# 声　明

本电子书由中国农业出版社数字出版，相关权利归中国农业出版社拥有。读者、著作权人和（或）依法可以行使著作权的权利人如有疑问，请与中国农业出版社联系：

地址：北京市朝阳区麦子店街 18 号楼

邮编：100026

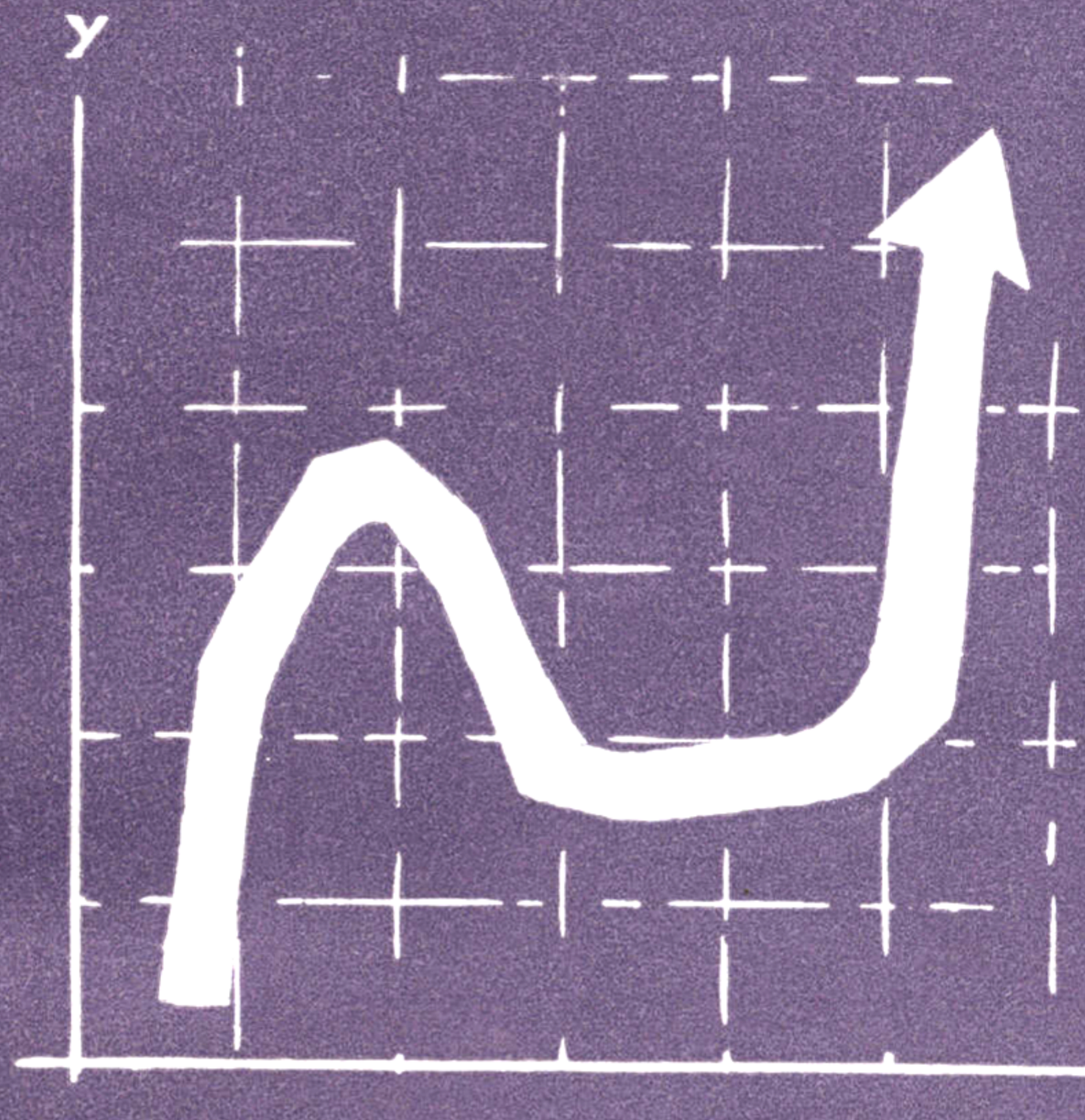
电话：010-64194921 010-65005894

E-mail:lishanzhao@sina.com

中国农业出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

全国统编农民职业技术教育教材




# 经营管理基础知识

王双振　江占民　郑生权编

农业出版社

全国统编农民职业技术教育教材

# 经营管理基础知识

王双振　江占民　郑生权编

农　业　出　版　社

四、经营决策的科学程序……88
五、经营决策的方法……95
第五讲　生产部门的经营……108
一、部门经营的基本知识……108
二、生产部门的组合与结构……114
三、生产部门的经营方针、经营类型、经营规模和经营过程…122
四、生产部门的管理制度和方法……132
五、衡量生产部门经营成果的指标体系……132
第六讲　生产要素的管理……140
一、生产要素的基本知识……140
二、生产要素的集约经营……147
三、物资管理中的库存控制……152
四、生产要素管理评价指标与方法……157
第七讲　财务与分配……161
一、财务管理的重要性……161
二、资金管理……162
三、盈亏平衡原理及应变公式……170
四、分配管理……175
第八讲　产品开发与销售策略……179
一、产品开发……179
二、销售策略……191
第九讲　企业家素质修养与领导艺术……204
一、企业家的素质修养……204
二、领导艺术与人才开发……218

