

商業組織与技術講義

(合訂本)

貿易經濟敎研組

東北財經學院

一九五七年

一、本學科研究的對象

〔商業組織與技術〕這一學科是在蘇聯社會主義經濟建設過程中產生的，是在蘇維埃商業發展的基礎上形成起來的。

在蘇維埃商業的發展過程中，蘇維埃商業機構所負的任務，是根據社會主義基本經濟規律的要求，保證城市與鄉村間、區與區間、省與省間、國民經濟各部門間的擴展的商品流轉，以便將社會主義工、農業產品不斷地送達消費者手裏。

爲了實現擴展的商品流轉，蘇維埃商業機構通過它的各個環節不斷地向生產者收購商品，然後將它直接出售給消費者；或者是由一個環節賣給另一環節，再行轉售給消費者。

一般情況下，生產領域內生產出來的商品不能立刻進入個人消費領域。商品從生產者轉移到消費者的過程中，要經過許多商業環節：商品的購進和出售，開始是在批發環節中進行，然後是在零售環節中進行。

在社會主義條件下，基本生產資料已不再是商品，不能作爲買賣的對象。因此，蘇維埃商業的活動範圍主要是限於個人消費品。個人消費品的批發商業經營着工業和農業各部門的大量商品，它的基本任務在於保證源源不斷地把商品供應給零售商業網，因而批發商業的實質就是從事於各個生產區與消費區之間的商品聯系工作。零售商業是個人消費品流通過程的最後階段，它的基本任務即是把商品直接出售給消費者，因此，零售商業的實質就是實現着生產與消費者之間的直接聯系。

批發商業和零售商業，爲了實現其基本任務，必須具有一系列的商業活動。所謂商業活動，不僅是指商品的買賣活動（進貨、銷售），而

且還包括商品的運輸、貯存、加工、分類、編配等等工作。在蘇聯，所有這一系列的商業活動，是由蘇維埃商業機構的各環節——批發和零售商業組織與企業來執行的。蘇維埃國家正是通過以所有的商業組織和商業企業為基礎的商業機構，實現着國內商品流通過程的組織與管理。

蘇維埃商業組織與企業的商業活動的特點是：

首先，一切商業活動都是有計劃地組織的。蘇維埃人民不斷增長的物質和文化的需要，是蘇維埃商業發展的動力，因而蘇維埃商業組織與企業的組織機構以及它們的一切商業活動，必須根據科學的原則建立起來。

根據國民經濟有計劃（按比例）發展規律的要求所有的商業組織與企業，遵照着國家規定的計劃，用最合理和最經濟的方法來組織商品的購進、貯存、運輸，並以高度的服務質量把商品送達到消費者手中，以最大限度地滿足人們的需要。

資本主義商業企業的買賣活動，與此有着本質上的區別。由於資本主義商業是掌握在資本家或資本家集團手裡，依靠剝削勞動人民而獲取最大限度利潤是資本主義商業活動的動力。因而資本主義商業企業也和資本主義所有的經濟組織一樣，是無計劃地、盲目地進行着它們的活動；那些只知道以賺錢為目的的資本家和企業主們，也就絕不可能把自己的商業企業的活動建立在真正的科學基礎之上。因而他們的前途只能是從危機走向危機。

其次，蘇維埃商業組織與企業的一切買賣活動是與商品的實際運動緊密聯系着的。在資本主義社會裡，資本家所關心的是最大限度的利潤，他們毫不關心消費者的需要，因而，買賣活動是與商品的實際運動相脫離的。往往商品尚在倉庫裡並未移動，而商品棧單已被資本家們進行了不知多少次的投機交易，他們利用物價波動的機會而買空賣空、謀取暴利，其結果，給人民帶來了很大的危害。同時，由於資本主義市場的競爭和無政府狀態，在商品運動過程中產生了許多浪費的、膨脹的寄生環節。與資本主義商業完全相反，蘇維埃商業的目的，完全是為了人及其需要，一切投機買賣行為在這裡是不存在的。建立蘇維埃商業組織與企業的目的，就是為了合理地組織商品運動過程；蘇維埃商業組織與

