

蘇聯的合作社

譯華桂戚 著夫托瓦

生 活 讀 書 新 知 三 聯 書 店 發 行

PDG

目次

引言	一
一九一七年以後合作社的發展	五
消費合作社	一四
集體農莊	四一
生產合作社	五四
戰時蘇聯的合作社	六四

引言

蘇聯的土地和生產手段都不是私有財產，它們是屬於人民的。蘇聯憲法上寫着：「土地、自然寶藏、海洋、森林、工廠、製造場、礦山、鐵路、水運和空運、銀行、郵政、電報電話、大規模國營農業企業（國營農莊、機器拖拉機站等）以及市營企業、城市中大部住宅、工業地段，都是國家財產，也就是說屬於全體人民的。」

第二次世界大戰前夜，成萬的大工業，一萬以上的農業企業，十萬零六千二百五十公里鐵路和水道，三十五萬商業機關都集中在蘇維埃國家手裏，所有這些企業和蘇聯整個經濟生活相同，都在單一的國家經濟計劃下經營和發展。

生產手段並非私有，國家計劃着國家的整個經濟生活，這就決定了蘇維埃社會的性質。蘇聯已經取消了人對人的剝削，禁止使用僱傭勞動營利。

全部生產服從一個目的，即服從人民的利益和福祉。由於大部企業屬於一個所有主——國家，國家就可能不顧利潤平均率的規律而進行生產，而我們知道，按照利潤平均率的規律，非營利的企業就無法存在。

蘇維埃國家的生產，可能完全不考慮利潤，只由社會的基本利益出發，去發展一些在開始受到虧損的生產部門。蘇維埃年代裏建設的馬奇耶夫加、馬格尼托戈爾斯克、庫茲涅茨和其他各地龐大的鋼鐵工廠，幾年間都是虧本經營的，但這不能阻止這些企業繼續存在和發展。這些企業在初期間雖然受到國家的津貼，但如果沒有它們的建立，蘇聯會變成了希特勒德國的易獲的獵物。

在蘇聯，不但生產而且商品的分配也服從人民的利益和福祉，大部出售的貨物屬於國家，這些貨物是國營企業的全部產和集體農莊產品的一部，後者是國家向集體農莊征收的賦稅或國營機器拖拉機站為集體農莊服務的支付代價。市場上一部分貨物是由合作社出售的，其中有是合作社所屬企業的產品，有是合作社由非合作社員的集體農民、個體農民和手工業者手中收買的，而這全部貨物都按照國家規定的價格出售。

「商業」一語，常被聯想到一個投機倒把的私商、經紀人、仲介人或投機家，但蘇聯

商業却完全不同。斯大林給蘇維埃商業所下的定義是：「蘇維埃商業是一種沒有大的或小的資本家的商業。……這是一種史未曾有的特殊形式的商業。」

社會主義工業和集體化農業形成了蘇維埃的商業基礎，這種商業不受市場的狂亂所支配，而是按計劃進行的。國家決定各種商業形式，批准零售或批發計劃，確定價格和使費。蘇維埃商業是不以營利爲目的，而是滿足人民的需要。這種制度把生產和消費聯繫起來，去刺激生產量的穩定的增長，而生產量的增長返轉來又刺激需求，於是便創造了人民的生活和文化水平繼續不斷改善的基礎。

現時蘇聯的商業是沿着三方面進行的：（一）國家商業機關，（二）合作社，（三）集體農莊。集體農莊商業和國營商業及合作社商業是有區別的，區別在於貨物的來源，在於價格和計劃的方法上。國營商業機關和合作社商業機關的貨物，百分之七十五以上是來自統一的國家來源，剩下的一部分是直接由生產者的集體農莊購來的，在另一方面集體農莊則出售自己的產品。集體農莊出售貨物時的價格，不是國家決定的，而是由市場形成的，市場又受國營商業和合作社商業的強有力的影響。集體農莊商業不是由國家直接計劃的，而是間接加以調整的，比如由國營商業機關和合作社商業機關以增加不足商品的供給等辦法加以調整。

在非組織化的市場上，可以看到個體農民和手工業者——人數雖然不多——在出售他們自己的產品。蘇聯憲法准許個體農民和手工業者的小私人經濟和優勢的社會主義經濟體系並存，個體農民和手工業者的私人經濟是以他們個人的勞動為基礎，而且無法對僱傭勞動加以剝削。這些勞動人民出賣自己的勞動產品，是和投機法中禁止私商不相抵觸。