# 第一讲　商品生产与价值规律

我国农村商品经济早已萌芽，但在旧中国统治下发展不快，几千年来都是自给自足的自然经济占统治地位，农业生产发展缓慢，甚至几近停滞，生产力十分低下。对于这种自然经济，马克思曾经指出："由于农民家庭不依赖于市场和它以外那部分社会的生产运动和历史运动"，"所以，这种形式完全适合于为静止的社会状态提供基础，如象我们在亚洲看到的那样。"① 马克思所指出的，正是我国当时农村经济的落后状况。

建国后，我国农业生产力逐渐提高，农村商品生产也有了一定的发展，农村集体经济从本质说已经属于社会主义大生产的范畴。但是，由于长期历史的原因和"左"倾错误的影响，自给半自给的格局一直未突破，"小而全"的色彩依然浓厚，农产品的商品量、商品率很低，加之十年动乱时期把发展商品生产和发展资本主义等同起来，对于集体经济，不分自然资源、气候和社会经济条件，一律要求进行单一的粮食生产，片面追求"粮食自给"，对于农民的自留地和家庭副业，当作"资本主义尾巴"割除。在这种情况下，本来就已经很薄弱的农村商品生产又遭到破坏，这是我国农村商品生产发展缓慢的重要原因之一。

① 《马克思恩格斯全集》第25卷，第897页。

党的十一届三中全会以后，随着农村经济政策的放宽和家庭联产承包责任制的广泛推行，我国农村商品生产迅速突破，改变了单一经营的局面。特别是以“专业户”为起点的分工分业的出现，土地开始向种田“能手”转移，工副业向能工巧匠集中，农村商品生产出现了一个蓬勃发展的新趋势。

## 一、农村商品经济的充分发展是社会主义农村经济不可逾越的发展阶段

所谓商品经济，就是直接以交换为目的的经济形式，它包括商品生产和商品交换。

马克思指出：“一个社会即使摸索到了本身运动的自然规律，……它还是既不能跳过也不能用法令取消自然的发展阶段。”① 商品经济，作为连结自然经济和产品经济的中间阶段，也是社会经济发展的一个既不能跳过也不能用法令取消的自然的发展阶段。商品经济代替自然经济，是社会生产力发展的必然结果，是社会进步的标志。社会主义社会不能在自然经济的基础上巩固和发展起来。

在我国现阶段，发展商品经济，也是农村经济发展的一个不可逾越的阶段。同时，只有发展商品经济，才能促进农民富裕，加速农村繁荣，不断满足城乡人民日益增长的物质和文化的需要。这是因为：

