

364.4

559.41

5

侯哲葵著

消費合作經營論

上海太平洋書店印行

侯哲莽 著

消費合作經營論

上海太平洋書店印行

消費合作經營論

一九二二付印
五三出版

【全一冊定價九角郵費七分】

侯哲荃著

版權不
所翻印

上海白克路北河路十六號
太平洋書店出版發行
上海帖嶺路餘慶里一弄
太平洋印刷公司代印

總發行所 上海太平洋書店

批發部 上海白克路北河路十六號

門售部 上海四馬路一二四一五

分售處

各埠 中華書局
武昌 太平洋書店
天津 太平洋書店
長沙 長沙圖書局
各埠 各大書坊

消費合作經營論

自序

合作運動，從產生起到現在，雖然不過百年光景，然而牠的勢力，已是足以驚人丁。

試一翻閱歐西各國的合作記載，便可以證實牠的力量。英國現有五百萬社員，三分之一的人口，仰給於合作社。德國有八千多合作社。丹麥可以說是合作國，依人口計算，社員占世界各國最高比例。革命後的俄國，全賴合作組織的助力。其餘各國，亦莫不有顯著的成績。

合作運動爲什麼在此短時期中，有這樣偉大的成績誰也知道，這是因爲牠的目的，是要爲民衆解除痛苦；牠的方式，最便一班人經營；牠的功用，確能收得實在效果。所以世界上所有痛苦的人們，祇要知道牠的，便集合同志去實行。那麼這種事業，當然不要許多時候、就可以轟動全世界了。

我國在十年前，曾經有過熱烈的宣傳（平民學社），中間接着七八年的沉寂，現在要算有些轉機了。但是這種轉機之來，不見得就是合作運動的好現象，因爲沒有方法去應付這種轉機，也就沒有力量去使這種轉機繼續存在着，那麼又將煙消雲散了。

合作運動的類別有消費合作，生產合作及信用合作之分，但就理論上講來，應當從消費合作做起，生產，信用，都以附屬於消費合作爲得體。（見拙著合作主義原論，太平洋書店出版）同時，卽就事實上言，如果民衆自動的組織，也祇能以消費合作社爲起點。因此，消費合作的重要，下可與其他方式同日語了。尤其是在此合作運動的復興期中，更應當切實使消費合作有顯著的發展。

消費合作的發展，系於牠的經營上。如果經營不得其法，結果一定失敗。一個合作社失敗，不僅影響牠的本身，而且會減少社會上的信仰，反轉來說，如果有一個合作社成功，其他的合作社也就會風起雲湧了。因此，消費

合作的經營，着實十二分的重要。

在很久以前，我就想寫一本關於經營消費合作的書，卒因事忙未果。去年冬，抽出半個月的晚上，把牠寫成，隨即付梓。中間潦草的地方很多，祇好俟再版時修正。這是要請閱者原諒的。

十九年二月序於上海

合作主義之理論與實際

侯哲葺著 定價六角

我們要解救生活上的痛苦，推進社會的正義道德，及建設和平博愛的社會，就不可不從事合作運動；欲以聯合合作的理論，合作運動之歷史上的成績及其目前的趨勢，就不可不讀此書。

上海太平洋書店印行

合作主義原論

侯哲堃著 定價四角五分

社會是動的，而且是變的，是一步一步地進化的。要不違反這種原則來從事改良社會的運動，就只有合作主義是最適宜的。本書將合作主義的理論的基本問題，敘說得極其詳盡。確是研究合作的理論的唯一好書。

上海太平洋書店出版

歐洲合作事業之回顧第一編

合作銀行

C. R. FAY 著 許天虹譯 定價六角

本書是歐洲初期合作運動的實錄。在我國的合作運動正在萌芽滋長的目前，本書確能給我們不少的借鑒資料。

上海太平洋書店印行

經濟學史

小川市太郎著

李 祥 譯

全一冊 定價大洋九角

本書分經濟學史爲古代，中世，近代，最近代四時期。對於前三時期的經濟學說，只以簡單的方式略述其起原演進及其

當時實際生活的相互影響等；至最近代農學派以後，則分別思想系統的派別，詳詳細細的說了個明白。這確是目前研究經濟學的人不可不讀而又不易看到的名著。

上海太平洋書店印行

歌40—30,7,18.

婦女問題講話

高基聖郭眞譯 定價一元

婦女問題不單是婦女謀脫去男子的寄生
的懸屬的問題，而是一民族全人類的種
之根幹問題，是和國家及人類的進化發
展相關的大問題。所以在道義時期，
雖是何等值得研究而必須替爲解決的一
個問題啊！本書專以一般的常識和通俗
爲宗旨，內容極爲完備，確是一部不易
見到的好書。

上海太平洋書店印行

消費合作經營論

目錄

第一章 消費合作的意義……………一

合作的觀念——合作的範疇——其他的幾個重要

條件——消費是基本的經濟行為——消費者是全社

會——消費者原有權威的消失——消費者的痛苦及

其出路——消費合作的定義

第二章 消費合作的功用……………101

從個人方面觀察——貨品真實——免去小秤小斗的

弊病——儲蓄金錢第一個好方法——從社會方面觀

察——可以實現和平博愛的社會——整理交易制度增

加國民龍率減少消費者的負擔——使經濟界安定

——推進社會的正義與道德——結語

第三章

消費合作社的組織

三

第一節

發起

三

發起的重要——發起動機——發起人的資格——

發起的方法

第二節

徵求社員

三〇

社員人數——社員資格——金威廉的入社條件——

勞動階級和失業勞動者——道德的條件和經濟的條

件——合併的知識

第三節

籌備工作

籌備會——起草章程——請求註冊——擇定地點——

調查社員消費——擬定計畫書

第四節

社股

社股與資金集合——社股與社債及借款——社股與

公司股份——社股的種類——退資社股——可轉讓社

股——董事會對社股之權威——社股面額及其繳納

方法——社股上之責任

第五節

職員

職員的意義——社務委員的資格——任期——報酬

三

——理事的職權——監事的職權——經理及其他僱員
——經理的職務

第六節

會議

六

會議的機能——社員大會——理事會——監事會——

教育委員會

第四章

消費合作社的經營

八

第一節

業務分配

七

業務分配與合作社的範圍——總務部的職權及辦事

手續——進貨部的職權及辦事手續——會計部及其

辦事手續——營業部及其辦事手續——組織系統表

第二節

社內佈置

九

第三節

進貨

社內佈置的重要——公事室的意義——公事室的佈置——位置——器具——貨品之陳列——廣告之應用——窗櫺陳列的條件——色彩的調查——社內的陳列

進貨的重要——進貨九知——貨物的來源——進貨的預備——審定工本及成色——選擇款式顏色與大小——確定貨價及交貨——議定條件及折扣——貨物的盤存——貨物的保管

第四節

售貨

售貨與普通商店之區別——售價的標準——現金制度——售與公眾——購貨的記數