國營商業體系在蘇聯商業中佔統治地位。一九三八年國營商業的零售額達九百七十七億盧布。一九三八年合作社的零售額達三百六十億盧布（消費合作社）和三十八億盧布（生產合作社和殘廢者合作社——後者是殘廢者的一些小合作社），集體農莊商業達二百四十四億盧布。個體農民和手工業者的零售額當然沒有正確的數字，但它們所佔的分量很小。

蘇聯有幾種商業的存在，主要是由於方便，就是說，在蘇聯社會發展的每一階段中所採用的商業方法，是那些最能迎合人民需要的方法。

在現階段，國營商業體系主要是迎合城市的居民，合作社的活動主要限於鄉村。蘇聯的這些不同形式的商業，相互間沒有矛盾，因為全體說來，蘇聯的經濟制度不存在着生產、分配和消費間通常的矛盾。

一九一七年以後合作社的發展

一九一七年十一月七日，俄國的工農把政權掌握在自己手裏，開始建設社會主義的新社會。

年青蘇維埃國家的最艱難任務之一，是用新的社會主義分配制度去代替以利潤為基礎的私人商業。席德尼和韋伯在他們的名著「蘇維埃共產主義——一種新的文化」一書中，曾強調過這一點。在消費合作社一章裏，他們指出：「建立一種令人滿意的分配制度，也許曾經是蘇維埃共產主義要解決的一切任務中的最困難的任務。」

年青的蘇維埃國家必須在國內建立一種分配制度，當時國家受了三年戰爭的蹂躪，處於激烈的內戰和外國軍事干涉期間，且處於不平衡的經濟混亂的情況下，國家好像一座被圍攻的堡壘。

爲了有效地供給軍隊和人民，國家不得不把一切食物集中在自己手裏，並且建立一個統一的分配機構。民衆的供給方法是統一的，不是經過商品的買賣，而是經過專設的國家機關——食品人民委員會——和消費合作社網來分配產品。合作社的社員是強迫加入的，事實上，消費合作社成了食品人民委員會的一種技術機構。

自從新經濟政策實行之後，自由商業才被許可爲一種生產者和消費者間的經濟接觸形式。從那時起，蘇聯的商業開始發展，在革命的最初階段，即在軍事共產主義期間建立的分配機構——食品人民委員會，於是就被撤消了。

列寧同年青的蘇維埃商業體系提出的口號是：「學習經商並且效地去經商」。年青的蘇維埃商業必須和廣泛的私人商業相對抗，這些私人商業很快添補上統一分配制度取消後所形成的空隙。

接着是政府充分支持下的國營商業和合作商業對私人商業的長時間鬥爭。在這些年代裏（一九二二——一九二四），私人商業幾乎執零售市場的牛耳，幾佔城市零售的百分之九十三，鄉村零售的百分之八十。在批發方面，國營商業和合作社商業的陣地較強，但直至一九二三年底，私商仍佔零售和批發全部交易額的三分之二。消費合作社出售的貨物價格比私人

商店低百分之十至十二，但由於它們在適當的滿足市場需要上表現無能，由於消費者的組織不夠，它們在和私商對抗中，站不穩腳跟。

一九二四年，政府用許多辦法去加強消費合作社：合作社的社員完全改成自願加入，設法改善對社員的服務，設法刺激合作企業，簡化管理制度，減低開支。

關於這一問題的決議案中寫着：「合作運動再沒有比現時情勢下更具有廣大和決定的重要性了，尤其是在我們這樣有無數小農的國家。要把這些無數小農引向社會主義，除了通過集體的組織形式，也就是通過消費與生產合作社之外，沒有別的途徑可尋。」

國營工業奉命主要通過消費合作社出售貨物。國營商業和合作社商業機關的價格比私人商店的價格低，在捐稅、信用貸款、鐵路運輸等方面，獲得特權。這一切辦法，加之國營商店和合作社商店的服務逐漸改進，使私人商業在全國交易額中所佔的比例降低了。一九二五年降低到總額的半數以下，並繼續急速下降，這由下表就可以看出：

一九二五——二六

一九二六——二七

一九二七——二八

一九二八——二九

(佔總數的百分比)

