

蘇聯的商業組織與技術



西列勃略可夫著 方德厚譯



中華書局出版

С. В. Серебряков
Организация и техника
советской торговли

蘇聯的商業組織與技術

上冊

方德厚譯

中華書局出版

* 版權所有 *

蘇聯的商業組織與技術 (全二冊)

◎ 上冊定價人民幣一圓二角五分

¥150.00

譯者：方德厚

原書名 Организация и техника
советской торговли

原作者 С. В. Серебряков

原書出版處 Госторгиздат

原書出版年份 1949年

出版者：中華書局股份有限公司

上海澳門路四七七號

印刷者：中華書局上海印刷廠

上海澳門路四七七號

發行者：中國圖書發行公司

北京錢糧胡同六十六號

編號：16093 (53, 演說, 25冊, 167頁, 221千字)

1953年6月初版 印數(滬)1-3,000

(上海市書刊出版業營業許可證出證二六號)

目次

導言.....

九

第一編 蘇維埃零售商業的組織與技術.....

二五

第一章 蘇維埃商業與商業企業的組織原則.....

二五

蘇維埃商業機構的組織原則.....

二五

商業企業與商業組織是蘇維埃商業的環節.....

三〇

發展蘇維埃商業底組織形式和技術的基本因素.....

三七

第二章 零售商業組織、它們的職責和結構.....

五〇

國營零售商業底基本組織形式.....

五〇

合作社零售商業組織底基本方式.....

五八

零售商業組織的職責.....

六二

商業組織中商業供應活動的性質.....

六六

商業組織生產活動的性質.....

六八

商業組織的計劃分析工作和業務經濟工作之相互聯繫.....

六九

管理的任務及原則·····	七五
管理機構的組織系統·····	八一
商業組織的機構的結構·····	八三
地方商業公司機構的結構·····	八六
工人供應處的組織結構·····	九〇
鄉村消費合作社的組織結構·····	九〇
管理處工作的組織·····	九二
公文來往·····	九五
在管理中利用圖表方法·····	九九
第三章 零售商業網的組織與分佈 ·····	一〇四
推廣商業網的任務·····	一〇四
零售商業網的種類·····	一〇六
商業網的貨物——分門專業化的方式·····	一一〇
專業化的條件·····	一一九
商業網的定型化·····	一二二
都市食品商店的基本類型·····	一三〇

城市工業品商店的基本類型	一三三
百貨商店	一三九
鄉村商業網的專業化與定型化的特徵	一四一
城區商業網分佈的原則	一四三
商店在市區的分佈	一四九
鄉村商業網的建設與分佈的特點	一五三
組織小零售網的特點	一五四
自動販賣機網發展的可能性	一五七
市集市場貿易	一五七
流動商業	一六〇
郵購貿易	一六二
第四章 商店的組織原則、結構與設備	一六四
組織商店工作的任務	一六四
商店的業務制度	一六六
商店的房屋及其相互聯繫	一七四
售貨員工作部位的種類及其佈置	一七七

店堂的佈置.....	一七九
輔助性房屋及行政用房屋的分佈.....	一八一
建造房屋時建築上與技術上的要求.....	一八三
計算商店面積的方法.....	一八三
固定的設備.....	一八七
度量衡的設備.....	一九〇
切割機及器具.....	一九九
出納的設備.....	二〇一
冷藏設備.....	二〇六
第五章 零售貿易中的廣告方法.....	二一八
蘇維埃商業廣告的任務.....	二一八
櫥窗的結構和設備.....	二二〇
櫥窗陳列的裝飾.....	二二三
外部廣告的方法.....	二二七
廣告事業的組織.....	二二八
第六章 勞動的組織.....	二三二

蘇維埃商業中勞動組織的任務·····	二二二
分工的方式和工作人員的基本種類·····	二三四
商店機構的組織·····	二三九
售貨員的勞動生產率及其計算法·····	二四二
決定售貨員勞動生產率水準的各種因素·····	二四四
提高勞動生產率的潛力·····	二四五
售貨員工作時間的結構與工作技術的研究·····	二五二
售貨員的勞動之定額化·····	二六〇
工資的形式·····	二六六
工作制度與工作條件·····	二六八
幹部的訓練與教育·····	二七〇
第七章 貨物品種的構成和消費需求的研究·····	二七四
零售商業機關在貨物品種的構成方面的任務·····	二七四
商店選擇貨物的原則·····	二七七
調節營業網中的貨物品種的方法·····	二八二
研究消費需求的任務·····	二八七

