

合作工作參考資料第二

- 一 新大林論農民合作社化 (一)
- 二 新大林論怎樣實現農民問題中之集體制度 (三)
- 三 現階段的蘇聯消費合作社 (六)
- 四 薄一波副主任何對政務院關於全國合作工作者第一屆代表會議的報告 (二四)
- 五 新民主主義經濟與合作社 孟用潛 (二九)
- 六 怎樣做合作社的檢查工作 (四九)
- 七 如何改造新區舊合作社 (五六)
- 八 華北合作貨棧總結 華北供銷總社 (六二)
- 九 怎樣辦好農民招待棧 張家口市總社 (六八)
- 十 怎樣推行合作社的合同制 臧曉真 (七四)
- 十一 中央合作事業管理局會計會議總結 (八〇)
- 十二 合作社的計劃工作 孫靜寒 (八九)

斯大林論農民合作社化

（摘自一九二四年四月初，在斯維德洛夫大學裏的講話。見於斯大林選集第一卷）

決不可以把俄國的農業和西方各國的農業混爲一談。西方的農業是依照通常的資本主義道路發展的，在農民深刻分化的環境中發展的。這時候在一個極端上是大田產和私人資本主義的大地產，而在另一個極端上却是窮苦，貧困和僱傭奴隸地位。因此，在西方各國，分裂和解體完全是自然的。在俄國就不是這樣。在俄國，單是由於蘇維埃政權之存在和重要生產工具及生產資料都收歸國有這兩個原因，農業的發展就不會走這條道路。在俄國，農業的發展應該走向別條道路，就是使千百萬小農和中農合作社化的道路，就是在農村中發展廣大合作制，而由國家以優待的借款來幫助的這條道路，就是說，經過合作社來吸引大多數農民加入社會主義建設的道路，將集體制底原則逐漸灌輸到農業內，開始在農產品底銷售方面，然後在農產品底生產方面。

因爲農業合作社底工作而在農村中所產生的幾種新的現象，在這方面是極有意義的。大家知道，在農業合作總社內產生了新的巨大的以農業生產部門（如麻，馬鈴薯，油類等）爲單位的組織，這些組織有偉大的前途。譬如「麻業合作社總會」供給農民以種子和生產工具，然後向農民購買所有麻的生產品，大批銷售於市場，並保證農民得以分沾利潤，這樣就是經過農業合作社，將農民經濟與國家工業聯合起來。怎樣稱呼這種生產組織形式呢？照我的意思，這是農業方面國家社會主義的大生產底家庭農業系統。這裏我說的，是國家的社會主義生產底家庭農業系統，是由於資本主義在紡織業——比方說——裏的家庭工業系統相比擬而來的，在資本主義的紡織業裏的家庭工業系統中，家庭手工業者從資本家那裏領得原料和工具，並把所有的生產品交給資本家，因此，他們在事實上就是在家庭裏做工的半僱傭工人。這不過是指明我們這裏的農業發展究竟應該走那條路的許多實例之一。其他農業部門中的其他的同樣的例子，我已用不着說了。

顯然用不着證明，經大多數的農民，既然拋開了那私人資本主義的大地產和僱傭奴隸地位的道路，貧困和

破產的道路，他們當然很願意去走這樣新的發展的道路。

請看列甯關於我們的農業底發展道路所說的話吧：

『實際上，一切大的生產資料歸國家管理，國家政權操在無產階級手裏，這個無產階級，與千百萬的小農民及最小農聯盟的無產階級有對農民實行領導的保證等等——這難道不是一切必要的條件，未經過合作制，而且祇是經過合作制（我們以前鄙視合作制為營業性的東西，並且現實在新經濟政策情形之下，我們從某一方面也有理由來這樣鄙視合作制）——難道這不是為建成完全的社會主義所必要的一切條件嗎？這還不是社會主義社會底建成，但這却是為建成完全的社會主義所必要的和足夠的一切條件。（請參看『列甯全集』第二十七卷第三九二頁）。』

