

消費合作經營論

吳藻溪 著

農村合作叢書

消費合作經營論

版權所有・嚴禁翻印

著 作 者 吳 藻 溪

社址：重慶曹家巷五十七號
發 行 者 農 村 科 學 出 版 社
電話：一 二 四 九 號

經 售 處 全 國 各 大 書 局

定 價 每 冊 八 角
(外埠郵寄費另加)

中華民國二十九年七月十二日初版

~~消費合作經營論~~

目 次

第一章 消費合作社的特質

第一節 消費合作社的種類

第二節 消費合作的必然性

第二章 消費合作社的經營

第一節 序說

第二節 經銷品的種類及其選擇

第一目 經銷品的種類

第二目 購買品的選擇

第三節 商品的購買

第一目 購買數量的決定

第二目 購買數量的大小

第三目 購買的方式

第四目 購買商品的時期

第五目 品質的鑒別

(2) 消費合作經營論

第六目 計算商品價格的方法

第七目 進貨付價的方法

第四節 購買地點的選擇

第一目 購買地點

第二目 購買地點的調查

第五節 分配方法

第六節 決定賣價的方法

第一目 決定賣價的三個主義

第二目 消費合作社的攤還或特別紅利

第三目 決定賣價及攤還金時應有的注意

第七節 進貨付價的方法

第一目 現賣和賒賣

第二目 賒賣期間

第三目 賒賣限度

第四目 現賣的獎勵

第五目 賒賣程度表及其關係文件的應用和程式

第八節 澈底的合夥教育

第九節 存貨整理

第十節 消費合作社的加工及生產

第一目 消費合作社的加工及生產

第二目 加工及生產之必要

第三目 消費合作社加工生產的必要條件

第三章 消費合作社和商人

消費合作社經營論

第一章 消費合作社的特質

第一節 消費合作社的種類

勞動者，農民，及一般中小產者，爲了廢棄商人的中間榨取，擁護消費者的生活起見，組織合作社，直接向生產者大批購買產業或經濟上所必需的物品，加工或不加工，賣給社員，這就是消費合作社。

消費合作社可以分爲兩種。第一種是以大批購買社員在生產上所必需的各種材料，加工或不加工，賣給社員爲主要目的的消費合作社；歐美各國叫做原料合作社，日本叫做原料購買組合。第二種是以大批購買社員在日常經濟上所必需的各種物品，加工或不加工，賣給社員爲主要目的的消費合作社；歐美各國叫做消費者合作社或消費合作社，日本叫做消費購買組合。中國的合作事業，還沒有充分分化到這樣的程度，一般人對於消費合作社，只有一側籠統的概念，不知道有所謂原料合作社和消費合作社的區別；但我們爲了學術

(2) 消費合作經營論

研究上的便利，未嘗不可以把前者叫做原料消費合作社，後者叫做一般消費合作社。

原料消費合作社的目的，在於使社員能夠在工業生產或農業生產方面，充分利用各種物美價廉的材料，藉以減少生產費，擴大生產效果，增加社員的所得——純益。

一般消費合作社的目的，在於減低社員的所得的消費額，使社員的所得發生剩餘，藉以安定社員的生活基礎。

所以前者的目的，是積極增加社員的所得；後者的目的，是消極限定社員的所得的消費額，使社員的一定的所得可以發生剩餘。但二者的最後目的，却是一致——都是爲着廢棄商人的中間榨取，造成自己在產業或經濟上的餘裕。

各種消費合作社對於社員的利益，並不一致。身爲農業經營主或工業經營主的社員，無論從原料消費合作社或一般消費合作社裏面，都可以得到很大的利益；而身爲勞動者或俸給生活者的社員，却只能得到一般消費合作社的利益。

第二節 消費合作的必然性

勞動者，農民，及一般小產者，在購買他們所必需的各種原料或生活必需品時，往往處於不利的地位。這些不利

的事實，就形成了消費合作的必然性。

爲便於考察起見，照原料消費合作社和一般消費合作社的區別，依次加以說明：

A 勞動者農民及一般中小產者購買原料時的不利：

1. 勞動者農民及一般中小產者，用不了很多的原料，而購買原料時所費的手續費及運費，并不因購買數額的減少而減少。於是他們在購買原料的時候，要比大資本家支出更多的代價。
2. 勞動者農民及一般中小產者，大抵沒有充裕的資金，購買原料的時候，不能不賒欠一部或全部的帳款。賣主賒賬時估定商品的價格，一要估量由賒賬至收賬期間應得的利息，二要估量呆賬損失，三要估量流動資產固定化對於他自己的損失，不能不儘量提高商品的價格。至於奸狡的商人，更要趁着賒賬的機會，推銷品質惡劣的商品。於是，賒賬的勞動者農民及一般中小產者，除了在商品的價格上吃虧而外，還要在商品的質量上吃虧。
3. 勞動者農民及一般中小產者購買原料的數額，既然不