研究已實現的需求的方法.....	二九〇
研究未滿足的及正在形成中的需求之方法.....	二九四
需求的綜合研究法.....	二九六
第八章 組織對營業網的貨物供應.....	二九九
組織對營業網的貨物供應之原則.....	二九九
貨物的採購.....	三〇一
供應的方式.....	三〇五
供應的辦法.....	三〇八
商店的收買.....	三一—
商店中貨物的貯存及準備出售.....	三二三
第九章 售貨及爲顧客服務.....	三二七
對顧客的營業服務方式.....	三二七
在售貨過程中對顧客服務的技術.....	三三〇
根據定貨的售貨.....	三三四
額外的營業服務和生活服務的方式.....	三三五
對顧客服務的監察與監督.....	三三七

蘇聯的商業組織與技術 上冊

導言

在社會主義社會中，再生產是生產、交換、分配與消費諸過程底統一，而在此統一中，決定性的作用則屬於生產。但在一般的相互關係中，商品流通過程，並不是再生產底消極階段。一八九〇年十月二十七日恩格斯在其致康拉德·施米德的信中所作的指示，對於社會主義的商品流通可完全適用。

「歸根結蒂，——恩格斯寫道，——生產是具有決定性的。但產品的交易一與本義中的生產分開，就遵循其自身的運動；整個說來，這種運動由生產來支配，但在個別部份中，及在一般的相互依賴關係中，它（商業）却要遵循其本身的規律，這個規律是這個新因素的本質所固有的。這個運動有其本身的各個階段，並對於生產的進行，起一種反作用。」（一）

在蘇維埃經濟的條件下，社會主義生產品的流通，是作為有計劃的而組織起來的。

社會主義的計劃是蘇聯發展國民經濟的指導原則。社會生產品的有計劃分配，預先決定了商品流通的總量 and 結構，以及國民總濟中各種經濟聯繫的方式。

社會主義國家計劃着商品的生產和流通，組織商業機構，規定生產者與消費者之間必要的中間

環節底數目，決定大量商品在國內運動的合理途徑與方式。

社會主義社會中商品——貨幣關係的存在，就是說：生產領域中所製成的成品，只有經過流通的階段，才能進到消費的領域。

社會主義社會中商品——貨幣關係的發展，是依賴於變形的價值法則的作用的。社會主義國家自覺地運用價值法則來組織社會產品有計劃的生產和分配。

商品的銷售，就是要得到它的價值底貨幣代價。這適用於社會主義企業間的商品流通，也同樣適用於為個人消費用的商品底流通。

在社會主義社會中，執行組織商品流通的職責的機構是蘇維埃商業機構。

蘇維埃商業機構所擔任的任務，是保證擴展「……城市與鄉村間、區與區間、省與省間、國民經濟各部門間」商品底週轉。

在擴展商品週轉時，商業機構中的某些環節向生產者購買商品，把它直接賣給消費者，或賣給其他商業環節，以便再行銷售。

大部份商品並不是一下子就落到消費者手裏的。

商品由生產進到批發商業環節，而預定為個人消費用的大部份商品，則須經過蘇維埃商業底零售環節。

在商品經過蘇維埃商業機構各環節的運動過程中，發生流通各階段的變換。

商業機構各環節收購商品，再出售商品，這樣，就算是商品的變形作用，將商品的價值從商品的變為貨幣的。

當商品在其從生產者到消費者的途中而經過一些商業環節，特別是經過其批發與零售環節時，商品的變形作用，重複地發生着。商品的收購與出售，首先是在批發環節中實現的，嗣後是在蘇維埃商業零售環節中實現的。

