

新經濟學叢書

商業統計學教程

(上 冊)

H. 廖佐夫 H. 齊列利包木共著

東北統計局出版部譯印

譯者前言

本書係蘇聯統計學家Н. 廖佐夫與Н. 齊列利包木合著，於一九四七年由國家計劃委員會出版局出版，是一本商業統計學的專門巨著。蘇聯高等教育部曾審定此書為專門學校的教科用書，在蘇聯頗負名望。著者在本書中全面而又簡明扼要地敘述了社會主義計劃經濟中商業統計的理論和方法。因此，我們相信它對我們有計劃地發展新民主主義經濟，是有很大幫助的，可做為我們商業工作者業務學習用書或商業專科學校教科用書。

但由於本書是做為一本統計學教程而編著的，故其內容僅止於一般原則理論的敘述，具體運用的例子較少，希望讀者在研究時多多聯繫實際。

在譯文方面，由於譯者缺乏專門的商業知識和統計知識，譯文難免有不妥切與不正確的地方。我們希望讀者多予指正。

一九五一年三月

上 冊 目 錄

第一章 蘇聯商業統計學的研究對象、內容與任務

第一節	蘇聯商業統計學的研究對象	1
第二節	蘇聯商業統計中的調查單位	3
第三節	蘇聯商業統計的任務	6
第四節	蘇聯商業統計學的內容	8

第二章 商品流轉的各種基本指標體系

第一節	商品流轉的概念	10
第二節	商品流轉的各種基本指標體系	12
第三節	商品流轉過程的環節性	17

第三章 農產品採辦統計

第一節	採辦的概念及其類別	21
第二節	採辦統計的任務	23
第三節	採辦統計的調查對象和調查單位	24
第四節	採辦統計的指標體系	26
第五節	農產品義務供應統計	27
第六節	農產品國家收購統計	32

第七節	農產品預約採購統計	34
第八節	農產品非集中採辦統計	36
第九節	農產品採辦的商品對照表	37
第十節	農產品採辦指數	42
第十一節	如何編製關於農產品採辦的綜合報告	59

第四章 商品批發交易統計

第一節	商品批發交易的概念	51
第二節	商品批發交易統計的任務	52
第三節	商品批發機構	52
第四節	商品批發交易的統計指標體系	54
第五節	關於計劃商品和調節商品的商品支配統計	58
第六節	商品輸送統計及市場儲備商品銷售統計	74
第七節	商品對照表	86
第八節	現行商品批發交易統計機構	91

第五章 商品零售交易統計

第一節	商品零售交易的概念	93
第二節	商品零售交易統計的任務	97
第三節	商品零售交易統計的調查對象和調查單位	98

第四節	零售商業企業的商品交易額·····	102
第五節	商品零售交易的商品構成統計·····	108
第六節	商品供應來源統計·····	117
第七節	零售商業的商品對照表·····	124
第八節	定量供給統計·····	131
第九節	現行商品零售交易統計機構·····	141

第六章 社會給養統計

第一節	社會給養統計的概念和任務·····	144
第二節	社會給養統計的調查對象·····	145
第三節	社會給養的零售交易額·····	147
第四節	社會給養的商品生產統計·····	155
第五節	社會給養的食品原料支出統計·····	158
第六節	現行社會給養統計機構·····	161
第七節	包括社會給養在內的商品零售交易額 綜合報告·····	163

第七章 商品儲存統計

第一節	商品儲存統計的任務·····	167
第二節	批發商業商品儲存統計·····	170
第三節	零售商業商品儲存統計·····	172
第四節	商品流轉速度的計算·····	177
第五節	商品儲存指數·····	184

第六節 現行商品儲存統計機構·····	191
---------------------	-----

第八章 集體農莊市場商業的商品交易

統計

第一節 集體農莊市場商業統計的任務·····	193
第二節 集體農莊市場商品交易統計的研究對象·····	195
第三節 集體農莊市場商品銷售統計機構·····	197
第四節 關於集體農莊市場商品銷售統計資料的總括和整理·····	201

第一章

蘇聯商業統計學的研究 對象、內容與任務

第一節 蘇聯商業統計學的研究對象

「蘇聯商業統計學」這一術語，包含着各種不同的內容。但在這裡，是指有關蘇維埃商業中所發生的現象和過程的數字資料而言，或者是指用以闡明蘇維埃商業研究方法論問題等等的一個科學分科而言。本書首先就是把蘇聯商業統計學當作一個科學分科而加以敘述，以闡明商業統計研究方法論的一些問題。