列甯往下又說到必須由財政及其他的方法幫助合作制，因為合作制是無產階級專政下面的『新的人民組織原則』和『新的社會制度』，他說：

『每個社會制度的發生，必須要有某個階級底財政幫助。『自由的』資本主義在它產生時費了多少萬萬盧布，這是大家知道的。現在我們應當了解施行的，就是：現實我們應該特別幫助的一種社會制度，就是合作制度。對於這種制度的幫助，應該是真正的幫助，就是說，把這種幫助看作任何的合作社的週轉，這是不夠的——應當把這種幫助看作是幫助有真正羣衆底真正羣衆參加的合作社的週轉。』（同上一卷第三九三頁）。』

這些情況是說明什麼呢？

這是說明，懷疑派是不對的。

這是說明列甯主義是對的，因為列甯主義認為勞動農民羣衆是無產階級底後備軍。

這是說明，執政的無產階級能够利用而且應該利用這些後備軍，來把工業和農業聯合起來，來提高社會主義建設，來給無產階級專政建立這樣一個必要的基礎，如果沒有這個基礎，那末，就沒有可能過渡到社會主義的經濟上去。

斯大林論

怎樣實現農民問題中之集體制度

（本文摘自一九二七年十一月五日斯大林同志「與外國工人代表團的談話」，對合作社及合同制度均有精闢的指示，希各級社同志很好的加以研究。）

——編者——

我們認為，農民問題中的集體制度是逐漸地，用經濟的，財政的，文化的和政治的方面來實現的。我以為最有興趣的問題要算經濟方面的問題。在這個領域內，我們的辦法是從三方面進行的：（一）組織個別的農戶於合作社中；（二）組織農戶（主要是貧農）於生產協作社中；（三）經過國家的計劃機關和調節機關，在銷售農產品以及供給農民以工業必需品方面來包羅農村經濟。

幾年以前，在農業與工業之間，有許多的中間人——以城市製造品供給農民、以農業品供給工人的那些私有企業家——阻隔着。當然，這些中間人決不肯「白費力」的，他們從農民身上以及城市居民身上抽刮去的利潤不止數千百萬。這是城市與鄉村間的聯系，社會主義工業與單獨的農民經濟間底聯系還沒有建立好的時期。那時候合作社和國家分配機關底作用還比較小。但這個時期以後，情形就大變了。現在在城市與鄉村間，工業與農業間底商品流通中，合作社和國家商業機關作用已不僅可以算為主要的作用，而且也可以算為統治的作用了（雖然我們還不能說它是壟斷的作用）。農民所購買的輕工業品，由合作社和國家機關經手的佔百分之七十以上，農業機器差不多百分之百都是國家供給的。農民所出賣的糧食，由合作社和國家機關經手的佔百分之八十以上。工業原料於棉花，甘蔗等物品的交易，差不多百分之百都是由合作社和國家機關經手的。

這是什麼意思？

第一、這就是證明，資本家已漸漸從商品流通範圍中排擠出去，工業也漸漸與農村經濟直接聯系起來，按

機關商人的利潤已保留在工業與農業中，農民已經可以比較賤價地購買城市的商品。同時工人也可以比較賤價地購買農業品。

第二、這就是證明，工業已把資本家從商品流通範圍中趕出去，因此，它也就得到了領導農村經濟，影響農村，提高其文化程度，使其合理化與工業化的可能。

第三、這就是證明，國家把工業與農業直接聯系起來以後，也就得到了有計劃地發展農村經濟的可能，它可以把最好的種籽和肥料供給農村經濟，可以決定他的生產額，以價格政策去影響等等。

最後這就是證明，鄉村已漸漸造成了一種很好的條件，使我們可以順利地消滅資本主義成份，節制和克服富農，組織勞動的農民經濟於生產協作社中，盡可能地用國家的經濟幫助這些生產協作社。

例如，就拿製糖工業所必需的蘿蔔和紡織工業所必需的棉花來講罷。這種原料的出產額，及其價格及質量，都不是由無組織的市場情況來決定的，也不是由投機事業家以及交易所這類資本主義的機關來決定的，而是糖業和紡織業新迪加與代表成千成萬農戶的棉花合作社和蘿蔔合作社預定了條約，有計劃地來決定的。這一切已沒有交易所這一類組織，也沒有買空賣空的這一類投機事業。這一切資本主義經濟的工具，在我們這一個領域內已不存在。我們在一個領域內，只有兩方單獨的直接交易，沒有什麼交易所，沒有什麼中間人——一方面由國家的新迪加，另一方面是合作化的農民。國家新迪加與合作機關預先訂好合同，規定合作社必須出產多少蘿蔔和棉花，而新迪加則必供給多少優良的種籽和借款給農民。經濟年度告終的時候一切出產品都歸新迪加所支配，而農民也就可以按照預定的條件從新迪加方面得到一筆款子。這種制度，我們叫做合同制。這個制度的優點就是它能使雙方都得到利益，而且能使工業與農業直接聯系起本，不要經過中間人。這種制度是農村經濟集體化的最正確的道路。

