

蘇維埃文明商業

伊古民柴夫 著
柯納諾夫

工 人 出 版 社



В. М. ИГУМЕНЦЕВ. Н. Н. КОНОНОВ
СОВЕТСКАЯ КУЛЬТУРНАЯ ТОРГОВЛЯ

ГОСТОРГИЗДАТ — 1952

蘇維埃文明商業

伊古民柴夫 著
柯納諾夫

中央人民政府商業部教育局譯

工人出版社

【2330】本書字數：41,000字

蘇維埃文明商業

著者 伊古民柴夫 柯納諾夫

譯者 中央人民政府商業部教育局

出版者 工人出版社

北京西總布胡同三十號

（營業許可證公字第四〇六號）

印刷者 工人日報社印刷廠

發行者 新華書店

1-90,086

一九五四年七月北京第一版

一九五四年七月北京第一次印刷

序

「蘇維埃文明商業」一書，原來是專為蘇聯商業工作人員編寫的。作者首先闡明了蘇維埃社會主義商業的本質及其在國民經濟中的作用和任務，介紹了蘇維埃商業的各個發展階段；其次論述了蘇維埃零售商業企業的基本工作原則，介紹了有關商業企業的業務經營知識；同時指出了商業工作人員的光榮任務和應該怎樣在商業中開展社會主義競賽。

我國現在正處於由新民主主義社會過渡到社會主義社會的歷史時期，國營商業在過渡時期具有重大的作用。因此，我們國營商業工作人員必須努力提高自己的理論水平和業務水平，認真地學習蘇聯先進經驗。本書的出版，對我們會有一定的幫助。

中央人民政府商業部教育局

一九五四年六月

目 錄

一	蘇維埃商業在蘇聯國民經濟中的作用	一
一	蘇維埃商業及其對資本主義商業的優越性	一
九	蘇維埃商業的發展	九
一四	蘇維埃商業現階段的形式及其組織機構	一四
一九	蘇維埃商業在其發展的現階段中的任務	一九
二六	蘇維埃零售商業企業是蘇維埃文明商業的基本環節	二六
二六	商店的商業財務計劃和經濟核算制	二六
三一	商品的品種和購買者的需要的登記	三一
三六	商業企業中的廣告	三六
三八	為購買者服務	三八
四〇	企業的衛生制度	四〇
四一	對商業企業工作的公共監督	四一
四三	商業企業中的幹部和勞動組織	四三
四八	商業工作人員的社會主義競賽	四八

一 蘇維埃商業在蘇聯國民經濟中的作用

蘇維埃商業及其對資本主義商業的優越性

由於偉大的十月社會主義革命的勝利，蘇維埃商業在歷史中第一次產生了。蘇維埃商業是和社會主義工業及社會主義農業的增長與鞏固一起發展和擴大起來的。在和資本主義商業進行的鬥爭中，蘇維埃商業獲得了勝利。私商、各種中介人、投機商人都從商品流轉中給排擠出去了。

蘇維埃商業按其發展形式來說，是社會主義時期的商業；按其性質來說，它不同於歷史上曾有過的各種商業。

斯大林同志曾明確地給蘇維埃商業的性質，即給蘇維埃商業的本質下了一個定義：「蘇維埃商業就是沒有大小資本家參加的商業，沒有大小投機商人參加的商業。這是特種商業，這是歷史上從來沒有過，而只有我們布爾什維克才在蘇維埃制度發展條件下加以實行的商業。」^①

在蘇聯，在蘇維埃發展的條件下，社會主義基本經濟法則是：用在高度技術基礎上使社

● 斯大林：「列寧主義問題」，蘇聯外國文書籍出版局一九四九年中文版，第五二二頁。

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。

蘇維埃商業負有滿足社會主義國家勞動人民經常增長的物質和文化需要的使命。

蘇維埃商業若能改善對蘇維埃購買者的服務，滿足其要求，則能促進蘇聯人民物質和文化福利的增長。

蘇維埃商業是社會主義經濟的組成部分。它與資本主義商業有原則上的不同，資本主義商業的主要目的是獲得最大限度的利潤。

在各資本主義國家，商業被操縱在資本家手中，被操縱在各種中介人和投機商人的手中。資本家爲了追求最大的利潤是不擇任何手段的，是完全不考慮居民的需要。由銷售商品得來的利潤都進到資本家的口袋裏。如果某種商品的銷售不能使資本家獲得相當高的利潤，則即便此種商品是居民所需要的，資本家也會停止這些商品的買賣。