在這種條件下，蘇聯商業統計學的研究對象，就是在商業範圍中所發生的現象和過程。而所謂商業範圍，是國民經濟的一個部門，它的國民經濟職務，就是流轉商品，使之到達消費者。

我們從各種物資在社會主義擴大再生產中所起的經濟

作用這個觀點看來，可把商品流轉過程分爲：（1）生產手段的流轉和（2）消費資料的流轉。這兩種商品流轉各有其獨自的系統，其中每一種商品流轉都各有其特殊的計劃和調節的方法。此外，每一種商品流轉又都各經其專門的商業網來實現。

蘇聯商業統計學所涉及的乃是商品流轉的一部分，即消費資料的商品流轉。以消費資料本身而論，又可以分成：（1）國內商品流轉或國內商業；（2）對外貿易。蘇聯商業統計學是敘述國內消費資料商業的。

國內商業統計所包括的，乃是有關商品由生產範圍向消費範圍移動的對象、現象和過程。它所涉及的問題，就是有關研究各種商品儲備，研究商品在購買和銷售方面的流轉，研究商品在儲存、移動、銷售方面的勞動消費及資金消費以及商業網的數目等各項問題。這些在商業範圍中所發生的大量現象和過程的總體，就是要用商業統計的各種方法加以研究的。因此，蘇聯商業統計學所包括的問題，就是如何把國內商業的大量現象和過程，加以記錄、整理並分析與這些現象及過程有關的資料。由此可知，在國內消費資料商業範圍中所發生的大量現象和過程，就是蘇聯商業統計學的研究對象。

蘇維埃商業中的許多現象和過程，都是有計劃的。其餘的過程和現象雖然可以說是並未直接加以計劃，但是，

都與有計劃的現象和過程有機地聯繫着。因此，當編製計劃時，爲有利於保證完成並超過完成計劃，其餘這些現象和過程都要加以計算。負責用統計的方法研究蘇維埃商業的機關，它們的活動，就在於表示出國內商業範圍中所發生的現象和過程的數量特徵，觀察並分析其內部聯繫及其所具有的發展規律，並且首先從完成國民經濟計劃的角度來加以觀察。

蘇聯商業統計學這門科學的理論基礎，則是淵源於統計學總論。蘇聯商業統計學就是研究如何具體應用統計學總論中的諸項原則，來研究國內消費資料商業範圍中所發生的大量現象和過程。統計觀察的組織，觀察單位的選定，分組法和造表法，相對數，平均數，指數的計算及相關數的計算等，所有這些統計上的理論問題，都要在本書中加以研究，使之適合於消費資料商業的特殊性。

第二節 蘇聯商業統計中的 觀察單位

觀 察
單 位

每一個個別對象中，具有被研究的現象時，這個對象就叫做總體單位。各統計機關都要根據提出的任務和研究計劃，對總體單位加以特殊觀察：選定構成被研究總體的對象（如商業企業等）；根據研究任務，記錄每一個總體單位

的本質上的標識；然後，按照一系列的標識，對總體單位加以分類。

在這種情形下，總體單位就將是觀察單位。由此可見，觀察單位就是一些特徵具有者，這些特徵都是統計學所要研究並要加以記錄的。

例如，買賣商品時的各種行為，就可能是研究商品交易時的觀察單位。買賣商品時的每一種行為，都標誌着一系列的特徵：商品交易的類別（批發或零售）、商品交易額、商品名稱、價格、商品數量、商品的質量特徵等。買賣商品時的各種行為的所有特徵的記錄，是在初步的會計統計中進行；或在特殊情形下，在特別有組織的業務統計中進行。把各科、各處或整個企業所做初步統計資料加以總計，這就是說，把各科、各處或整個企業在調查期內的商品流轉加以總結。進一步，為了獲得所有商品流轉的綜合特徵，就要對各個企業所計算出來的商品流轉統計資料，加以統計的分組和綜合。

當以統計的方法研究商業企業的工作人員時，在蘇維埃商業中工作的各個工作者就是觀察單位。各個工作者也具有許多可以記錄在初步統計中的特徵；或是記錄在特別有組織的統計觀察中的特徵。如：職業、性別、年齡、勞動生產率、工資額等。

