

蘇維埃商業統計

統計出版社

蘇維埃商業統計

Н. П. 吉捷利保羅著

張奔流等譯

統計出版社

1956年·北京

本書譯者

第 1、2、3、4 章 張奔流

第 5、6、8、10 章及附录 葛霖

第 7、9 章 陳育珍

Н. П. ТИТЕЛЬБАУМ

СТАТИСТИКА

СОВЕТСКОЙ ТОРГОВЛИ

ГОССТАТИЗДАТ, МОСКВА, 1955

蘇維埃商業統計

〔蘇〕Н. П. 吉捷利保德著

張奔流等譯

*

統計出版社出版

（北京復興門外三里河）

北京市書刊出版業營業許可証出字第 075 号

國家統計局印刷廠印刷

新華書店發行

*

書号：3006.51 • 787 × 1092 1/32 • 3 張印張 • 78,000 字

1956 年 10 月第 1 版

1956 年 10 月第 1 次印刷

印数：1—7,100

定价：（7）0.34 元

目 录

一、商品流轉的概念和商品流轉統計的任务·····	1
二、零售商品流轉統計·····	8
三、公共飲食業的商品流轉和产量統計·····	32
四、零售商品流轉（包括公共飲食業）的綜合統計·····	38
五、零售商品流轉报表的組織与檢查·····	43
六、农产品采購統計·····	47
七、集体农庄商業商品流轉統計·····	55
八、零售价格統計·····	62
九、流通費用和商業贏利統計·····	82
十、苏維埃商業物質基础統計·····	91
附 录 M·捷宁保穆：評吉捷利保穆著 “苏維埃商業統計”·····	109

一、商品流轉的概念和商品流轉統計的任務

物質資料生產是人類社會存在的基礎。生產出來的各種物質資料的總和就是社會產品。

社會產品是由兩部分構成的：一部分是供生產性消費的，即生產資料（機器和設備、原料、材料、燃料等等）；另一部分是供居民個人消費的，即消費品。

必須把工業和農業中創造出來的社會產品送到消費領域，即送到直接消費者手中。生產領域同消費領域的聯系，是藉助於社會產品的流通實現的。流通領域是社會生產過程的獨特部分，是單獨一個國民經濟部門。

在社會主義社會里，社會產品的流通是按照兩種形式進行的。生產資料的流通是按照分配形式進行的；社會主義經濟中的生產資料不是商品，因而它不出售，而按照國家計劃分配。消費品的流通是按照商品形式，即通過商品的買賣進行的。

蘇聯的商品流通稱為蘇維埃商業；這是特殊的商業形式，是沒有資本家參加的、只有社會主義社會才具有的商業。

社會主義制度下的商業，其使命就是保證居民得到人民消費品。

黨和政府過去和現在對於提高居民的物質和文化水平

一向都是关怀的。大力發展重工業，是增加國民經濟各部門（包括消費品生產部門）的生產、促進技術進步和巩固國防能力的基礎的基礎。

在工業化政策的基礎上取得的各項成就，使我國變為一個顯示了自己優越於其他任何一種社會制度的、實力雄厚的、工業和集體農業的獨立強國。社會主義永遠消除了失業現象，大大提高了蘇聯人民的物質狀況和文化水平。

為了使我國有更多的食品 and 工業品，黨和政府認為今後發展重工業仍是一項主要的任務，因為只有在重工業的基礎上，才能進一步發展整個國民經濟，其中包括農業、輕工業和食品工業。

為了在優先發展重工業的基礎上進一步滿足居民日益增長的需要，蘇共中央一月全會（1955年）提出下列一項極其重要的國民經濟任務：在最近五六年内使谷物總收穫量至少達到100億普特，肉類和各種油脂以及牛奶的產量，1960年較1954年將增加1倍，蛋類將增加1.2倍，各種羊毛將增加80%。

社會主義基本經濟規律的主要特點和要求是：用在高度技術基礎上使社會主義生產不斷增長和不斷完善的辦法，來保證最大限度地滿足整個社會經常增長的物質和文化的需要。黨和政府以社會主義基本經濟規律為依據，在優先發展重工業的基礎上來組織國民經濟各部門的高漲，以便保證居民得到必要數量的人民消費品。盡量擴大商品流轉，改進國營商業、合作社商業和集體農莊商業的組織，對於解決進一步增進工人、集體農莊莊員和知識分子的物質福利這項任務，具有重要的意義。