爲了保持產品的高額價格和獲得最大限度的利潤，資本家常常銷毀一部分產品。

一九五〇年三月十日，米高揚同志在葉列萬斯克——斯大林選區選民大會上的演說中，曾引用這個驚人的例子：美國資本家毀壞了十六億八千萬個鮮蛋和兩萬噸梅子及其他產品。

對購買者的欺詐和哄騙是資本主義商業的特點。

現代的資本主義壟斷組織經常採取這樣的手段：以最高價格來推銷陳舊商品和冒牌商品。美國貿易公司就是這樣幹的，它用這樣商品供應歐洲和亞洲「馬歇爾化」國家。

資本主義生產中和商業中的無政府狀態以及對利潤的追逐，引起在市場上競爭的個別資

本家及其壟斷組織的經常的激烈鬥爭。這必然造成巨大的浪費。

資本主義商業的浪費表現在：第一，商業企業的數目遠超過其實際的需要，從事商業的人數竟達到全體居民的百分之六到七；第二，過高的流通費用達到商品零售價格的百分之五十；第三，商品所通過的環節太多，商品的多次重複運輸和相向運輸；第四，由於周期性的銷售危機而引起的部分商品儲備的銷毀。

蘇維埃商業與資本主義商業不同，它是建立在社會主義所有制（國家所有制和合作社——集體農莊所有制）上面的。進到蘇維埃商業網中的消費品，都是社會主義的國家企業和集體農莊——合作社企業創造出來的。

蘇維埃商業是社會主義經濟制度的一部分，是按照國家計劃來發展的。

蘇聯的國家計劃，包括着生產，也包括着商品流通。

蘇維埃國家計劃着整個國民經濟的發展，其中包括商品生產的發展，居民的購買基金，商品流轉和商品運動，商品網的數目和佈置，勞動和流通費用；蘇維埃國家有計劃地把生產企業固定在消費區域中，並確定商品運動的最好的途徑，以消除商品相向運輸和多餘運輸的現象。

蘇維埃商業擺脫了資本主義制度下私有制和競爭所造成的巨大的非生產開支。在現代資本主義商業中，流通費在不斷地增長，它佔商品零售價格的百分之四十到五十；而在蘇維埃商業中它僅佔商品零售價格的百分之八到九，比資本主義商業低得多。

蘇維埃商業沒有資本主義商業所固有的銷路危機和銷售困難。

斯大林同志說過：「我們的優勝處就在於我們根本沒有什麼生產過剩危機，我們沒有而且不會有幾百萬失業工人，我們沒有生產無政府狀態，因為我們進行着有計劃的經濟。」

在蘇聯，國內市場在穩步地、不斷地擴展着，居民對商品購買力所及的需求超過商品生產，從而不斷地推動生產向前發展。

在蘇聯，在社會主義計劃經濟的條件下，貨幣收入、購買基金（購買商品所需的貨幣資金）和居民對商品的採購之間的關係，不是自然形成的，而是由國家計劃來決定的。在蘇維埃社會主義國家中，職工人數在不斷增加，在商品價格不斷降低的情況下，工資基金和集體農民的收入在不斷增大，這可保證居民福利的不斷提高及其購買力的增長。

我國勞動人民物質福利和文化水平的穩步增長，提高着對工農業產品的需求。

蘇維埃商業是一切社會主義再生產的必要環節。

在蘇聯，消費品是作為商品來生產和銷售的。它是通過市場、通過特種的流通範圍，而不是以產品交換或直接分配的方式進入社會消費的。因此，蘇維埃商業在蘇聯整個國民經濟中起着重要的作用。