企業的買賣活動也正是由於商品實際運動的必要性而引起的。所以，在社會主義條件下，商品的買賣活動是與商品的實際運動緊密地結合在一起的。

由於社會主義商業機構及其商業活動都是有計劃的組織；商品的買賣活動與商品的實際運動是不可分離地聯系在一起，因而就為我們提供了科學地研究社會主義商業組織與企業的組織機構和一切商業活動的可能性，這亦就為「商業組織與技術」這門學科的存在和發展奠定了基礎。

本學科研究的對象就是社會主義商業組織與商業企業的組織機構及其商業活動。由此，本學科既要研究蘇維埃商業組織與企業的組織機構和商業活動，同時也要研究我國商業組織與企業的有關問題。

但是，首先必要明確，在社會主義商業組織中，除商業企業外，往往還有許多其他形式的企業（如加工企業、農業企業等），這些企業的業務活動，雖與商業活動是密切聯系的，但因這些企業業務活動的性質及其組織均有其不同特點，因而由其它學科來進行研究。不屬本學科研究範圍之內。

其次，本學科主要是從合理地利用物質技術資料和正確地組織勞動的觀點出發，來研究社會主義商業組織和企業中的物質技術資料和人員勞動的。如在業務過程中，對於物質技術資料，並不是從其物理特徵及製造原理去研究，而是從我們在業務過程中怎樣對那些物質技術資料加以合理有效地運用的角度來進行研究。同時，對於勞動，也不是從其生理特徵的角度去研究，而是從合理的勞動組織、工作人員的正確挑選與配備、高度勞動生產率的發揮、以及運用科學的管理方法等等方面來進行研究。理由非常明顯，在商業業務過程中，也像在生產過程中一樣，要求把那些在一般勞動過程中相互發生作用的人的因素和物的因素加以正確結合與合理運用，從而擴大商品流轉，加速資金週轉，降低流通費用，並增加資金積累。

最後，對於商業組織和商業企業的業務活動不能分開孤立地來研究。因為，在大多數情況下，商業組織負責收購商品，組織商品貯存、加工等工作，並通過其所屬的商業企業把商品銷售出去。因而商業組織

與企業之間的業務活動是密切地聯系着，它們共同實現着一個完整的業務過程。所以，我們應從商業組織與商業企業不可分隔的聯系中來研究它們的業務活動。

二、本學科研究的內容及與其他學科的關係

本學科的研究內容是極其豐富的，但並不是包羅萬象，而是有它一定範圍的。

本學科所研究的內容，主要有如下幾個方面：

（一）商業組織與企業的組織機構。研究商業活動，首先應研究組織機構，因為組織機構是否合理，直接會影響到既定任務的完成。因而要研究：批發與零售商業組織與企業的機構構成，它們的類型和內部結構；各有關部門的職責及其相互關係；以及商業網和倉庫網的建立與分佈等。

研究這些，可以充實我們在建立組織機構方面的一般基礎知識，促使我們重視嚴格劃分各部門的職權範圍，減少業務環節與避免機構重疊達到精簡編制和減少行政管理費用等問題。

（二）批發與零售商業組織與企業商業活動的組織。包括商業組織與企業應當採取何種組織上和技術上的措施來保證完成國家規定的商品流轉、資金週轉和流通費用等計劃任務。

（三）物質技術資料的合理運用。在商業活動過程中，包括着商品的採購、運輸、加工、保管、準備出售和出售等等階段。為了合理組織這些工作，必要配置一定的物質技術資料，這是提高工作人員的勞動生產率、擴大商品流轉、改善經營管理、降低流通費用、以及提高對購買者服務質量的一個重要方面。因此，研究合理使用物質技術資料並不是一個單純的技術問題，而是具有着極其重要的經濟意義。

