

于樹德著

消費合作社之理論與實際

上海中華書局印行



于樹德著

消費合作社之理論與實際

上海中華書局印行

民國二十一年十一月印刷
民國二十一年十一月發行



◎ 消費合作社之理論與實際 (全一冊)
定價 銀 七 角

(外埠另加郵匯費)

著 者 于 樹 德

發 行 者 中華書局有限公司

代表人 陸 費 達

印 刷 者 上海靜安寺路 中華書局印刷所

總發行所 上海福州路 中華書局

分發行所 中華書局

北平天津張家口石家莊保定
濟南青島太原開封鄭州西安蘭州
成都重慶長沙常德衡州漢口南昌
九江安慶蕪湖南京徐州杭州溫州
福州廈門廣州汕頭潮州雲南
瀋陽吉林煙台香港新加坡

例言

消費合作社這種組織，我國現在正在萌芽時代，提倡者實行者已大有人在，但理論與實際兼顧之書籍則甚少。著者爰輯本書以應世，對於合作運動家及合作實行家或可供相當之參考。

民國十九年十月二十二日著者識於上海。

消費合作社之理論與實際目次

例言

第一編 消費合作社之理論·····	一
第一章 消費合作社之意義及其理想·····	一
第二章 消費合作社之利益·····	七
第三章 羅須特爾原則及莫斯科原則·····	一二
第四章 消費合作社之歷史·····	一七
一、英國消費合作社之歷史·····	一七
二、蘇俄消費合作社之歷史·····	二三
第五章 各國合作運動之成效·····	三一

第六章 國際合作運動及國際合作聯盟……………三六

第二編 消費合作社之經營……………四三

第一章 設立……………四三

一、發起……………四三

二、目的決定……………四五

三、名稱及事務所……………四七

四、營業範圍及區域……………四八

五、社務豫測……………四九

六、設立手續之完成……………五一

七、起草章程……………五三

第二章 社員……………五四

一、社員之資格	五四
二、入社	五七
三、退社	六〇
四、社員之權利義務	六三
第三章 社股	六六
一、資金及社股	六六
二、社股之報酬	六八
三、社股轉讓及社股限制	七〇
四、社股返還	七三
五、股證及股摺	七五
第四章 機關	七六
(一) 社員大會	七七

(甲) 社員大會之種類及召集	七七
(乙) 社員大會之開會及決議	八〇
二、執行委員會及監查委員會	八四
(甲) 執監委員之選任與解任	八五
(乙) 執監委員會之會議	八八
(丙) 執監委員會之權利義務	八九
三、輔助機關	九三
(甲) 使用人	九三
(乙) 教育委員會及各種特殊委員會	九四
第五章 業務	九五
一、業務上之組織	九五
二、業務上之布置	九九

三、進貨方法	一〇一
四、售貨方法	一〇四
(甲) 售價決定方法	一〇四
(乙) 現金販賣	一〇七
(丙) 對於一般公衆販賣	一〇九
五、自己生產	一二二
六、附屬業務	一二三
第六章 利益分配	一一五
第七章 計算	一二二
、業務年度	一二三
二、計算報告書	一二五
第八章 公積金	一二六

第九章 解散及清算·····一四一

一、解散·····一四一

二、清算·····一四四

第三編 消費合作社應用規程及書類·····一四九

第一章 應用規程·····一四九

一、消費合作社章程·····一四九

二、社員大會議事細則·····一六四

三、執行委員會會議規則·····一六七

四、監查委員會會議規則·····一六八

五、業務執行規則·····一六八

六、會計規則·····一七一

七、會計科目……………一七四

八、業務監察規則……………一七六

第二章 應用書類……………一七七

一、社員應用書類……………一七七

(甲) 入社願書……………一七八

(乙) 許可入社通知書……………一七九

(丙) 社員證……………一七九

(丁) 社員名簿……………一八〇

二、股分應用書類……………一八一

(甲) 股分證書……………一八二

(乙) 股息摺……………一八四

(丙) 股分轉讓請求書……………一八五

次

一、社員大會應用書類……………一八五

(甲) 召集大會通知書……………一八六

(乙) 代理權委託書……………一八七

(丙) 社員大會簽到簿……………一八八

(丁) 入場券……………一八九

(戊) 選舉票……………一九〇

四、業務上應用書類……………一九〇

(甲) 發票……………一九〇

(乙) 社員購貨簿……………一九一

(丙) 收入傳票及支付傳票……………一九二

(丁) 傳票簿……………一九四

(戊) 現金收支總單……………一九四

(己) 每週營業報告表·····	一九六
(庚) 每週貨品報告表·····	一九七
(壬) 盈餘分配收據簿·····	一九九

附 錄

- (一) 上海特別市消費合作社暫行通則
- (二) 河北省合作社暫行條例
- (三) 消費合作社模範章程

消費合作社之理論與實際

第一編 消費合作社之理論

第一章 消費合作社之意義及其理想

消費合作社，乃是消費者們——特別是立在消費的立場上之工人和農民——為謀其消費上之利益所組織之團體，由此團體批購消費用品或生產消費用品，依市價或比市價低廉之價，以售賣於其團體員，將來結算如有盈餘，除提出一部充公積金及謀社員共同福利之基金外，餘額仍按購買額之多寡退還給各該團體員。