在商品流通的領域內，同時也發生許多過程，它們是生產過程在流通中和適應流通的延續。

由生產中產出的商品，運到消費地點，進入商業企業，貯存起來，經過為銷售所必需的加工、分類、配成整套、分散等等。

社會主義商品流通領域與資本主義商業之間的一種原則上的區別，在於在社會主義經濟的條件之下，凡從商品價值變為貨幣價值起變化，悉與商品之實在移動有有機的聯系。蘇維埃商業沒有投機方式的交易，而在投機方式的商業中，售者獲得利潤，把對於商品的「名義上的主權」由這位資本家讓渡給另一位資本家，而商品本身則毫未移動。商業資本家所關心的，不是商品從生產到消費者的實在移動，而是從買賣的行為中獲得利潤。資本主義市場的無政府狀態，引起商品流通方面浪費的、帶有寄生性的環節繁多的現象。商品在達到消費者之前，要經過無數次的轉手。商品可能還堆在倉庫裏面，而證明對於這些商品的所有權的文件（所謂棧單），為了投機之故，可能已轉賣了無數次。

在社會主義經濟的條件下，商品流通階段的變換，與資本主義商業絕不相同，它不是由購買商品的資本在市場上的移動來決定的，而是由商品本身的移動來決定的，蘇維埃商業機構之建立，正是爲了要組織這種移動。

爲保證商品有計劃的從生產者達到消費者起見，蘇維埃商業組織與企業（批發的及零售的）就以實現商品買賣的蘇維埃商業機構底環節的姿態出現。

它們在國民經濟中的任務，是要在花費最少的社會必要勞動的條件下，符合國家規定的商品週轉計劃，使商品達到直接消費者的手中。

各商業環節間職責的劃分，是由國家根據有計劃地組織國民經濟中的經濟聯系，及合理地組成大量商品在國內移動的過程諸任務來規定的。

蘇維埃商業組織與商業企業，都是國民經濟的商業機構底組成部份和環節，在其規定的活動範圍內，得獨立地實現各種商業過程（商品的買賣）以完成國家計劃，並在經濟核算的基礎上來組織其商業業務活動。

蘇維埃商業和蘇維埃商業機構底有計劃的組織，使得對蘇維埃商業組織與商業企業底活動，有科學研究的可能；而蘇維埃商業機構之實現商品移動過程，是與商品實際移動的買賣行爲，有不能分割的關係的。

蘇維埃商業的個別環節以及整個商品移動機構底業務活動，是建築在科學基礎上面的。

資本家——企業家的目的是想利用市場行情，多做幾筆「有利的」交易，自不可能在其商業企業的活動上，打下切實的科學基礎。這種活動要服從資本主義市場的盲目性，要受資本主義經濟的普遍無政府狀態的影響。

只有在社會主義的國民經濟的條件下，各企業進行商業工作，是爲了實現國家所規定的從生產領域到消費領域的商品移動計劃，並使商業工作服從於這個任務，這才能建立科學的基礎以組織商業活動。

科學的組織蘇維埃商業企業，並不是要利用市場行情來獲得利潤，而是在國家計劃所規定的企業活動的範圍內，以最經濟的打算來組織商品的移動過程，商品的貯藏，銷售時的加工，並以高度的服務精神使商品達到消費者手裏。

利潤一如其他指標（商品移動費用的水平、資金週轉的速度等等），是商業組織與企業底活動的重要質量指標。但最高指標的獲得，歸根結蒂並非由所做的交易在行情上的「成功」來決定的，而是由有計劃地組織好的、在經濟上合算的業務制度來決定的，這一業務制度是建立在縝密的研究與盡量利用科學和技術底最新成就及先進經驗上面的。商業過程底合理組織需要蘇維埃商業企業的行動全盤協調，需要正確地運用各企業所有的人力與物力，需要建立與改進企業機構中各不同部份與各因素之間質的聯繫和量的勻稱，以期它的整個活動能達到最大的效率。