（四）工作人員的勞動組織，在社會主義和人民民主國家裡，勞動已成為光榮而豪邁的事業。勞動組織的目的，在於把廣大勞動群眾湧現出來的積極性和創造性，引導而為全社會、全人民謀福利的事業上。本學科總結了社會主義商業組織與企業在挑選、培養和配備幹部，提高工作人員勞動生產率，以及組織社會主義競賽等方面的先進經驗。

(五) 商業業務的技術。不斷改進業務技術也是提高勞動生產率 and 改進商業工作質量的手段。本學科綜合分析了社會主義商業中的先進單位和先進工作者在商業業務技術上的成就，例如在研究消費者需要、採購商品、接收和保管商品、供應工作、出售前的準備工作、銷售商品與對購買者文明服務，以及廣告宣傳等方面的技術等。

(六) 商業組織與企業的管理和監督。包括如何運用列寧、斯大林關於管理社會主義企業的學說來管理商業組織與企業，研究管理的原則和管理制度，以及組織各項工作的監督與檢查等。

從以上內容中可以看出，本學科是一門經濟學科，它是用改善經營管理與利用科學技術成就的豐富知識來武裝社會主義商業工作人員，使他們能勝任地去執行和改進商業組織與企業的實際工作。

由於本學科所涉及內容比較廣泛，因而它又和若干其它學科有着密切的關係。

與本學科關係最密切的是貿易經濟，因為本學科在很多方面都是基於貿易經濟的理論基礎上來闡明問題的。但是二者之間在研究對象上還是不同的。貿易經濟要研究社會主義商業的本質及其發展規律，還要研究黨和政府對商業方面的政策；而本學科是通過商業活動的研究來體現社會主義商業的本質以及貫徹黨和政府對商業方面的有關方針政策。此外，本學科還研究商業業務的技術，而這些不屬於貿易經濟的研究範圍。

本學科與「貿易簿記核算」、「貿易統計」、「商品學」等學科在研究對象上也是不同的，但因本學科在研究商業組織與企業的商業活動中，往往也要應用到這些學科的有關知識，因此本學科和這些學科也有着密切的關係。

三、本學科的研究方法

「商業組織與技術」是一門具有黨性的科學。首先，它是以無產階級的觀點和立場闡明問題來為社會主義和共產主義建設事業而服務的；它是為生產和日益增長的人民物質文化生活需要而服務的。

其次，本學科是反對資產階級科學思想和資本主義經營思想侵入社

會主義商業科學與商業實踐中來的有力武器。維護資產階級利益的學者們，創造了所謂貿易學和貿易企業學，這些「科學」在本質上只是為私營企業主服務的學說，其主要目的是想隱蔽資本主義商業的剝削和腐朽的實質，培養一些壟斷資本家的忠實奴才。因此，「商業組織與技術」這門科學，是不可能在資產階級商業學的領域中去找尋它的絲毫根源。它是一門獨創性的科學，是以馬列主義關於社會發展規律的學說，列寧和斯大林關於建設社會主義和過渡到共產主義的學說，以及斯大林關於蘇維埃商業的學說為根據的。

最後，本學科的黨性也表現在理論和實踐的緊密聯系中。研究本學科的目的是為了改善社會主義商業組織與企業的經營管理，只有把理論和當前社會主義商業實踐密切結合起來，才能通過實踐去證實理論和進一步豐富理論。因此，必須和一切脫離實際的教條主義作鬥爭。

「商業組織與技術」研究的方法是以科學的馬克思主義辯證法作為基礎的。馬克思主義辯證法指示我們：一切事物都是相互聯系、相互制約着的；而且它本身是不斷運動和發展變化的；這種發展和變化是由量變過渡到質變的過程；而且，這種過程是藉着矛盾的不斷產生和不斷克服而發展的。