從消費合作社表面上看，好像普通商店一樣，但是合作社之顧客，原則上只限於社員，縱令有時也對於普通人販賣，其目的乃在吸收社員普及合作社之宣傳並謀一般人消費上的利益，決不是對於一般人為營利的販賣。而且消費合作社是公開的，人人都可以入社，其貧苦無力繳納社股之人，合作社並設法使之入社，以謀合作利益之普及。

這種以販賣日用品爲業務之商店式的合作社，對於社會運動實有莫大的貢獻。這並不是誇大，我們知道，長江大河之發源，不過是涓涓細流，及至出三峽下龍門，就成爲洪水巨流了。就是現代之資本主義社會，當初也不過起源於掠奪和買賣，而今竟成爲支配全人類之社會制度了。

我們試分析現代資本主義的經濟組織，就可以發見現代資本家實有企業資本家（工業資本家）和商業資本家兩種。企業資本家乃在其企業組織內統攬從事於勞動之勞動者底膏血，而商業資本家則在商業組織內統攬消費者——特別是立在消費者之地位之農民和勞動者——之膏血。就是，前者在生產關係上剝削搾取，而後者則在消費關係上剝削搾取，兩者實相濟爲惡以完成資本主義制度。商人在現代社會組織中，實立在消費者和企業家之中間，改變形狀、變更品質、遷移位置、顛倒時間、整頓零售或零賣而整賣等，以擅其搾取之術而達其營利之目的。凡是消費者，不問男女老幼，每天都不能不繳納一定之貢賦，因此，以致貧者愈貧而貧富之懸隔也越加厲害了。所以一方面立於生產者地位之勞動者

奮起努力於團結運動以謀改造資本主義的生產組織，同時立於消費者地位之勞動者及購買力缺乏之社會層——農民、月給生活者及小資產階級等——不能不奮起努力於團結運動以謀改造資本主義的商業組織。

消費合作社之初步目的就是要想推翻這種商業制度而以自身之組織代替之。實在說，消費合作社本來之目的，並不單限於推翻現代商業制度，並且要想更進一步達到以自己生產供給自己消費，完全以自身之組織代替資本主義整個的制度。合作社之規模無論怎樣小，但在其小社會之範圍內乃是爲自己之消費而經營，其內部只有相互扶助，決沒有互相侵奪以及分配不均等現象。如果此種社會越擴大，社員越增加，其事業越擴張，則建設在新原理上之社會，必將逐漸蠶食資本主義社會，至其發展到達頂點，遂得取消資資本主義社會而代替之。

資本主義乃是相互鬭爭之社會，而消費合作社乃確立相互扶助之社會。現代資本家不但互相蠶食互相鬭爭，並且踏着無產階級以達其積儲金錢之目的。因此，社會上所釀成者

都是互相憎惡、不信任和猜疑了。於是社會上一切人類都忘却其真正生命而從事於互相傾軋，人類底墮落莫過於此了。在這種鬭爭的漩渦裏面，惟有消費合作社——其規模無論如何小——之內部，人人總是協同一致的，互相扶助的，決無互相排擠之現象。何以呢？在合作社裏面，其社員要想自己獲得利益，則必須謀求合作社全體之利益，社員既盡其力於合作社全體之利益，則自己也自然可以獲得其利益，要想超越其他社員而單獨取得利益，這是不可能底。所以合作社社員，不能不協同一致，不能不相互扶助。在這種社會裏面所釀成者只有親愛、信賴和人類之和諧，由此人類生活纔能向上，纔能回復其真正之生命。

消費合作社實為現代資本主義沙漠中之沃壤。在這種沃壤中所生長之草木，具有偉大之根株和種子，或擴張其根株以拓展其沃壤，或飛散其種子以造成新沃野，總要把該沙漠全帶都變成沃土然後已。股分公司是閉鎖的排他的，而消費合作社則為絕對開放的，具有無限發展性。不但合作社之社員無不希望光大其理想於全社會，就是實際上，合作社社員越增加，其可得經營之事業也越擴大，合作社之能率也越能實現。總之，排擠傾軋乃資本主