商品的銷售，即作為消費品的物質資料的銷售，叫作

商品流轉。

“社会主义制度下的商業，現在是而且今后長时期內仍將是社会主义社会成員間分配消費品的基本形式，劳动人民日益增長的个人需要，即通过这一形式來滿足。”^① 苏維埃商業的使命就是为社会主义社会服务，促進社会主义生產的發展和巩固，以及把社会主义生產同人民消費联系起來。另一方面，苏維埃商業是國营工業和集体農庄農業間的生產經濟联系总体系中的一个極其重要的環節。

社会主义制度下的商品流通根本不同于資本主義的商品流通。苏联的商品流通是为了保證最大限度地滿足苏联人民不斷增長的物質和文化需要，它是順利地有計劃地發展社会主义擴大再生產的必要条件。資本主義制度下的商業，其目的是追逐最大限度的利潤，並且是在激烈競爭的条件下進行的。

苏維埃商業有三种形式：（1）由國家組織和企業實現的國营商業；（2）由消費合作社和工藝合作社的組織和企業實現的合作社商業；（3）由各个集体農庄和集体農庄庄員實現的集体農庄商業。

商品流轉是由大量的个别商品买卖行为構成的。各种商品买卖行为的作用和意义是不同的。某些銷售是商品生產者直接同消費者發生联系的；在另一些場合下，先由商品生產者把商品賣給商業組織，然后再由商業組織把商品賣給消費者；最后，商品交易可能是在沒有生產者和消費者参加的商品流通領域內，在各商業組織之間實現的。

① “关于進一步發展苏維埃貿易的措施”，苏联部長會議和苏联共产党中央委員會 1953 年 10 月 23 日公布的決議，人民出版社版中譯本，第 1 頁。

買賣行為的多种多样，可以按照一定的标志加以分类，結果便分出許多种綜合的概括的商品流轉。

銷售的使命，是各种買賣行為的基本分类标志。

根据这一标志，形成兩種基本的商品流轉：（1）批發商品流轉，（2）零售商品流轉。

生產企業售給商業組織的商品，以及某些商業組織銷售給另一些商業組織用作進一步銷售的商品，叫作批發商品流轉。

商業組織直接售給消費者（主要是居民）的商品，以及售給各組織、机关和企業的事務用品，或售給組織、机关、企業（兒童保育机关、醫療机关、療養机关等等）所服務的人員的飲食用品，叫作零售商品流轉。

售給商業組織的商品，對批發商品流轉說來是很重要的。但不是售給商業組織的任何商品都是批發商品流轉，只有為了進一步銷售而銷售的商品才是批發商品流轉。如果售給商業組織的商品是商業組織的事務用品（取暖用燃料、照明用煤油等等），而不是為了進一步銷售的，那末這種商品銷售就是零售商品流轉。

另一方面，儘管這些商品是留作進一步銷售的，但也不是售給商業組織任何商品都是批發商品流轉。只有各組織和各企業（工業和商業的組織和企業）售給商業組織的商品才是批發商品流轉；個人售給商業組織的商品不是批發商品流轉。農產品採購也不是批發商品流轉。

批發商品流轉是流通領域內商品運動的第一階段；批發商品流轉的任務就在於保證零售商業的商品供應。零售商品流轉是商品運動的第二階段即最後的階段，這時，消

費品就結束商品流通而進入消費領域。

直到1953年年中，批發商業組織都是直接屬於工業管轄的。為了改進商業本身和提高工業對生產產品的責任，政府乃將輕工業和食品工業、肉乳工業和魚品工業的推銷組織移交給蘇聯商業部管轄。商業組織的這種變動，目的在於更好地為消費者的利益服務，經常考慮消費者的需求。

蘇聯商業部的各專業化批發管理總局：紡織品商業管理總局、服裝商業管理總局、靴鞋商業管理總局、食品雜貨商業管理總局、肉類油脂商業管理總局、魚品商業管理總局，以及在各處設有廣大批發站網的其他管理總局，是對商業組織進行各種主要人民消費品供應的主要批發商業系統。