因此，用辯證法來研究本學科，這就意味着當我們研究商業活動時，首要的應從全面聯系、相互制約的觀點去進行研究，絕不能孤立與片面地去觀察與研究商業中的一切問題。從總的方面看，社會主義商業是整個社會經濟生活中不可分割的一部分，它與其他國民經濟部門有着密切的聯系。例如，就我國目前而論，隨着社會主義工業化事業的發展工業生產出來的大量產品，如果商業機構不能把它們運銷到農村，則工業就不能找到銷路和換回所需要的原料直接會影響它的發展；反之，隨着農業合作化高潮的到來，農業生產的發展，農民生產的糧食和經濟作物，如果沒有社會主義商業、大力組織推銷同時供應他們所需要的生產資料和生活資料就不能滿足農民發展生產的要求，影響合作化運動的順利發展；再如城市人民生活水平不斷提高，如果沒有商業大力組織各種生活用品的供應，則人民物質文化生活不斷增長的需求，就不能得到滿足。因此，社會主義商業工作的好壞，直接影響着整個國民經濟的發

展。商業組織與企業的商業活動本身也是一樣，批發與零售業務，進貨與儲存、運輸、銷貨等工作，都是相互影響緊密聯系的整體，如果其中某一環節的工作組織不當，勢必也影響其它任務的完成。

同時，研究商業活動中的一切現象，還必須要從發展的觀點出發，也就是說，不能靜止地、一成不變地去觀察商業活動中的各項問題。隨着工農業生產的發展，廣大勞動人民的購買力水平不斷提高，他們的需求也更多樣化，消費者對商品質量的要求也日益在提高。這就要求商業機構的組織與技術工作要善於適應需求的變化，組織多種多樣品質優良的商品，用高度的服務質量，迅速及時地來供應消費者的需要。

只有具有了全面聯系、相互制約以及發展的觀點，才能正確深入的認識與分析商業活動中的一切現象；也只有運用了馬克思主義的辯證法去和那些孤立、片面、靜止、保守的觀點作不倦的鬭爭，才能正確地處理商業活動中的有關問題，才能使社會主義商業組織與企業的工作，逐步地走向盡善盡美的途徑。

四、學習本學科的意義

在我國過去時期，商業的地位是十分重要的。商業工作者的任務，就是要作好商業工作，使生產與消費之間、城市與鄉村之間，能够有一條強而有力的紐帶，使全國經濟生活活躍起來，以促進工農業生產的發展，並盡可能地滿足廣大人民的需要。

目前，我國的社會主義商業已經成為市場的領導力量。社會主義商業的工作，不僅是一個重要的經濟工作，同時也是政治工作，每一個商業工作人員，每一個商業組織與企業，都是國家商業政策的具體執行者，都是國家聯系廣大人民群眾的橋樑。我們在工作中的任何一個成就，都會對國家的社會主義建設和社會主義改造事業發生積極的作用；我們在工作中的任何一個缺點和錯誤，都會直接、間接地影響生產和人民的生活，影響我們的社會主義事業。因此，充分地認識商業工作的重要性，把我們的一切熱情與革命積極性用在不斷加強與改進社會主義商業這項偉大事業上，這應當是從事商業工作的每一個人員對國家、對人民應有的責任。

爲了提高商業工作質量和改善經營管理，就必須努力不斷提高商業工作人員的政治水平和業務水平。商業工作人員在不斷提高自己的政治和業務水平的過程中，很好地學習蘇維埃商業的先進經驗有着極其重要的意義。因爲在蘇聯的社會主義經濟建設進程中，商業方面總結和積累了許多科學的原則和寶貴的經驗，實踐證明，這些原則和經驗，都是能够指導我國國營商業和合作社商業改進工作的。幾年以來，在我國國營商業和合作社商業的實踐中，除了運用蘇聯先進經驗外，也不斷地出現了很多自己的寶貴經驗。所有這些，都推動着我國社會主義商業經營管理的不斷發展和改進。

本學科正是蘇聯和我國社會主義商業在組織與技術上的經驗的概括和系統化，我們把它們作爲高等財經院校貿易經濟系的必修課程，作爲商業幹部業務學習的必修課程，是非常必要的。

