,商业的发展虽然受到种种限制,不甚发达,但毕竟是在缓慢地发展着,对当时社会经济的发展起了推动作用。资本主义社会是商品经济占统治地位的社会,资本主义的商品生产得到空前的大发展;不仅人类的劳动产品是商品,而且,劳动力本身也成了商品,商品交换关系渗入到社会的一切领域。“人们一向认为不能出让的一切东西,这时都成了交换和买卖的对象,都能出让了。这个时期,甚至象德行、爱情、信仰、知识和良心等最后也成了买卖的对象,而在以前,这些东西是只传授不交换,只赠送不出卖。”^③因而在资本主义社会,商业的发展规模也达到前所未有的最大限度。在社会主义制度下,虽然建立了生产资料的社会主义公有制,消灭了剥削制度和雇佣劳动制度,但是,由于我国生产力发展水平总的说来还比较低,又很不平衡,在很长时期内需要多种经济形式的同时并

① 《马克思恩格斯选集》第4卷,第162页。

② 《马克思恩格斯全集》第3卷,第59页。

③ 《马克思恩格斯全集》第4卷,第79-80页。

存，决定了社会主义的商品生产和商品交换不仅仍要存在而且需要大发展。赵紫阳总理明确指出：“在我国，要大力发展社会主义的商品生产和商品交换。”^① 总之，以社会分工、商品生产和商品交换为客观基础的商业，在社会主义社会的存在和发展，也是历史的必然。

综上所述，商业的产生和发展是和社会分工、商品生产的发展紧密地联系在一起的。商业从生产中分离出来，是历史的进步，商业的存在和发展是人类社会发展的客观必然性。当然，商业是一个历史范畴，经过漫长的发展之后，也终将要退出人类历史舞台。基于这个原理，本书所讲的商业经济管理，就不是泛泛地讲一切社会形态下的商业经济管理，而只是讲特定的历史条件下即社会主义制度下的商业经济管理。这种管理从本质上说，不同于私有制下的商业管理，这种管理不是一成不变的静态管理，而是变化着的动态管理。这是每一个学习商业经济管理的同志一开始就应当明确的。

必须指出，商业从它产生的时候起，就作为一种社会分工的独立行业，在社会再生产中处于中介的地位。这种地位是客观的、不以人们的意志为转移的。

马克思主义关于社会再生产的原理告诉我们，任何社会的再生产过程，都是由生产、分配、交换和消费这四个既相互联系又相互制约、相互影响的环节有机地组成。在这个对立统一体内部，生产表现为起点，是决定交换、分配和消费的根本环节；消费表现为终点，是生产的最后完成；分配和交换表

^① 赵紫阳：《当前的经济形势和今后经济建设的方针》第40页。

现为中间环节,是联结生产和消费的。同时,交换、分配和消费也反作用于生产,就其片面形式来说,也决定生产。显然,交换是社会再生产中不可缺少的中介环节。在商品生产存在的条件下,交换是由专门从事商品流通工作的独立的经济部门——商业部门来进行的,不言而喻,商业处于生产与生产、生产与消费的中介地位,就是一种客观存在。

我国社会主义商业,是建立在生产资料公有制基础上的商业,不同于也优越于人类社会发展历史上各个阶段的一切私有制商业。当然,就其在社会再生产中的中介地位来说,却有共同的地方。

社会主义商业在社会再生产中的中介地位说明:

第一、商业在社会再生产中毕竟不处于决定、主导的地位。

从生产对交换的关系来看,生产是处于主导的决定的地位。生产的社会分工是商品交换赖以产生和发展的前提条件;一定的生产方式决定一定的交换方式;生产的发展水平和结构、也决定交换的深度和广度。一句话,有什么样的生产,就有什么样的交换;交换的存在和发展,交换的性质,交换的深度和广度,归根到底都是由生产所决定的。

从消费对交换的关系来看,应当认识到,如果有了商品而没有消费需求,或者商品不符合消费的需要,商品便会停留在流通领域而不能实现。因此,在一定的生产条件下,没有消费需求,也就没有商品交换;一定的消费水平、结构和方式,也决定着商品交换的规模和结构。从这一点来说,消费对交换也起决定作用。

再从分配对交换的关系来看,在一定的生产水平条件下,

社会物质资料的分配状况，影响着市场商品供应的数量和结构；同时，市场的商品需求又是由国民收入的分配比例所决定的，国民收入中积累与消费的分配比例决定着生产资料和生活资料的商品需求。而不同阶层的人们在分配中所得的份额，形成了不同阶层对商品的需求。可见，交换和分配虽然都处于中间环节，但分配对商品供应和需求的形成是起一定的决定作用，简言之，交换对分配是有一定依赖的。