斯大林同志在第十七次黨代表大會的總結報告中明確地規定了蘇維埃商業在社會主義擴大再生產中的作用：

「爲要使全國經濟生活十分活躍起來，而工業與農業又有不斷擴大生產的刺激，那就還

要有一個條件，這個條件就是城市與鄉村間，區與區間，省與省間，國民經濟各部門間的擴展的商品流轉。必須使全國各地都佈滿批發處，商店和貨攤。必須使商品源源不斷地從生產場所經過這些批發處，商店和貨攤流到消費者手上去。必須使國營商業網，合作社商業網，地方工業，集體農莊以及個體農民，都來參加這一事業。

這就是我們所稱呼的擴展的蘇維埃商業，沒有資本家參加的商業，沒有投機者參加的商業。

由此可見，擴展蘇維埃商業是一個最迫切的任務，不解決這個任務，便無法繼續前進。

蘇維埃商業實現着城市和鄉村間、區與州間的經濟聯系，不斷地將商品從生產部門送到消費者手中去，因此，它一方面可滿足居民的需要，另一方面可推動工業和農業進一步擴大生產。

加速商品的周轉是蘇維埃商業的最重要的質量指標。

蘇維埃商業沒有由於居民購買基金不足而造成的銷售上的困難，它的商品周轉期限比資本主義商業短得多。

在我國，為居民生產的商品的數量在不斷增大，勞動人民的收入在不斷增加，蘇維埃商業的物質基礎和技術基礎在日益改善——所有這些，能使商品由生產部門向消費者移動的全

部過程大大地加快。商業機構工作得越好，能够保證挑選符合居民需要的商品，就越能迅速地售出商品；這可加速貨幣的運轉和流通，可加速再生產的全部過程。

順利完成商品流轉計劃和加速商品的流通，都對貨幣流通的速度發生着影響。商業中商品周轉越快，則日益增長的商品流轉所需要的貨幣就越少。這就會鞏固蘇聯盧布。這就可以由商業中騰出大量資金，用以擴大社會主義生產。

蘇維埃商業是有計劃地吸引積累來充實蘇聯國庫的重要槓桿之一。

順利地銷售商品，完成和超額完成商品流轉計劃，可保證商品流轉中的計劃稅收和企業利潤的提成撥入蘇聯國庫。

按照國家的國民經濟計劃，蘇維埃商業可由國家預算中獲得必要的流動資金和基本建設資金。

建築和裝備倉庫及商店，以及購置運輸工具用的資金，均由國庫撥給商業機構。

蘇維埃商業積極地影響着工業和農業，刺激着工農業發展生產、改善產品質量並根據消費者的需求增加產品品種。

蘇維埃商業根據消費者的需要，向工業部門提出訂貨，訂貨中也包括工業部門尚未製造的商品，這樣就可促使新的商品出現。

蘇維埃商業同樣也積極地影響着商品的消費。它幫助擴大消費量，它用增添新商品到日常生活中去的方法和向消費者廣泛介紹這些商品的用途、特性和質量的方法，來培養居民的鑑別能力。

商業可促進地方生產的發展和地方原料的利用，並可利用消費合作社機關按最高採購價格收買農產品的辦法將剩餘的農產品吸引到商品流轉中來。

蘇維埃商業的順利擴展，與運輸工作有直接的關係，這是因為蘇聯各個地區生產的食品和工業品是靠鐵路、水路和汽車運輸由一個地區運到另一地區的。

運輸業使各個地區之間和城市之間聯系起來，因而可保證將商品由生產地區和城市運到消費地點去。

斯大林同志在闡明運輸業在發展商品流轉和發展蘇維埃商業中的作用時指出：「要發展我國經濟，就必須發展商品流轉，必須發展蘇維埃商業，而為要發展蘇維埃商業，又必須發展我國運輸業——鐵路運輸業，水上運輸業和汽車運輸業。可以發生這樣一種情形：有商品，有充分擴展商品流轉的可能，但運輸業却趕不上商品流轉底發展，不能充分轉運貨物。」●