(4) 消費合作經營論

多，更談不到原料品質鑑定或成分分析，因而所買的原料在生產中究竟能夠發生多大的效用，也有疑問。

B 勞動者農民及一般中小產者購買生活必需品時的不利：

1. 購買原料時所發生的不利的事實，在購買生活必需品時，當然也要發生。
2. 物價隨經濟界的變動為轉移，漲落沒有一定。勞動者農民及一般中小產者，多半是向着零賣商人購買生活必需品。這些商人，在物價高漲的時候，立刻就要加價，而在物價低落的時候，並不減價。於是，勞動者農民及一般中小產者，只能受到物價高漲的損失，不能受到物價低落的利益。
3. 蔬菜及果實一類的食品，很容易腐敗。牠們的價格，不會怎麼高漲。遇着應時蔬菜或果實上市的時候，本來可以一次多買一點，藉以減低購買時所費的手續費及運費。但勞動者農民及一般中小產者的家眷，大抵很少，買得太多了，一時消費不完，便非腐敗不可。於是，這一類價格低價廉的食品，他們也沒有方法充分利用。

以上是勞動者農民及一般中小產者購買原料或生活必需品時一定要發生的最重要的不利的事實。除此而外，當然還有許多不利的事實，不必詳說。

在上述事實之下，勞動者和農民及一般中小產者聯合起來，組織原料消費合作社或一般消費合作社，用團體的力量，廢棄商人的中間榨取，擁護消費者的生活，便成為自然的必然的要求了。

第二章 消費合作社的經營

第一節 序說

消費合作社可以分為原料消費合作社和一般消費合作社兩種，已經在上一節談過了。兩者的經營，當然有相當的差異。研究消費合作社的經營以前，必須明瞭這一點，然後進而考察下列的各項；

1. 經銷品的種類及其選擇。
2. 購買的方法。
3. 購買地的選擇。
4. 分配的方法。

(6) 消費合作經營論

5. 決定賣價及徵收代價的方法。

6. 向社員的家眷——尤其主婦施行合作宣傳的方法。

第二節 經銷品的種類及其選擇

第一目 經銷品的種類

消費合作社以供給價廉物美的日用品，農工業生產上必要的原料於社員為目的，對於經銷品的種類，當然要加以選擇。

在消費合作社的理事，對於消費合作社的業務，沒有充分經驗，或消費合作社的社員，對於消費合作社，沒有充分信仰的時候，消費合作社的經銷品，應以對於消費合作社沒有多大的危險，及對於消費合作社的社員，有充分的便宜為必要條件；物品的種類，愈少愈好。開始在農村設立消費合作社時，尤須儘量減少經銷品的種類，以免引起地方商人的反感。

但在相反的形勢之下，消費合作社的理事既有充分的經驗，消費合作社的社員又有充分的信仰，則消費合作社的經銷品，在種類方面，不妨盡量增加。地方商人發生反感與否，可以置之不問。

消費合作社經銷的物品不很充足的時分，一般社員，只能從消費合作社買得一部分的原料或日用品，消費合作社不經銷的原料或日用品，除了到其他的商店去購買而外，沒有辦法。這個時候，其他的商店，一定要乘機漁利，抬高物價，使消費合作社的社員，除了感覺購買上的麻煩而外，還要受到物價上的損失。這對於消費合作社前途的妨害，是很大的。

反之，消費合作社經銷品，若過於衆多，又有下列的缺點：

1. 購買商品的方法，因商品種類而異，種類愈多，購買的方法，便愈複雜。無論經辦人的經驗如何富豐，能力如何優秀，總不免發生錯誤。
2. 品質鑑別：很難周到，往往有失敗的危險。
3. 記賬和整理，也不容易。
4. 經銷品的種類或數量愈多，則資金固定化的程度愈大，很容易陷於周轉不靈的境地。

以上是消費合作社經銷品的種類過於衆多時的主要缺點；但世間並沒有絕對的利害，物品衆多，雖有上列缺點，同時也有下列優點：

(8) 消費合作經營論

1. 補救物品過少時發生的一切缺點；
2. 消費合作社和社員有非常密切的關係，消費合作社的經驗，隨着經銷品的衆多而增大，則社員充分利用消費合作社，藉以增加自己的消費生活上的利益，防止消費合作社發危險的可能性，亦必增大。

總之，消費合作社經銷品的種類，無論或多或少，都有相當的優點和缺點，斟酌利用，存乎其人，並沒有一定不移的鐵則。但在開始設立消費合作社的時候，總以經銷少數的物品爲原則。等到理事有充分的經驗，社員有強烈的信仰時，然後斟酌增加物品的種類，便不會有意外的危險了。