商業組織與技術講義

第五講 批購業務的組織

一、進貨的來源和形式

正確組織進貨業務的意義：批發站執行兩種主要職能：一種是批購；另一種是批售。所謂批購是指批發站的進貨工作，其目的是為了買到在質量、數量和品種三方面都能滿足居民需要的商品。

正確組織批購工作是完成和超額完成批發站的批發商品流轉計劃及其所供應的各零售組織和企業的零售商品流轉計劃的先決條件，同時對零售商業網業務活動及服務質量的改進有極大的影響。

批購工作直接影響生產，促使其增加產量，擴大品種和改進質量，同時批發站用批購方法向地方吸收商品資源從而刺激地方工業的發展。

正確組織批購工作可以避免商品的積壓和脫銷，可以減少商品運動環節和里程，因而對資金週轉的加速、費用的降低和積累的增加都有很大的影響。

蘇聯集中商品基金的來源和進貨形式：蘇聯批發站的進貨來源根據產品計劃和使用的程序來分，可分為兩種：集中商品基金和非集中商品基金。

集中商品基金是指由國家統一分配和調節的商品。批發商業組織和企業根據蘇聯部長會議或加盟共和國部長會議或蘇聯貿易部，某些工業部門批准的分配計劃取得這些商品。集中商品基金的供應者主要是工業部門的企業和採購部門的企業此外，一些地方工業和工藝合作社也供應部分集中商品基金（用集中原料製成的產品）。

集中商品基金的進貨形式，根據進貨來源的特點和購貨時業務聯系的特點不同分為兩種：

(一) 由上級環節（總管理局或批發辦事處）與供應者所簽訂的合同而進行的批購。

(二) 由批發站在分配的集中商品基金範圍內，直接與供應者簽訂合同而進行的批購。

蘇聯非集中商品基金的來源和形式：非集中商品基金是指批發站本身獨立收購或自行加工的商品。非集中商品基金的供應者是地方工業、工藝合作社、殘廢者合作社、聯盟及加盟共和國所屬工廠的日用品車間（利用當地原料和生產廢料製成的商品），集體農莊和個體農民，非工業部（教育部、衛生部等）的生產企業以及批發站所屬的生產企業。

非集中商品基金的進貨形式分為三種：

(一) 向地方工業、工藝合作社等生產者進行直接收購的進貨形式。

(二) 本系統內部的進貨形式：這種進貨大部分來源是批發站收購的非集中商品基金，把多餘的部分送至本系統的其他批發站。

(三) 自行加工和委託加工的進貨形式。

除以上各種進貨形式外，還有一種進貨形式，就是直接或通過國營經紀辦事處向其他貿易機構以及向鐵路局、航務局和國家銀行的分行進貨。這種進貨並沒有吸引新的商品資源參加商品流轉，所以既不能把它列入集中的進貨形式，也不能把它列入非集中的進貨形式。在實際工作中稱為轉買。

我國國營商業進貨的來源和形式：國營商業的進貨來源根據生產性質的不同分為以下三方面

(一) 工業生產方面：包括國營工業，地方國營工業，國家資本主義工業，生產合作社及私營工業等。其中國營工業和地方國營工業是進貨的主要來源，在全部進貨中佔極大的比重。國家資本主義工業由於私營工業在廣大範圍內實行與全行業公私合營所以在國營批發商業的進貨中佔有一定的比重，至於生產合作社目前在進貨中比重還不大，但是在日益發展中。