當以統計的方法研究商業網時，也像研究商品交易和流轉費一樣，各種商業企業，如推銷站、倉庫、商店、社

會給養企業等，都可以成為觀察單位。每一個商業企業都標誌着一系列的特徵：企業形態、企業地址、工作人數、商品交易額、流轉費水平等。而商品交易額和工作人數則為商業企業總體的綜合特徵。至於商業企業的數目，當研究更大單位的其他統計總體時（貿易公司、工人供應部或農村消費合作社）也可以作為一個綜合特徵。

由此看來，蘇聯商業統計學是與各種各樣的觀察單位關聯着。因為，它是研究蘇維埃商業範圍中各種不同的現象和過程的。

~~~~~  
報 告  
單 位  
~~~~~

•• 蘇維埃社會主義經濟中的統計觀察原則，是和資本主義經濟中所應用的統計觀察原則根本不同的。在資本主義經濟條件下，主要的統計形式，就是特別有組織的調查書式的統計觀察；而蘇聯的主要統計形式，則是包括所有組織、機關、企業在內的報告書。

因此，在蘇聯商業統計學中，關於報告單位問題就具有特殊的意義。負責提出報告書、報告有關被觀察的統計總體單位事項的最初環節，就叫作報告單位。觀察單位和報告單位並非總須一致。例如：商業企業就是提出關於商品交易報告書的最初環節，也就是報告單位；而買賣商品時的各種行為，就可能是研究商品交易的觀察單位。

但是，觀察單位和報告單位常常是一致的。例如：按商業企業的專門性、規模等來以統計的方法研究它的構成

時，各個商業企業就是報告單位，並且同時又是觀察單位。

關於報告單位問題，通常是根據實際情形來解決，尤其是依靠於是否擁有足夠的統計工作人員來解決。在蘇聯的商業統計中，商業企業就是基本的報告單位。在許多情形下，基層商業組織（貿易公司、工人供應部、農村消費合作社）就是報告單位。

第三節 蘇聯商業統計的任務

蘇聯商業統計的基本任務，在於監督蘇維埃商業發展計劃的執行。這就是蘇維埃商業任何部門中的每一件統計工作的主要和有決定意義的目標。

蘇維埃商業各方面的活動並非都是有計劃的。但是，這絕不是說蘇聯商業統計學不包括非計劃的現象。爲了認識蘇維埃商業，爲了說明完成計劃的原因，最後，爲了修改計劃並改善計劃，蘇維埃商業的所有一切指標，都是重要的。因此，爲了全面地、詳盡地說明蘇維埃商業的現狀和發展，蒐集非計劃現象的材料，也是統計機關的任務。

由此，我們就可以得出結論說：統計指標體系必須詳盡地包括蘇維埃商業計劃中的所有一切指標，同時並須包括在從各方面說明蘇維埃商業上及在編製蘇維埃商業計劃上具有某些意義的其他指標。

監督計劃執行的任務，絕不是把統計的和計劃的指標加以對比、決定了完成計劃的比率以後，就算詳盡無遺了。統計的任務在於說明計劃的執行進程，揭露影響計劃執行進程的因素，指出蘇維埃商業中的先進部份和落後部份，藉以制定必要措施，保證蘇維埃商業計劃的完成和超過完成。

由此可見，統計是計劃的一個積極的助手，而不是一個感覺遲鈍的記錄員，只記錄蘇維埃商業部門中所發生的一切事實。

蘇聯商業統計必須用統計的方法來監督計劃的執行。這就是說：

第一，在整理統計材料時要廣泛應用分組法。例如：把各個企業部門、組織按照完成計劃的百分比而加以分組，就可以揭露蘇維埃商業中的先進部份和落後部份，並能有助於更加順利地完成計劃。這在研究各種現象間的聯繫和依存性上，也是有幫助的。

第二，要廣泛應用分析動態、時間數列的統計方法。分析時間數列不僅能在被選取的時期內考察被研究的對象，而且還能在遼闊的歷史遠景中考察被研究的對象，藉以確定長期發展的總趨勢。

第三，要廣泛應用平均數法、相對數法和指數法。因為僅僅知道被研究對象的絕對數，常常是不夠的；只有計算相對數（完成計劃的百分比、對前一時期的比例關係等）時，才能使我們清楚地瞭解這一對象。這就是說，如