### （一）只有发展商品经济，才能使农村经济的发展获得旺盛的活力

自然经济是与商品经济相对立的，其特征是自给自足，生产是为了直接满足生产者家庭或经济单位的需要。因而，

① 《资本论》第1卷，第11页。

往往只限于维持简单再生产，缺乏扩大再生产的动力。同所有的商品生产一样，社会主义商品生产也是为交换而进行的生产，价值规律仍然起调节作用。市场需求的刺激，会使农民为了得到更多的盈利而获得不断进行扩大再生产的内在能力。而在市场的竞争中，又会给从事商品生产的农民以发展生产的外在压力。商品生产在这种内在动力和外在压力双重作用下得到发展。商品生产的发展，促使商品交换的扩大，反过来，商品交换又会进一步促进商品生产。在我国的社会主义条件下，从事商品生产和商品交换的农民以及农村经济单位的互相竞争，优胜劣汰，互相促进，协作联合，必然使我国农业生产和农村经济的发展更加生气勃勃。

（二）只有发展商品经济，才能使农民更快地富裕起来，农村更快地繁荣起来

农民搞自给自足的生产，只能解决温饱问题，要在求得温饱的基础上富裕起来，必须发展商品经济，增加货币收入。不发展商品生产，农民是富不起来的，这是因为：

1.商品生产可以促进社会分工，为农民生产经营开辟广阔天地。过去把农民束缚在有限的耕地上，农民再勤劳也不能致富。现在农民分别从事农、林、牧、副、渔、工、商、运（输）、建（筑）、服（务）十项门路，从十路进财，只要勤劳就能致富。生产经营门路的扩展，就地吸取利用了农村大量的剩余劳动力和剩余劳动时间（农闲）。劳动力的剩余而闲置是最大的浪费，吸收而利用之则是最大的节约。劳动力的充分利用，就能创造更多的使用价值和价值，增加农民收入。

2.商品生产把经济核算引进农村。在自然经济条件下，



需要全本请访问 www.ertongbook.com

农民自种、自食、自用，是不重视经济核算的，一旦从事商品生产，就要重视经济核算，力争以收抵支，并获得盈利。商品交换使农民进入市场，农民从市场交易中获得各种信息，眼界就宽了，增收节支的办法就多了，经济效益就会提高。

3.商品生产把科学技术引进农村。自给自足经济靠传统耕作技术，而发展商品生产，就要依靠现代化的科学技术来提高劳动生产率，降低成本，增加收入。目前农村出现的“技术热”，“科学热”，正是发展商品生产的必然。同时，商品生产要求人才、技术、劳力、资金等生产要素的自由流动和重新组合，这就促进了城乡技术经济的交流与协作，便于形成新的生产力，迅速改变农村面貌。

4.农民在发展商品生产中增加了货币收入，这不但可以扩大再生产，改善生活，而且可以从事精神文明建设，提高自身的素质，加速社会主义新农村建设的进程。

所以，发展商品生产是农民富裕，农村繁荣的必由之路。

（三）只有发展商品经济才能造就出一大批发展农村经济的管理人才

商品经济越发展，作为商品经济基本规律的价值规律的作用就越明显。价值规律是一个伟大的学校，农民为了使自己所生产的商品的个别价值低于社会价值，取得更多的盈利，就要采取各种措施来改善经营管理，降低成本，提高经济效益，就要使自己的生产适应市场的需求。在这个过程中，将涌现出一大批懂经营、善管理，把握市场行情，具有应变能力的农民企业家，并进而影响和带动整个农村生产经

营管理水平的提高，推动农村经济的发展。

（四）只有发展商品经济，才能实现农业现代化

1.农村商品生产的发展，必将打破自给半自给的状态，推动农村分工分业和生产专业化。“无专不快”，农业专业化是农业生产社会化，农村经济现代化的推动力。

2.农村商品生产的发展，将有力地推动乡镇企业的发展，加速农村工业化的进程。“无工不富”，农村工业化，为农民增产增收开辟了广阔的天地，能够较快地依靠农村自己的力量，积累农业现代化所需要的资金。