(二) 農業生產方面：主要是社會主義性質的和半社會主義性質的農業生產合作社，還有極少數的互助組和個體農民。這部分貨源的組織

大部分是通過供銷合作社，因它們的機構在農村普遍設置，與農民有密切聯系。

(三) 國營商業的內部流轉方面：包括商業部系統和非商業部系統之間，商業部系統內各專業公司之間以及各專業公司上下級環節之間和同級業務環節之間的流轉。

(四) 其他方面：包括對市場的現購，國家的財政撥付和國外進口等。

國營商業的進貨來源根據國家控制的程度以及人民需要的不同分為兩類：

(一) 計劃商品：就是由商業部及各專業總公司在進銷兩方面從計劃上統一管理，統一平衡的商品。

計劃商品一般具有下列條件：在產、銷方面屬於全國性的；與國計民生有密切關係的；產銷數量大，在經營額中佔很大比重的；為人民所必需，在一定時期內供不應求的。

這些商品如果不由國家統一平衡，就會形成產銷上不正常現象。隨着國民經濟的發展，計劃商品的比重將會逐漸增加。

(二) 非計劃商品：就是由地方根據產銷情況和國家分配的資金自行組織採購的商品。這部分商品是比較零星的商品，在經營總額中佔的比重不大，但對發展地方生產和滿足人民需要具有重大意義。

國營批發商業的進貨形式有以下幾種：

(一) 統購：又稱計劃收購，即國家根據社會的需要，對某些與國計民生關係重大的產品，指定國營商業部門按國家規定的適當價格有計劃的進行長期的統一收購。其目的是為了保證人民需要及工業原料的供應。

統購是根據國家法令進行的。目前統購的商品有棉紗、棉布、糧食、棉花和油料。

(二) 加工、包銷和訂貨：這三種是商業部門向工業部門組織進貨的基本形式。

加工就是由國營商業與生產企業簽訂的合同，供給一部或全部原料，確定原料與成品的交換比率，委託其在一定時期內，按合同規定進

行生產，全部成品由國營商業收回，並按規定付給工繳費。

包銷分爲兩種：一種是全包銷；一種是部分包銷。全包銷是包銷一個工廠的全部產品，不許廠方自行出售。部分包銷就是包銷一個工廠的部分產品，其他未實行包銷的產品廠方可以自行出售。

訂貨就是批發環節根據需要向生產企業提出訂貨計劃，並根據計劃簽訂訂貨合同，生產企業按照合同規定商品名稱、數量、規格和質量進行生產，按期交貨。

（三）預購：預購主要是對某些農牧產品，根據具體情況預付一部分定金或不預付定金（信用預購），到期收回產品。採用預購方式在某些國營商業部門中佔很重要地位。

（四）採購：就是指批發商業臨時在市場上進行現購的進貨形式。這種進貨在批發商業中所佔比重極小，大部分是零星商品和次要商品。

動員地方資源的意義：動員地方商品資源可以刺激地方工農業發展居民所需要的商品生產，促進商品種類構成的改善和商業積累的提高。同時，動員地方商品資源對批發站商品流轉計劃的完成和超額完成有很重大的意義，雖然這部分商品在總流轉額中所佔比重不大，但是由於集中商品基金不能任意擴大，因而這部分貨源動員的情況對計劃的完成和積累的增加起着很大的作用。

蘇聯黨和政府對動員地方資源非常重視，在黨和政府的許多決議中都着重提出這個問題，在這些決議中責成加盟共和國和自治共和國的人民委員會廣泛開展地方工業和工藝合作社的生產活動；給予發展地方工業的具體計劃；責成地方機關採取必要措施，使地方工業產品接近聯盟工業的產品質量。在十九次黨代表大會關於第五個五年計劃的指示中，規定增加地方工業和工藝合作社產量約60%，其中主要是日用消費品，家庭用具和當地建築材料，並要大大的改進產品質量。

我國國營商業對動員地方商品資源中也非常重視，各地商業部門會採取各種措施：在政策思想方面如樹立擴大推銷地方國營工業產品的思想；對手工業品採取「就地取材，就地加工，就地供應」的方針；在進貨中貫徹先地方後區外的原則。在提高產品質量方面，國營商業與地方工業共同組織商品研究，組織產銷樣品展覽會和建立調撥員與工廠技術

員的通訊關係等。

我國黨和政府爲了保證地方工業的發展，在第一個五年計劃中將有計劃的發展地方工業列爲一個重要部分。到1957年的產值將達到301.6億元，佔全國工業總產值的56.3%。