把彼此有關的若干數額（商品交易額與居民人數，商品交易額與工作人員數，商品交易額與流轉費，商業網與地域，採辦數與收穫數等）加以比較對照時，就會使我們更容易進行經濟統計分析。

第四，要以統計資料為基礎而應用對照表的方法。蘇維埃商業的每一種指標（商品儲備、商品收入、商品交易、商業附加費等）都能孤立的加以考察。但是，每一種指標，同時又都是商品流轉統一體系中的一個有機因素。說明商品供應的數量、構成、增加情形及其利用情形的商品流轉對照表，就是以統計的方法來表現這一體系的。

第四節 蘇聯商業統計學的內容

商品交易額是國民經濟中標誌居民福利的最重要的經濟指標之一。因此，商品交易統計是本書的一個主要部分。

本書有五章是研究商品交易統計的，其中要敘述研究批發商業、零售商業、社會給養、農產品採辦和集體農莊市場商業的統計方法。本書中這一部分的任務，在於敘述以統計的方法研究商品交易和計算商品交易指標（商品交易額及其商品構成、商品供應來源和商品對照表等）的理論和實際。

商品交易統計問題是和商品儲存問題緊緊地銜接着

的。商品儲存統計包括着對於商品的儲存數額及其構成的調查和分析方法的敘述。

本書的其次一部份，是敘述蘇維埃商業中的質量指標問題的。即：根據每一個商業企業和所有蘇維埃商業的數量指標（即商品交易）所計劃出來和計算出來的價格、流轉費及勞動生產率問題。商品交易額及商品流轉機構是決定流轉費水平的最重要的因素。在本書中，將要詳盡地敘述分析蘇維埃商業質量指標的各種方法。

本書也要敘述蘇維埃商業的物資站——商業網和汽車輸送的統計問題。

本書最後一章所敘述的，是蘇聯商業統計的歷史。這是爲了要使人得到一個關於蘇聯商業統計各個發展階段的概念。

本書的前兩章，是敘述蘇聯商業統計中的一般問題的。

第 二 章

商品流轉的各種基本指 標體系

第一節 商品流轉的概念

~~~~~  
商品流轉的  
概念  
~~~~~

商品流轉是社會主義擴大再生產的一個階段，它是物質資料由生產者到消費者的移動過程。這一物質資料的移動過程，乃是以「商品——貨幣」的形式發生的，即以買賣行為的方式發生的。所以，凡是未通過貨幣形式的物質資料的移轉（如無代價的配給行為、贈讓行為），即不能視為商品流轉。同樣，某種服務和貨幣的交換過程，即出售非物質的資料（如理髮、沐浴、觀劇等），也不能視為商品流轉。

~~~~~  
商品流轉的  
一般情形  
~~~~~

商品流轉包括了無數次的物質資料的買賣行為。所有這一切買賣行為都可以歸納為以下四類：

賣 者	買 者
A. 生產者	消費者
B. 生產者	商業機構
B. 商業機構	商業機構
T. 商業機構	消費者

凡不經過商業環節而由生產者直接售與消費者的買賣行為，都屬於第一類商品流轉。如某一工廠把商品直接售與另一工廠以充其生產之需時，這種買賣行為即屬於第一類。另外集體農莊的商業組織常以消費品直接售與居民，所以這種集體農莊商業的商品流轉同樣也屬於這一類。

第二類商品流轉所包括的，乃是生產者賣商品給商業機構的買賣行為。歸入這一類的，還有工業企業和手工業合作社賣商品給商業機構的買賣行為，以及國營農場、集體農莊、集體農莊莊員和個體農民賣商品給採辦機構的買賣行為。商業機構之所以購入商品，是爲了再度把商品出售，商業機構就是在商品由生產者向消費者的過渡過程中起着橋樑作用的。

第三類商品流轉是各商業機構彼此間的內部流轉行為，其中無生產者和消費者參加。

第四類商品流轉所包括的，乃是商業機構直接將商品售給消費者的買賣行為。劃歸這一類的，還有銷售商品給生產企業以供生產之需的買賣行為，以及將商品售給居民作私人消費用的買賣行為。

上述四種商品流轉，已將買賣雙方在商品由生產範圍