由於黨、政府和斯大林同志本人的關懷，我國各種運輸業都得到了顯著的發展。

一九五〇年鐵路的晝夜平均裝載量超過一九四〇年水平百分之二十一，河運貨物的周轉超過一九四〇年水平百分之二十六，海運貨物的周轉超過百分之六十五。一九五〇年汽車運輸的貨物周轉量為一九四〇年的二點三倍。

各種運輸的顯著發展及其工作的改善，對發展商品流轉起着重大的影響。

鐵路、水路和汽車運輸工作得越好，商品轉運得越快，則商品流轉率就越高。

蘇維埃商業首先可促進運輸工作的改善。正確地把生產區域編定給各消費地點，更好地配置商業貨棧和倉庫，正確地規定發送的商品的品種和數量——用上述辦法可為正確地組織轉運工作和順利地進行各種運輸工作創造良好的條件。在蘇聯，這樣地組織轉運工作，可以保證車輛、船隻、駁船、汽車的充分裝載，可以避免相向的和不必要的遠程運輸。

黨和政府一貫重視蘇維埃商業的發展和鞏固商業機關及改進其工作等問題。

列寧和斯大林在估計社會主義條件下的蘇維埃商業的重要作用時，曾不止一次地反對對蘇維埃商業估價不足或輕視蘇維埃商業的態度。

斯大林同志在第十七次黨代表大會的總結報告中指出：「……在一部分共產黨員中間，仍然流行着一種高傲鄙視一般商業以及蘇維埃商業的態度。這些所謂共產黨員認為蘇維埃商業是一件沒有什麼價值的事情，而認為商業工作人員是些毫無出息的人。這些人大概是不懂得，他們這種鄙視蘇維埃商業的觀點根本不是布爾什維克的觀點，而是一種大有野心而毫無本事的失意貴族的觀點。這些人不懂得蘇維埃商業是我們切身的布爾什維克的事業，而商業工作人員，包括店檯工作人員在內，只要他們誠懇工作，就是我們革命布爾什維克事業底執行者。」●

斯大林同志關於蘇維埃商業及其工作人員的意義的指示，對蘇維埃商業的發展和鞏固，對我國商品流轉的擴展，起了決定性的作用。

蘇維埃商業的發展

蘇維埃商業在蘇聯社會主義建設的各個階段中都完成了所接受的任務；這些任務就是發展社會主義生產力，在與資本主義的鬥爭中鞏固和擴大社會主義陣地，消滅國內資本主義成分，穩步地提高勞動人民的物質福利和文化水平。

一九二一年三月，第十次黨代表大會根據列寧的報告通過了關於由戰時共產主義政策（在國內戰爭和武裝干涉的條件下保證在戰爭中獲得勝利而施行的政策）過渡到新經濟政策的歷史性的決議。

新經濟政策在保證蘇維埃國家對市場起調節作用的條件下容許資本主義有若干活躍。同時，它激起了農民對擴大農產品生產和提高勞動生產率的物質興趣，這就必然導致農業的發展，而在這個基礎上就能導致國家工業的恢復。因此，新經濟政策在與資本主義的鬥爭中擴大並鞏固了社會主義陣地，為積累力量和資金以排擠資本主義成分和建立社會主義經濟基礎創造了條件。

在新經濟政策的頭幾年中，商業是鞏固工人和農民的經濟聯盟、提高農業、恢復工業、保證建立社會主義經濟基礎的基本環節。

在這個時期，國家和合作社商業還是非常薄弱的。

在零售商業中私商佔居優勢，他們掌握最暢銷的商品的買賣，獲得了巨額利潤。當時，零售商品流轉額的四分之三，掌握在私商和投機商人手中。但是國家和合作社商業的陣地一

年年地加強了。列寧提出的「學會經商」的口號實現了。一九二五年國家和合作社商業在零售商品流轉額中佔百分之五十六點六，而在一九二七年，在商品流轉方面「誰戰勝誰」的問題，已經基本上解決了，社會主義獲得了勝利。

一九二九年，國家和合作社商業在全國商品流轉中佔了統治地位：在批發中佔百分之九十，在零售中佔百分之八十六點五。

社會主義在國民經濟各個戰綫上對資本主義成分的有計劃的進攻，要求加強計劃基礎。一九二七年十二月，第十五次黨代表大會發出了關於編製蘇聯國民經濟第一個五年計劃的指令。第一個五年計劃擬定了並在一九二九年四月第十六次黨代表會議上通過了。