國家商業

一五·五

一五·二

一三·九

一三·一

消費合作社

三三・〇

四二・三

五三・五

五七・四

其他形式的合作社

七・七

七・二

九・二

一〇・一

私人商業

四三・八

三五・三

二三・四

一九・四

一九二六至一九二九年，這一時期是蘇聯社會主義工業化時期，這期間不但消費合作社進步了，其他形式的合作社也都進步了。一九二五年，消費合作社的社員是九百四十萬人，一九二九年則增至二千四百七十萬人。城鄉消費合作社壯大了，股本和流動資金增加了，零售額增加到一百億盧布，比一九二五年幾乎增加一倍。

農業合作社（主要是供銷合作社）順利發展着，會員由一九二五的五百四十萬增加到一九二九年的一千一百三十萬。一九二八年農業合作社的交易額達二十五億盧布。

農業合作社或者是亞麻栽植者、土豆栽植者、牛乳場業者等的農民聯合會，供給社員種子和工具，收購和推銷社員的產品並給農民一份利潤，這樣就把農民和國家工業聯繫起來了。

那時期手工業合作社和其他生產合作社的發展也是可觀的，一九二八——一九二九年擁有社員一百三十三萬六千人，佔全體手工業者的百分之二十七・七。

在蘇聯歷史上，一九二九年是農業發展的伟大轉變的一年。遠在一九二三年列寧就提出他的合作社計劃，使農民參加社會主義建設。列寧看出合作制度特別是農業合作社，是由私有小農場過渡到農民的合作社，再過渡到集體農莊的一條農民可以接近和理解的道路。

按照列寧的合作社計劃，蘇聯農業的進一步發展是把集體主義或合作制度的原則逐漸應用到農業中去，首先是應用到推銷方面，然後應用到生產方面。斯大林曾經指出，蘇維埃國家不能長期站在兩種不同的基礎之上，即一方面是大規模工業，另一方面是小規模分散的農業。

一九二九年，大規模工業已經是一支堅實的力量，所以必須使農民參加以共有制和集體勞動為基礎的大規模農業。由於蘇維埃政府的鼓勵，一九二九年千百萬貧農和中農組成了集體農莊，農業的普遍集體化階段開始了。

工業化和農業集體化方面的成功，就注定了私人商業者的命運。

兩年以後，蘇聯的統計上再也不包括商業上的私人資本了，向私人營利作最後一次打擊的條件是被創造了。一九三二年政府頒佈了一項反對私人商業的法律，禁止私商開設店舖。商業完全集中在國家和合作社手裏，在這一階段中，消費合作社在商業網裏佔着統治地

位。

由於城市工人和職員的實際工資的提高，由於鄉村集體化的成功發展，食品 and 製成品需要大大提高，國營的商業機關在城市市場上是越發顯著了，同時輕工業、集體農莊和生產合作社逐漸侵入零售市場，出賣自己的產品。國營商業機關組織的零售網迅速擴張着，從一九三〇到一九三五年，國營商店和攤舖由二萬三千六百處增加到十萬零八千九百處，即增加八千五百卅處。消費合作社由十一萬九千三百處增至十五萬八千一百處，即增三千八百八十八處。山下表可以看出這幾年來零售商品的發展。

零售額（公共食堂在內）（單位百萬盧布）

	一九三三	一九三二	一九三三	一九三二
國營商業機關	四、四三·五	六、六七·二	一四、五三·五	二五、二九·八
合作社	一四、四〇·〇	二〇、五八·〇	二五、八五·一	二四、六九·四
私人商業者	一、〇四·〇	——	——	——
集體農莊和農民	——	——	七、五〇·〇	一一、五〇·〇
總計	一九、九三·五	二七、四五·二	四七、八六·六	六二、六九·二

此表表明零售總額的大量增加，私人商業者的消跡滅跡，集體農莊商業的出現，國營商業機關的擴張。國營商業機關顯著地成爲城市居民的供應者（城市佔零售總額的百分之六十六·一），同時鄉村的物質條件逐漸改善，物質的需要增加了，常常供不應求。因此一九三五年以後，消費合作社便集中力量組織鄉村商業和農產品的收購。對於鄉村消費合作社的零售網的建立，以及對於鄉村消費團體的鞏固上，曾經採取了許多辦法。

國家銀行開始向消費合作社，向每月交易額超過二萬盧布而經營上並無虧損的大鄉村商店直接貸款。鄉村消費合作社不但可以向地區合作社聯合會購買貨物，而且可以從附近的國家工業倉庫，從地方手工業者和其他生產合作社，從國家商業機關購買貨物。