第二、商业在社会再生产中也决不是处于可有可无的、无足轻重的地位。因为，在社会再生产四环节中，交换决不是一个消极被动的因素。

交换可以直接影响生产，对生产起反作用。这不仅表现在商品交换规模和范围的发展状况对生产发展的规模和速度有直接的重大影响；而且还表现在商品交换对一定的生产关系的形成和发展也有重大的影响。在特定的条件下，交换对生产还能直接或间接地起决定性的作用。

同样，交换对消费也有巨大的影响。商品交换的发展状况如何，直接影响消费需求的实现程度（包括数量和结构），甚至也起决定作用。

当然，交换也影响着分配。商品交换的状况直接影响国民收入分配比例的实现程度，也引起交换双方国民收入的再分配。

明确交换在社会再生产中的地位，也就从根本上认识了商业在国民经济中的中介地位。实践告诉我们，各级商业经营管理者，只有正确地认识商业的这种中介地位，才能正确的对待和处理商业同生产、消费和分配各部门之间的相互关系；才能正确的了解商业是国民经济的重要组成部分，是同工农

业并驾齐驱的重要社会行业。如果贬低商业，工农两业是不会发展的。因此，要正确地认识商业的地位，兢兢业业地做好商业工作，以充分发挥商业在国民经济中的应有作用。

我国社会主义商业，是建立在生产资料公有制基础上的新型的、有计划的、为人民服务的商业。社会主义商业的这种公有制性质及其在社会再生产中所处的中介地位，决定了它在国民经济中应发挥的桥梁和纽带作用。主要表现有以下四方面：

1. 对促进、引导和保障工农业生产的正常发展方面的作用。

我国社会主义经济是在生产资料公有制基础上存在着商品生产和商品交换的计划经济。在这种经济条件下，社会主义商业部门通过自己的各项业务活动，组织好商品流通，对工农业生产的正常顺利发展，完全可以发挥促进、引导和保障的重要作用。

商业部门做好生产资料的供应，使工农业生产部门能及时地补偿和更新在生产过程中所消耗的物质资料，顺利地地进行再生产。

商业部门做好收购和开拓、扩大销路工作，可使生产部门所创造的价值得以顺利实现，及时地补偿生产劳动消耗，生产才能周而复始地正常运转。

商业部门专事购销活动，可为工农业生产部门节约买卖商品的时间和资金的占用，使之集中力量用于生产，并可缩短整个流通时间，有利于加速和扩大社会再生产。

商业部门通过提供各种信息和建议，可引导生产部门妥善地安排生产，做到产品适销对路，提高经济效益，再生产就

有可靠的保障。

此外，商业部门通过对农民提供生产前和生产后的各种服务，进一步密切了和农民群众的经济联系，对于加速发展农业生产，起了组织、推动和保障的积极作用。

2. 对保障、满足、指导人民生活需要方面的作用。

我国社会主义生产的目的，是最大限度地满足整个社会经常增长的物质和文化需要。在商品生产和商品交换存在的条件下，社会主义商业是实现个人消费品分配的主要形式，因而，社会主义生产目的的最终实现主要是要通过商业。

商业部门做好消费品供应，是保障消费，实现按劳分配的重要形式。因为，社会主义社会对个人消费品的分配是实行按劳分配原则的。人民群众劳动报酬中的货币收入只有在能买到消费品和作为服务性费用支出以后，按劳分配才最终实现。

商业部门通过购销调存业务活动，实现生产与消费的联系，把生产部门已经生产出来的商品源源不断地从生产场所输送到消费者手中，满足人民日益增长的、多种多样的消费需要。这是满足人民生活逐步改善的基本内容。

在社会生产和社会需要存在不平衡的矛盾情况下，商业部门通过加强产、供、销的衔接，既可根据消费需求来引导生产部门适时生产更为适应消费者需要的商品，并积极组织推销、主动进行调配，促使产品尽快地同“需要者”见面，能动地做到适销对路；又可根据生产发展水平和商品供应的可能，主动地影响消费、指导消费，促使新的消费需要和新的消费习惯的形成。这样，便可在现有的生产条件下，扩大群众的消费范围，把人民的消费引向新的水平，更好地保障人民的消费需