二、對購買者需要的研究

研究購買者需要的意義：批發站最主要的任務就是充分的滿足居民經常增長的物質和文化需要。在社會主義制度下，由於人民文化水平和物質福利的不斷增長，他們的需求也是不斷變化的，要及時滿足他們的需要，必須隨時準確而精細的了解他們的需要，這樣，一方面根據了解的情況積極影響需求的形成以指導消費，另一方面把這些情況反映給工業部門以指導生產。同時，研究購買者的需要也是批發站組織商品流轉的先決條件，根據這些材料才能正確的組織貨源，編製計劃以及組織供應。由此可見，研究購買者需要的工作具有巨大的政治經濟意義，批發站必須把它作爲重要的職責。

批發站研究購買者的需要與零售商業不同，零售商業只研究居民需要，批發站不僅研究居民需要，而且更重要的是研究批購者零售商業組織和企業的需要。

對購買者需要的研究，由於批發站雖是直接供應零售機構，但間接的是供應居民，所以批發站首先必須對本區的經濟情況、居民數量、成份、購買總額以及供應資源等進行系統的研究，這些材料研究的結果，可以確定每類商品的流轉額，但由於購買者的需要經常在發生變化，因此更重要的還必須在日常業務活動中進行具體的研究，這種研究是分兩方面進行的。

研究批購者需要的方法

（一）統計和分析倉庫中存貨的動態：這種方法是根據倉庫的商品動態卡片及直運發貨的統計材料，在卡片上反映着每種（按品種、編號、尺寸、顏色式樣等區分）商品的每日動態（進貨和出售）和每日存貨量。分析商品的動態可以找出這些商品存留時間的長短，暢銷或滯銷的原因。這種方法適合於流轉較快的商品。

(二) 統計和分析申購單、定貨單以及詢問的材料：對零售部門提出的申購單和定貨單以及購買者詢問的資料進行研究，可以看出需要的變化情況，購買者對新舊商品的態度和要求，將這些材料與存貨動態的材料加以對照，能更進一步證實變化的原因。

(三) 統計和分析批購者未得到滿足的需求：凡是在收到書面和電話要貨的時候以及在購買者代表親自選貨的時候，如果缺少某種商品，即將其名稱登記在缺貨卡片上，同時應編製這種貨的申購單。如果購買者對商品的質量有意見和建議，應記在意見登記簿中，並將重要意見和建議送給供應者，使其改進產品質量。

(四) 統計和分析批購者拒買和退貨的原因：這種統計也在出售中進行，用卡片詳細記明拒買原因退回原因，這樣可以防止這些問題再度發生，確定在此問題上有過失的人員。

(五) 舉辦研究品種和需求的座談會：在編製進貨計劃和準備與供應者簽訂合同時或準備季節性的進貨時，批發站應召開這種座談會，在會上可邀請購買者和供應者的代表參加，並舉行商品式樣展覽，將徵得的意見加以分析研究，可以看出購買者需要的情況，使編製計劃更為精確。

我國二級站對市縣公司需要的研究方法，主要是利用進銷存卡片，要貨計劃、營業員座談會和商業通訊網等，其中以商業通訊網和營業員座談會收效較大。目前研究批購者需要的經驗還不多，還需要加強對這方面的研究。

通過以上方法只能了解批購者需要，還不能全面了解居民的需要，由於批購者往往憑主觀或片面的認識而作出結論，因此，為了使從批購者得來的材料更精確，迅速反映需要變化，一方面批發站要幫助零售部門去研究居民需要（如指導零售企業選擇必要的表格；介紹調查和統計的方法；指導其如何整理消費需要的統計材料）。另一方面還要直接去研究居民的需要。

研究居民需要的方法

(一) 通過商品監督網和通訊網進行研究：監督網通常設在國營商業的大商店中，它的任務是研究消費者需要，監督產品質量，參加草擬

預約申購和定貨的工作。監督人員可委託熟練的售貨員擔任，他們負責把情況定期反映給批發站。

商品通訊網是由商店的售貨員和批發站的商品員共同組成，零售的售貨員調查當地市場需要並把這些材料送交批發站。

商品通訊網在我國運用中，收到了顯着的成效，實踐證明，這種方法兼有研究市縣公司需要和居民需要的兩種作用。同時通訊網不僅反映臨時需要，而且能有計劃的在一定時期專門研究幾種商品需求的變化規律。