除了批發商品流轉和零售商品流轉以外，還要把這兩種商品流轉：總商品流轉和純商品流轉區分開。

一定時期內的所有商品銷售額，即批發商品流轉和零售商品流轉的總額，叫作總商品流轉額。不难看出，總商品流轉額包括同一商品銷售的重复計算，因為所有的批發銷售都在零售商品流轉額中重复着。

沒有流轉額重复計算的最終銷售額，叫作純商品流轉額。因為總商品流轉額中的重复計算只是由於批發商品流轉額才發生的，所以從總商品流轉額中減去批發商品流轉額，就得出純商品流轉額；當然，純商品流轉額等於零售商品流轉額。

對個別商業系統來說，純商品流轉額和零售商品流轉額的概念是不一樣的。對個別商業系統來說，不僅零售商品流轉額是最終銷售，而且把商品批發給不是本系統的商

業組織（例如區消費合作社聯合社售給工人供應處和貿易公司的商品），也是最終銷售，因為在這種情形下，批發商品流轉額不在本系統的零售商品流轉額中重複。

現在我們用下面例子來說明某區總商品流轉額和純商品流轉額的計算：

商業組織名稱	銷 售 額 (單位：百萬盧布)			總 商 品 流 轉 額 (1+2+3)	純商品流轉額	
	售給工人 供應處的	售給消費 合作社的	售給居 民的		國民經濟 的(3)	各機關的 (3+1)
甲	1	2	3	4	5	6
貿易公司……………	—	—	150	150	150	150
工人供應處……………	—	—	30	30	30	30
區消費合作社聯合 社……………	10	200	20	430	220	230
村消費合作社……………	—	—	200			
總 計……………	10	200	400	610	400	410

區消費合作社聯合社售給工人供應處的商品，對消費合作社系統說來是最終流轉額，因而它包括在消費合作社系統的純商品流轉額中。但是這項銷售額以後在工人供應處的零售商品流轉額中又被重複計算，因此，在計算整個區的純商品流轉額時，不計算批售給工人供應處的商品。

總商品流轉額和純商品流轉額之比，表明流轉額重複計算的程度，而這一點又決定於商品所經過的不同環節的多少：商品經過的商業環節數越多，即商品的銷售次數越多，流轉額重複計算的次數就越多，從而總商品流轉額也就越大。這些指標的這種聯繫，使我們能夠按下列公式計算平均環節系數：

$$\text{环节系数} = \frac{\text{总商品流轉額}}{\text{純商品流轉額}}$$

在我們的例子中，环节系数为：

$$\text{整个区的环节系数} = \frac{610}{400} = 1.52$$

$$\text{消費合作社的环节系数} = \frac{430}{230} = 1.85$$

这就是說，整个区的商品平均銷售 1.52 次。

环节指标，对于研究商品流轉具有重要的意义。如果环节系数增大，这就証明商品在向消費者运送途中經過批發站和倉庫的次数太多，从而延緩商品流通。結果，商品損耗和流通費用就增加，利潤額減低，商業贏利下降。苏維埃商業的使命，就是進行最合理的商品移动，减少多余的环节。

苏維埃商業統計的任务就在于：保証各种說明苏維埃商業發展進程的有科学根据的可靠統計資料的收集、研究和分析。为了这些目的，統計学应研究一切形式和种类的商品流轉，价格体系，商品儲备，苏維埃商業的物質基礎及其質量指标（劳动生產率、流通費用、贏利等等）。

本書闡述苏維埃商業統計的以下几个基本問題：

1. 商品流轉的概念和商品流轉統計的任务，
2. 零售商品流轉統計，
3. 公共飲食業的商品流轉和產量統計，
4. 整个零售商品流轉（包括公共飲食業）的綜合統計，
5. 零售商品流轉报表的組織和檢查，
6. 農產品采購統計，
7. 集体農庄商業的商品流轉統計，

8. 零售價格統計,
9. 流通費用和商業贏利統計,
10. 蘇維埃商業的物質基礎統計。

二、零售商品流轉統計

零售商品流轉是蘇維埃商業統計的最重要指標。

零售商品流轉指標表明蘇聯人民的福利狀況。零售商品流轉額增大，意味着居民的商品購買量增加了，從而意味着居民的消費量提高了。根據各類商品的零售商品流轉構成資料，就可判斷居民的各种各样的需求，就可判斷商業機構充分滿足居民需要的程度。