「五年計劃的基本任務，就是要在我國創立一種不僅能把全部工業，而且能把運輸業和農業都按社會主義原則改造改組過來的重工業。」

大家都知道，第一個國民經濟五年計劃在四年中當完成了；在商品流轉方面最後確立了蘇維埃商業（沒有資本家的商業，沒有投機商人的商業）的不可動搖的統治。

社會主義生產的發展，日用品產量的增加，農業中剩餘商品的增多，居民需要的增長，使得城市和鄉村間的商品流轉額大大地增加了。一九三二年，國家和合作社商業的零售商品流轉額比一九二八年增大了百分之七十五，商店和小舖子的數目比一九二九年增多了十五萬八千個。集體農莊的商業也大大地擴展了。

在第二個五年計劃的年代中，蘇維埃商業的發展獲得了更大的成就。從一九三三年到一九三八年，國家和合作社商業的零售商品流轉額幾乎增加了兩倍，集體農莊商業的流轉額增加了一倍多。商業網擴大了，商業企業擴大並改造了。

作為商品的食物和工業品的品種顯著地增加了；大量新的商品出現了，商品的質量提高了。

在第三個五年計劃中，蘇聯進入了新的發展時期——建成社會主義社會並逐漸由社會主義過渡到共產主義的時期。

一九四〇年，零售商品流轉額比一九三七年約增加了百分之四十，其中公共飲食企業的流轉額增加了一倍多。零售網擴大了百分之二十二，公共飲食企業網擴大了百分之六十六。

在偉大的衛國戰爭時期，蘇維埃商業進行了改組，完全從屬於戰時經濟的任務和戰勝敵人的事業。在這些艱難的歲月裏，商業工作人員忘我地進行了勞動。蘇維埃政府獎給了很多工作有成績的蘇維埃商業工作人員以勳章和獎章。

偉大的衛國戰爭結束了。蘇聯走出戰爭以後更加強大了。戰後國民經濟的高漲，使蘇維埃政府得以在一九四七年十二月廢除配給制，實行幣制改革和擴展蘇維埃商業，得以從一九四七年十二月起至一九五一年三月止這一期間，四次降低食物和工業品的零售價格。

由於一九五一年在工業和農業生產方面所達到的成就，由於勞動生產率的提高和產品成本的降低，蘇聯政府和聯共（布）中央乃決定自一九五二年四月一日起再次降低（第五次降低）食物和日用品的國家零售價格。

由於降低食品價格而給蘇聯人民帶來的好處，不僅是他們增加了食品的消費，而且是他們可以用得到的一部分好處去購買一九四七年至一九五一年期間業已顯著降低了價格的工業品。

在國家商品流轉總額中，工業品的比重顯著地增大了，這是居民物質福利增長的表現之一。

這些年裏，各資本主義國家中食品和工業品的價格却在不斷地上漲。例如在美國，只在一九五一年一月至一九五二年二月這一期間，生活必需品的價格就上漲了百分之二十二強。在英國，在一九四六年至一九五二年這一期間，鮮肉和猪肉的價格上漲了百分之五十四到七十一，奶油、人造奶油及其他油脂——百分之五十到六十七，乾酪——百分之八十五，糖——百分之五十，麵包——百分之五十二，雞蛋——百分之一百二十五。在法國，在一九五〇年，麵粉價格比戰前上漲了十六倍，肉——二十七倍，雞蛋——二十倍，牛奶——二十一倍，糖——十五倍以及其他等等。

資本主義國家中物價的上漲，必然引起工人和職員實際工資的降低和農民收入的下降，從而使勞動人民進一步地貧困了。

在我國，隨着配給制的廢除、幣制的改革和商品零售價格的降低，商業網和零售商品流轉額都顯著地擴大了。在一九四六年至一九四九年這四年中，商店數目增加了百分之五十，小舖子的數目增加了一倍多。到一九五〇年年底，蘇聯商業網不僅達到了而且超過了戰前的水平。