(二) 通過批發站的代表到零售網中進行調查研究：批發站經常派代表到各商店進行調查，取得有關需求情況的資料。

(三) 研究零售商業組織提供的研究消費者需要的各種綜合和原始材料：批發站與零售商業組織訂立供應資料的專門合同，以便及時取得這些材料，這些材料提供直接研究消費者需要的最豐富的內容。

(四) 組織商品式樣展覽會：這種方法適用於新商品或即將生產的商品，對這些商品的意見的收集分析，可以看出消費者對這些商品的態度。同時這種展覽會還可起到宣傳作用。

(五) 搜集居民定製商品的材料：在縫紉店和作坊中，搜集居民定做的服裝、內衣、鞋、帽等的式樣，可以分析出居民對這些商品需求的變化和要求。

我國二級站對居民需要的研究，自53年以來有了比較迅速的開展。主要的方法有：訪問機關廠礦的職員、工人和學校學生；訪問農民；召開各階層消費者的座談會，商品展覽會以及到商店進行調查等。

通過以上各種方法的研究，把所得資料加以系統整理和分析，可以作為編製進貨計劃和簽訂合同的根據。

三、對進貨來源的研究

研究進貨來源的意義和目的：批發站的供應者是各種生產企業，由於生產的專業化，他們的生產範圍比較狹窄，批發站為了取得廣泛的商品種類，必須和他們建立聯系並深入研究他們的生產情況。只有在經常研究進貨來源的基礎上，才能增開貨源、擴充品種和提高進貨的質量。

同時這種研究可以使批發站擴大供應者範圍，動員地方商品資源，刺激地方工業的發展。

研究的方法：對進貨來源的研究是從兩方面進行的。

（一）以每類商品為單位進行研究：為了刺激地方工業的發展，批發站必須細心研究本省生產的商品種類。其方法如下：

（1）編製本省所生產的各種商品目錄：編製這種目錄，可以了解在出售的各種商品中的那些是本地生產，能生產多少，這些材料加以分析，可以確定某些商品生產不足，可以增產，或者生產有餘，可以輸出。

（2）編製本省輸出和輸入的商品目錄：編製本省輸出和輸入的商品數量和種類，加以分析，可以看出當地生產不足與多餘的原因。這種原因可能是省內一些邊遠地區接近鄰省的推銷市場而受其吸引。可能由於本省生產的商品不合於居民需要，必須把某些產品輸出一部分，以便輸入一部分來補充本省品種的不足。應採取措施，從擴大生產來改訂省內的商品品種，減少省外輸入的現象。

（3）編本省尚未生產但可能生產的產品目錄：批發站應熟習本省地理環境和天然資源，研究利用這些資源的方法，將這些方法建議地方工業幫助他們改進生產。還必須了解本省工藝的發展史，設法恢復已荒廢的工藝。同時還應將這些建議提供給省商業局，計劃機關和地方工業及工藝合作社的管理機關。

（二）以供應者為單位進行研究：研究的目的是在於：一方面了解供應者的供應能力，有無增加供應的可能性，以便盡量發揮它們的潛力來促進生產。另一方面還要發掘和登記那些沒有和批發站發生聯系的供應者，以他們與現有供應者的條件進行比較，設法使他們為批發站服務。研究的方法如下：

（1）卡片統計法：分為兩種形式：

商品卡片：在卡片上，除記載商品品名外，還要指出商品的供應者和可能的供應者。

供應者卡片：在卡片上要記載供應者的名稱、地址、商品品種、銷售條件（結算方法、供應日期、收貨地點等）。還要說明：供應者生產的範圍和數量，履行合同義務的可靠程度。