第二目 購買品的選擇

消費合作社的章程，對於應該購買那一些商品，照例有大略的規定。在實行選擇的時候，必須根據規定，同時遵守下列的原則——所購買的物品，必須適合消費合作社的目的。

原料消費合作社的購買品，必須適應社員的素能，能夠直接或間接推動社員所經營的事業的進步和發達。例如，農村的原料消費合作社應該選擇肥料，飼料，種子，幼苗，或農具等爲購買品。小工業都市的原料消費合作社應該選擇各

種工業材料爲購買品。一般消費合作社購買品的選擇，不能像原料消費合作社那樣簡單。第一要適應社員的需要。第二要顧到社員的家計及經濟能力；第三要促進消費合作社本身爲發展。購買商品的時候，既不可祇求銷售，不問銷出的商品於買者的家計及經濟能力是否有害；又不可全憑主觀上的好惡，不顧社員的實際需要。所以這種選擇，是很不容易的。

無論原料消費合作社或一般消費合作社，在選擇購買品的時候，除了以上各點而外，還要注意下列各點：

1. 尊重社員的習慣 近郊農村的社員，往往把自己的農產品運往都市售賣，順便帶回一些必要的原料或日用品。消費合作社在這種情形之下，應該——並且必須尊重社員的習慣，任他自由購買，凡是可以順便帶買的零碎原料或日用品，不必經辦，只經辦容積較大價格較高的大批的原料或日用品。
2. 購買時需要巨額資金而一時不能完全銷售的原料或日用品，不能輕易購買。
3. 經營方針，當因社址所在的地點及社員所屬的階級而

異。社址在都會，有都會經營的方針；在鄉村，有鄉村經營的方針；同是鄉村，而農村和漁村不同，漁村和山村各別。中產階級以下的社員較多，和中產階級以上的社員較多時的經營方針，更有很大的差別。經營原料消費合作社或一般消費合作社的人，對於這變方面，都應有充分的注意。

第三節 商品的購買

第一目 購買數量的決定

消費合作社售買某種物品以前，必須知道社員需要該種物品的數量。但這是一件很不很易的事情。普通所用的方法，都是根據長期的經驗或對全體社員的調查，推測一個大概的數目。換句話說，就是根據理事的估計和社員的定購，推測一個大概的數目。

A 根據理事的估計 原料消費合作社或一般消費合作社的理事，根據過去的事實，參酌社員的消費力，及其所經營的事業的分量，可以決定某種物品應該購買多少。但作這種估計的時候，必須注意下列兩點：

1. 除了購買品還沒有賣完，市場價格陡然發生變化，而

受到損失以外，在採辦方面，很少其他損失。

2. 所購買的商品，都是社員日常生活或事業經營上的必需品。

B 根據社員的定購 使社員報告他們自己對於某種物品的需要量，然後組合各個社員的報告，決定購買該種物品的總數。這是一種最麻煩的辦法，但對於原料消費合作社或一般消費合作社，却是非常安全的。

採用以上兩種辦法，都可以從實際上決定購買品的數量。只要在大體上不致於發生購買品不能銷售的毛病，無論用那一種辦法，都是可以的。

採用第一種辦法的時候，每次購買的數量不可太多，多了便有不能銷售的危險。要想避免這種危險，只有採用平均購買法。所謂平均購買法，就是把應該購買的物品，分作數期，次第購買的方法。都市的消費合作社，購買米，麵，酒，醋，醬油等物，及市場物價日益下落的時候，尤有應用這種方法之必要。

採用第二種方法的時候，必須對於各個社員的定貨額，加以相當的限制，必要的時候，並須對社員的產業狀態及生

(12) 消費合作經營論

活狀態，作精確的調查，然後按照社員的實際購買程度，決定購買量。不然，便要發生奢侈無度的社員，任意定購，陷家計於破產的地步，或購買力弱的社員，定貨不買的現象了。

第二目 購買數量的大小

商品的購買價格和購買數量，往往有正比例的關係。就運費而論，大量購買也要便宜些。所以在可能範圍以內，總以大量購買為好。

為便於參考起見，說明幾個關於商品數量的名詞如下

1. 總量，把商品的重量和包裝等的重量合計而得的總和，叫做總量。

$$\text{總量} = (\text{商品的重量}) + (\text{包裝等的重量})$$

2. 純量 由總量減去包皮，漏損（例如液體因蒸發或漏洩而發生的損失）及沙土木屑混雜物的重量而得的差數，叫做純量。

$$\text{純量} = \text{總量} - (\text{包皮} + \text{漏損} + \text{沙土木屑混雜物})$$

3. 正量 商品的純量，各有不同，雖同一種類的商品亦