同時政府通過了一項決議，強調鄉村合作社的經營必須和它的社員間密切接觸，指出鄉村消費合作社的一切主要問題：商業計劃，收支預算，不虧損的辦法，理監事會的報告，都必須在社員大會或社員代表大會上討論，社員大會或社員代表大會至少三個月召開一次。

改組的結果，城鄉的分配制度改善了。一九三七年定期完成的第二五年計劃期間，工業和農業生產的增加，使商業機關可能滿足人民的日益增長的需要。第二五年計劃期間，消費增加了一倍以上。

消費品工業的生產量，較一九三二年增加一倍以上，棉織品、編織品、牛油和其他商品增加了兩倍，同時物品的質量和分類也改善了。

這期間，工人職員的實際工資增加了一倍以上，集體農民的總收入增加了百分之一百七十。人民的物質條件的改善反映在零售商業的增長上：由一九三三年的四百七十八億盧布增加至一九三七年的一千四百卅七億盧布，幾乎增加了百分之二百。國營商業和合作社商業由四百零三億盧布增至一千二百六十億盧布，集體農莊市場的交易額由七十五億盧布增至一百七十七億盧布。

一九三七年，國營商業機關在城市裏掌握了總零售的百分之九十五，在鄉村掌握了百分之二十七·九。消費合作社控制了鄉村的零售商業百分之七十一·三。

城市裏設立了專門出賣食品、金屬品、紡織品、衣類、編織品、裝飾品、化粧品等的機關，開設了模範商店，以供給消費者多種物品，刺激業務的改善。消費合作社在主要的鄉村裏開設百貨店、鄉村雜貨舖以及文具、家庭用具、兒童玩具店。國營商業和合作社商業相互對顧客作服務競賽。

經驗證明了：由於集體農莊在鄉村裏佔統治地位，農民的需要，合作社可能供給得最

好，於是一九三八年政府通過決議，把鄉村的全部商業網移交給消費合作社，以後鄉村裏全部零售商業都由消費合作社掌握。

消費合作社

一 初期的歷史

近來在美國的一本合作社雜誌上見到這樣的句子：「反乎流行的見解說蘇聯並無合作社存在，我們應當說……」接着該書的作者舉出蘇聯合作社的一些數字。

蘇聯沒有合作社這種見解，我們不知道在外國流行怎樣廣泛，但這種見解在蘇聯以外的國家裏顯然是一個潮流，這由於他們對蘇聯的商業工作無知，而且是一九三五年以後才發生這種見解的，那時消費合作社的活動僅限於鄉村。實際上，消費合作社不但在蘇聯起着作用，而且蘇聯的合作社是世界上最雄大的合作社運動，它擁有三千六百萬以上的社員，每年的交易額達數百億盧布。

但比起英國的合作社運動，蘇聯的消費合作社運動還年輕得很，英國的合作社運動是世界上最老的。一九四四年，蘇聯的合作社慶祝俄國第一個消費合作社成立八十年的紀念日。這最初的合作社是在烏拉爾的奇諾夫斯基地方組成的。這一合作社至今猶存，當然在活動上已經落在那些年輕的合作社後面了。

俄國的合作社運動發源於比爾姆省奇諾夫斯基的礦業工人，當時奇諾夫斯基是在遙遠的荒野中，距離那裏最近的城鎮也在六十三公里以外。當地的商人利用該地離較大商業中心過遠，便用高價向工人出售些破爛貨，獲利百分之百或百分之百以上。

一八六四年，一部分工人決心想些辦法，他們在工人中間募款，從莫斯科和尼治尼諾佛格拉德訂購茶葉。（當地商人出售的茶葉質量很壞。）第一次冒險成功了，不久便購買其他物品，這些物品不是出售的，而是在出資者之間分配。

兩年後開設一家商店，存貨值兩千七百二十八盧布。一開始，奇諾夫斯基合作社的社員雖然不知道西方合作商業的規則，可是採用了現錢交易的辦法，不久以後他們開始向社員分紅。這家商店開始只有些起碼的貨物，交易額年復一年地增加。社員增加的很慢，因為發起人想把這一試舉只限於一個小圈子裏，他們不想讓「太多」的工人參加合作社。一八九〇年