商業組織與企業爲了收貨、貯藏、加工及銷售起見，應有物質——技術的資料（房舍、設備、運

輸)，並對全體工作人員的勞動加以組織。

商業組織與企業的活動，建立在有機的聯繫上面，建立在商品的買賣業務和商品的貯藏、加工及準備出售等業務之互相配合上面，這些業務是生產過程在流通領域中的延續。

必須指出，在社會主義經濟的條件下，因為商品流通是有計劃組織的，所以，流通費用之一般水平，以及與價值形式之轉換有關的流通費用的比重，比資本主義商業中的要低得多。

蘇維埃商業中流通費用之最大部份及花費勞動的基本地方，是與生產過程的延續有連帶關係的。這些過程，因為是生產性的，故在基本上，要服從於生產領域中的各項過程所服從的那些規律。

商業中這些過程的特點，是這樣決定的：即它們的完成是在商品流通的條件下，並與商品的銷售手續有直接連帶的關係。例如零售商業網必須與居民十分接近，因此商業企業的範圍不能不弄得很小，商品貯藏及加工過程的範圍，也不能不受相當限制了。

同時，商品貯藏、搬移與加工等過程所具有的生產性，和它們在蘇維埃商業企業的一般工作中所佔的高度比重，展開廣泛的可能來運用社會主義工業在組織上與技術上的成就。

組織蘇維埃商業企業底科學基礎，由組織生產方面的科學成就而更加確定。蘇維埃商業企業組織問題底科學研究之可能與必要，使研究這項問題的專門科學課程有了存在與發展的基礎。這種課程就是蘇維埃商業的組織與技術。

在蘇維埃商業的組織與技術一科中所研究的，乃是作為國民經濟商業機構底環節並實行商業活動的蘇維埃商業組織與企業。

應該注意到在蘇維埃商業體系中，除了商業企業以外，還有大量別種企業——生產的（作坊、聯合工廠、原料加工處）、農業的（副業）、建築的等等。

此外，在商品週轉中，公共食品企業佔很大的一部份，這些企業把商業工作與廣泛發展的生產活動配合起來。

這些企業通常是和營業上的統一管理及商品移動緊密聯系着的。有時它們成為商業組織底一般業務中的組織部份。但它的活動的特殊性及組織的特種規律性，使得這些企業成為特種課程——工業企業的組織、農業企業的組織、公共食品企業的組織之研究對象。

因此，蘇維埃商業的組織與技術這一課程之研究商業組織與企業，是僅就它們在商品移動整個過程中所執行的基本職責範圍，即就它們的商業活動範圍來研究的。

在蘇維埃商業的組織與技術這一課程中，商業過程，不僅當作是商品的買賣過程來研究的，而且當作是與商品的實在移動、與生產過程在流通領域中的延續有連帶關係的勞動過程來研究的。

在商業過程中，也像在生產過程中一樣，需要對於在整個勞動過程中互相發生作用的人力的因素與物力的因素，作合理的配合與運用。

在商業企業中所完成的過程，具有一般勞動過程所特有的一切要素，即勞動的對象、勞動的資

料與勞動本身。

在商業工作人員看來，商品不僅是買賣的對象，而且也是勞動的對象。商品的搬運與加工需要使用勞動工具，包括各種機器在內。在商業過程中、工作人員底勞動之分工與合作，引起管理的必要。

因此，蘇維埃商業的組織與技術這一課程，是從經濟上最合式地使用物質、技術資料及勞動的角度來研究蘇維埃商業組織與企業及其商業活動。

必須指出：商業企業（商店、批發處）的活動，不能與統轄若干商業企業的商業組織（地區商業公司、營業所處）的活動分別開來研究。

商業組織及其所屬的商業企業，因共同的商業過程而結為一個整體。

商業組織之總機構購買商品，在自己的倉庫中組織商品的保管及部份的加工，並經過自己的商業企業網來銷售。只有個別規模最大、實行經濟核算的企業（特別是百貨公司）完成全部商業過程，從採購商品起到銷售商品為止。

因此，蘇維埃商業的組織與技術這一學科是在蘇維埃商業企業與組織的不可分割的聯系中，在統一中，來研究蘇維埃商業企業與組織的。

蘇維埃商業的組織與技術這一學科包括整個商業組織與企業的活動，同時並把自己的研究對象與別的學科（民法、蘇維埃商業統計、蘇維埃商業會計學、貨物學）劃分開來，這些學科在必要的