擴大零售商品流轉，對於全國的貨幣流通也具有重大的意義。大家知道，商業收入要存到國家銀行的商業組織結算帳戶中；因而，零售商品流轉額增大，會巩固貨幣流通。

絕大部分的零售商品流轉額都是售給居民的商品。在零售商品流轉中主要有下列几种對居民的商品銷售：

(1) 零售網（商店、貨亭、各种運售貿易和負售貿易）和公共飲食企業銷售商品；

(2) 倉庫和採購站按農產品採購和收購方面以對購貿易方式進行的商品銷售；

(3) 服裝店和鞋店使用店方材料接受居民個人定貨而銷售衣服和靴鞋，服裝店和鞋店使用來料縫制衣服和靴鞋而得到的收入，以及各店修理衣服、靴鞋和家庭用品而得到的收入；

(4) 木材庫、燃料庫、采伐作業段銷售木材和燃料，以及銷售未伐樹木；

(5) 銷售預訂的報刊;

(6) 通過商業網和企業的物資技術供應倉庫銷售制服和工作服;

(7) 國營農場和農業副業直接銷售農產品、牲畜和家禽;

(8) 銷售房屋和別墅;

(9) 通過代銷商店銷售商品。

商業網和公共飲食企業的商品銷售，是在整個零售商品流轉額中占絕大部分的主要銷售。

零售給居民的絕大部分商品，其付款時間和顧客實際得到商品的時間是一致的。而銷售預訂的報刊，銷售制服等一類流轉，收到商品的時間和付款時間卻不一致；同時，訂購報刊是顧客先付款，以後收到商品，相反的，制服則是顧客先收到商品，以後分期付款。零售商品流轉額在任何情形下都不应当按照付款時間，而应当按照居民實際得到商品的時間進行計算。

為了使集體農莊和集體農莊莊員不必到市場上銷售自己的產品，全蘇消費合作社中央聯合社接受了集體農莊和集體農莊莊員的農產品代銷工作（按照協議價格銷售）。根據代銷原則進行的這項銷售，應當計算在全蘇消費合作社中央聯合社的零售商品流轉構成內，並且应当按照商品的全部銷售價值計算。

銷售給居民的商品，是商業網零售商品流轉的主要構成部分，但是不是唯一的構成部分。除了居民以外，在商業網購買商品的還有各團體、機關和企業；這種銷售實際上叫作小批發流轉。

如果各組織、機關和企業在商業網購買的商品是為了

非生產的需要，亦即不是为了加工，而是为了非生產性消費，那末，這項銷售就是商品流通領域內的最終銷售，因而這項銷售应当包括在零售商品流轉額內。

屬於各組織、机关和企業的非生產性需要范疇的，首先是供应社会文化机关（幼兒園、托兒所、医院、療養院、療養地、休養所）所照料的人員的食品；這項銷售的份額大約為小批發商品流轉總額的 $\frac{1}{3}$ 。

第二類屬於零售商品流轉的售給各組織、机关和企業的商品，是由非食用的事務用品構成的，如文具、辦公家具、掃帚、刷子等等。售給各組織、机关和企業事務用品的份額，也大約為小批發商品流轉總額的 $\frac{1}{3}$ 。

企業生產上需要的商品的銷售（售給縫紉廠和合作社的布疋、線、鈕釦，銷售建筑材料等等），屬於生產性消費領域的供应范疇，因此不应当計算在零售商品流轉的構成內。

第三類商品銷售是售給集体農庄商品。大家知道，國營工業和集体農庄的生產經濟联系是通过商品流轉實現的，因為上述的銷售是最終銷售，所以对集体農庄的一切銷售，其中包括生產用品的銷售，都应当包括在零售商品流轉中。售給集体農庄的商品的份額，也大約為小批發商品流轉總額的 $\frac{1}{3}$ ；同時，這項銷售的範圍和份額逐年增大。

為了防止把預定賣給居民的非食品市場基金胡亂卖掉，嚴格限制零售網把商品售給各机关、企業和組織。主要只銷售不能依靠專門的物資供应基金來保證各机关和企業需要的那些商品。