3.农村商品生产的发展，必然促使农村生产经营者千方百计改善农业的物质技术装备和其他生产条件，并激发农民学科学、用科学，提高生产技能和劳动生产率的热情，从而加速农业生产条件、生产技术和经营管理的现代化。

可见，中国农业现代化水平，将随农村商品生产的发展同步提高。

（五）发展农村商品经济，对于发展国民经济和巩固工农联盟有十分重要的意义

马克思指出：“超过劳动者个人需要的劳动生产率，是一切社会的基础。”① 在商品生产的条件下，这种农业劳动生产率具体表现为农产品的商品率。农产品商品率愈高，表明农业能为社会提供的商品数量愈多，能够转入非农业部门的劳动力愈多。同时，随着农村商品经济的发展，商品量的增加，农产品的数量增多，将为城市工业提供更多的原材料和为城市职工提供更多的农业初级产品和加工产品，从而推动城市工业的发展和满足城市居民多方面的需要。这一过程，

① 《资本论》第3卷，《马克思恩格斯全集》第25卷，第885页。

也是农民货币收入增加的过程，因而也为城市所生产的轻、重工业产品提供了广阔的市场。工农两大阶级的联盟，在经济上，主要是通过工农产品交换的形式表现出来，通过“保持商品生产（通过买卖的交换）这个为农民唯一可以接受的与城市进行经济联系的形式”① 来体现他们之间互相帮助、互相协作的经济关系。商品经济愈发展，工农业产品交换愈发达，工农联盟也就愈巩固。

综上所述，由自给半自给经济向较大规模商品经济转化，的确是我国社会主义农村经济发展的不可逾越的阶段。

## 二、自觉运用价值规律，改善农村经营管理

### （一）价值规律是商品经济的基本规律

价值规律是商品生产和商品交换的规律，凡是存在商品生产和商品交换的地方，它就必然要发挥作用。发展农村商品生产，必须十分重视价值规律的作用，要熟悉它，掌握它，并学会利用它。

1.什么是价值规律？价值规律的基本内容和要求是：商品的价值量由生产该商品的社会必要劳动时间决定，商品的交换以价值为基础按照等价的原则进行。其中，价值决定是它的核心，等价交换是它的表现形式。

商品价值量是由生产商品时所耗费的劳动时间的多少决定的。不同商品生产者由于技术高低、勤奋程度不同，生产同一种商品所耗费的劳动时间是不同的。那么，是不是说一个人技术越低、越懒惰、越不善管理，生产同一商品所用的劳动时间越长，他的商品的价值量越大呢？不是的。事实

---

① 斯大林，《苏联社会主义经济问题》，人民出版社1958年版第10页。

上，同种商品在市场上进行交换，只能按同一的价值量作为标准。这个标准就是社会必要劳动时间。因此，商品价值量的大小，不是由某个商品生产者的个别劳动时间决定的，而是由社会必要劳动时间决定的。

社会必要劳动时间，就是生产某种商品所耗费的社会平均劳动时间，也就是在现有正常生产条件下，在社会平均劳动熟练程度和劳动强度下，生产某种商品所需要的劳动时间。例如生产50公斤粮食，有的需要8个工，有的需要4个工，大多数需要6个工，一般说来，6个工就是生产50公斤粮食的社会必要劳动时间。虽然，各个商品生产者生产50公斤粮食所耗费的时间有多有少，但是在进行商品交换时，社会只承认社会必要劳动时间，只能按照6个工决定的价值量进行交换。这样，花费8个工的生产者，在交换（出卖）时，就有2个工得不到社会承认，就亏损2个工时，化费4个工的生产者，在交换时，就盈余2个工时。价值规律的这种作用，会促使商品生产者千方百计降低劳动消耗。

另外，一种商品的价值量是否能够完全实现（全部卖出去），在同其它商品交换时是否能够按照其价值做到等价交换（价格与价值相符），还要看社会用来生产这种商品的劳动在社会总劳动中是否成比例，即生产和实际需要是否一致。如果一致，生产这种商品的社会必要劳动时间就为社会所承认，商品价值量就能实现；如果不一致，投入一种商品的社会必要劳动时间过多，此种商品的数量大于社会需求，多余部分商品的劳动就得不到社会承认，表现为商品积压，交换时这种商品的价格就会低于价值。如果投入这种商品的社会必要劳动过少，不能满足社会需求，这种商品就会显得

紧张、短缺，商品的价格就会高于其价值。因此，生产某种商品的社会必要劳动时间，要以社会总劳动在各个部门、各种商品的恰当分配为前提。

商品的价格是商品价值的货币表现，等价交换就是商品的价格与价值相符合。商品的价格又受供求关系的影响，围绕着价值上下波动。供求一致时，价格与价值大体相符；供求不一致时，价格就背离价值。在实际生活中，由于供求关系不断变化，价格符合价值是暂时的，价格背离价值则是经常的。但是，不管价格怎样背离价值，它总是以价值为基础，围绕着价值上下波动，不会离得太远。从总体来说，或从较长的时期来看，高于或低于价值的价格会互相抵消，商品的总价格和总价值还是相等的。因此，价格以价值为中心上下波动，不是对价值规律的否定，正是价值规律发生作用的表现形式。

2.社会主义制度下价值规律的作用。在私有制商品经济条件下，由于生产资料和劳动产品归私人所有以及生产的无政府状态，价值规律通过价格自由涨落自发地调节生产和流通。在社会主义制度下，由于建立了生产资料公有制和实行了有计划的商品经济，社会可以按照社会主义基本经济规律的要求，自觉地利用价值规律为社会主义经济建设服务。

（1）调节社会总劳动在各部门的分配比例，使生产各种商品的劳动量同社会需要相适应。在社会主义社会，调节社会总劳动的分配主要是国民经济有计划按比例规律，同时，价值规律通过价格涨落影响供求关系变化，也对调节社会总劳动的合理分配起制约作用。因为价格涨落直接关系到生产者的物质利益，通过有计划地合理调整商品价格，就能

起到调整社会总劳动在各个部门合理分配的作用，为正确编制、执行国民经济计划服务。属于完全由市场调节的部分农村产品，日用小商品和服务修理行业的劳务活动，则完全由价值规律调节其生产和流通。

（2）促进生产发展。价值规律要求商品按照社会必要劳动时间决定的价值量进行等价交换，不理会个别生产者耗费劳动时间的多少。这就使得耗费劳动时间少的生产者获利较多，耗费劳动时间多的生产者获利较少，甚至亏本。因此，商品生产者为了获得较多盈利，就必须不断改进技术，改善生产条件，加强经营管理，提高劳动生产率，降低单位商品生产的个别劳动时间，使之等于或低于社会必要劳动时间。否则，就会亏损，甚至被淘汰。价值规律这种优胜劣汰的作用，有力地促进着农业生产的发展。

（3）调节商品流通。商品的价值必须通过流通进入消费才能实现。价值规律在流通中的调节作用，主要表现为按照等价交换的原则，通过价格来调节商品的供求关系。社会主义统一市场是有计划的商品市场，大多数商品仍然通过市场自由买卖。由于消费需求千差万别，且经常变化，供需之间会经常发生矛盾，价格的变化会直接影响商品的消费量，价格低会刺激消费量的增加，反之，则会减少消费量。因为每个消费者都愿意选购价廉物美的商品，谁也不能强迫消费者购买什么、不购买什么，因此只能通过调整价格来调节各种商品的销售，指导消费、平抑市场、平衡供求。即使少数与国计民生关系重大的由国家计划供应或定量供应的商品，也要通过合理的定价来影响不同规格、不同花色品种的销售，从而促进产品的更新换代和提高产品质量。



需要全本请访问 www.ertongbook.com