零售商品流轉不包括对各組織、机关和企業的下列各

种商品銷售：对商業組織的批發商品銷售；用于生產需要商品的銷售，建筑材料、木材和燃料的銷售（其中包括对房产管理处的銷售）；对学校的实用教材、教学用具和設備的銷售；对医療机关的葯品的銷售；对圖書館的書籍的銷售；对国营農場和副業的种子的銷售。

国家的和合作社的商品流轉有兩種：（甲）商業網的商品流轉；（乙）公共飲食業網的商品流轉。本章叙述商業網的零售商品流轉統計。

目前，零售商業是由各商業組織實現的：（甲）国营商業——苏联商業部，各工業部和运输部的工人供应处，苏联文化部（圖書商業網），邮电部（全苏报刊發行網），保健部（葯房網）；（乙）合作社商業——全苏消費合作社中央联合社（消費合作社）和全苏工藝合作社中央理事会（工藝合作社）。

零售商品流轉統計的重要指标体系是由下列各部分構成的：

1. 零售商品流轉總額，
2. 零售商品流轉的商品構成，
3. 商品儲備。

零售商品流轉總額是蘇維埃商業統計的最簡單的指标；它包括商業組織所售商品的賣錢額和售給各团体、机关、企業的商品的划撥結算額（通过国家銀行）。

每个商業企業定期地（城市和工人村每日一次，鄉村每周一次）向自己的基層商業組織（貿易公司、工人供应处、村消費合作社）提出商品貨幣报表，表式如下：

	盧布		盧布
1. 日初商品庫存.....		3. 每日商品支出總計.....	
2. 每日商品收入總計.....		其中:	
其中:		① 現款銷售額.....	
① 從事商業機構的		② 小批發銷售額.....	
倉庫.....		③ 償還本商業機構的	
② 從供貨者.....		倉庫.....	
③.....		④ 商品的賤價.....	
④.....		⑤.....	
⑤.....		⑥.....	
		4. 日終商品庫存.....	
收入 and 日初庫存總計...		支出 and 日終庫存總計.....	

必須將商品和貨幣的收支的一切憑証都附在商品貨幣報表上，基層組織的會計人員根據這些憑証進行商品和貨幣資金的動態計算。

企業的商品貨幣報表，是編制零售商品流轉和商品儲備的定期報表的原始文件。對於主要的商業組織（蘇聯商業部、全蘇消費合作社中央聯合社和工人供應處），規定了只有零售商品流轉總量（包括公共飲食業）一個指標的半月報；每月按下列三個指標編制一次報表，這三個指標就是：商業網的零售商品流轉額，單列一項的公共飲食業網的零售商品流轉額，全部零售商品流轉額。報表應列出從季初起的累計數，並要逐級報送：商業部系統的報送程序如下：貿易公司——商業廳——共和國商業部——蘇聯商業部；全蘇消費合作社中央聯合社系統的報送程序如下：村消費合作社——區消費合作社聯合社——省消費合作社聯合社——共和國消費合作社聯合社——全蘇消費合作社中央聯合社；各部的工人供應事業管理總局系統的報送程

序如下：工人供应处——工人供应事業管理总局，或工人供应处——工人供应事業管理局——工人供应事業管理总局。在商業組織的邮遞报表中，每季都要在季度零售商品流轉总额下面，把其中售給各組織、机关和企业的商品这一指标单独列报一次。

由于进行了必要的研究整理，零售商品流轉总额指标就可用来多方面地广泛地说明零售商品流轉的扩大情况。区零售商品流轉计划执行情况的综合报表（按各商業組織分列），应当根据报告資料按下列表式编制（单位：千盧布）：

商業組織名称	季度计划	季初的实际情况	完成的计划的%	去年同一时期的情况
貿易公司.....				
区消費合作社联合社.....				
工人供应处.....				
藥房.....				
書店.....				
· 等等				
全区合計.....				

这个表能够查明落后的組織，对这些組織应当采取保証无条件地完成核定计划的措施。为了确定商品流轉的发展速度，必須將报告期的零售商品流轉指标同去年同一时期的同类指标进行比较。

按照计划完成程度分类的分組法，对于分析零售商品流轉计划的完成情况具有重要的意义。現在我們就利用这种分組法來研究区消費合作社联合社的季度计划的完成情况（单位：千盧布，数字是假定的）：