我們現在還不能說農村經濟的其他部門已經發達到這個程度。但我們可以肯定地說，農村經濟的一切部門，麥子生產也包括在內，將都漸漸的過渡到這一條發展的道路。這一條道路，就是直接走到農村經濟集體化的一個入門徑。

完全的集體化，只有到農村經濟已在新的技術基礎上改造過、已經實現了機器化和電氣化、大多數勞動農民已加入合作社，大多數鄉村已都有農村經濟協作社的時候，才能實現。我們現在正在向這個目的進行，但這個目的還沒有達到也不能很快的達到。爲什麼呢？因爲要達到這個目的，還必須一大筆經費；但國家現在還沒有這樣一大筆經費。當然，這筆經費經過相當時間，一定的積聚起來的。馬克思曾經說過，無論這一個新的社會制度，沒有大量的數千百萬的財政上的消費，是不能在歷史上鞏固起來的，我認爲我們已進入了農村經濟發展底新階級，國家現在已開始能夠加緊地在財政上資助新的社會制度，社會主義的工業已經在國民經濟中獲得了領導作用，已經能夠領導農村經濟，——這件事實，就是農村經濟要走向集體化的最可靠的保證。

現階段的蘇聯消費合作社

克利毛夫

斯大林同志指出蘇維埃商業是人類有史以來從未有過的特種商業：是沒有大小資本家、也沒有大小投機商人參加的商業。擴展的蘇維埃商業在社會主義經濟中起着巨大的作用。在城鄉間、在各區和省間、在國民經濟各不同部門間的擴大範圍的商品流通，是改善我國經濟生活、刺激工業和農業進一步發展的不可缺少的條件。社會主義國家運用了國營商業網、合作社網、集體農莊商業等一切機構，來擴展蘇維埃的商業。消費合作社在擴展商品流通上起了很大的作用。在蘇維埃制度下，根本改變了消費合作社的社會性質和意義。

「工農為獲取及分配它們所需要的物品而組織起來的聯合組織，就是消費合作社」（註一）。

俄國的消費合作社創始於一八六四年。到一九一七年初，已有六百八十一萬五千人參加了消費合作社組織。革命前，消費合作社的商店網是由一萬六千個小規模的舖子所組成的。消費合作社並不兼營其他的經濟業務。沙俄時代的消費合作社組織主要是鄉村中的富裕階層的結合。工人合作社的發展不但很脆弱，而且這種受資本主義支配的弱而無力的消費合作社，又為數極少。

沙俄時代合作社的發展，和其他資本國家一樣，是在生產工具和生產手段私有制佔統治地位的資本主義經濟制度基礎上成長起來的。因而，這就決定了資產階級組織下合作社特徵。列寧把資本主義制度下的合作社叫作「資本家的集體企業」資本主義條件下所發展起來的消費合作社是要服從資本主義市場法則的。資本主義制度下的合作社一定要變為資本家的商業性企業。

無產階級的合作社在工人階級的羣衆鬥爭中有着很重要的意義，在舉行罷工或進行其他形式的鬥爭時，它能對工人給予必要的援助。合作社能發展社員的自覺性，並教導他們學習企業的組織與管理。於是，工人們就有了獲得的政權後積蓄為組織國家經濟生活所必須的經驗的可能。

消費合作社以較低於私營商店的價格售賣商品，這在改善資本主義國家內的工人的物質生活上，也能發生

一定的作用。即或合作社不能以較低的資本家市場的價格售賣商品，而以市場的平均價格售賣，仍然能減少對工人的中間剝削，譬如合作社所得到的利潤，並不是落到資本家手裏，而是一部分歸合作社作為積累資金，一部分則以分紅及分貨的形式歸還消費者。

但是合作社並不像機會主義者所說的那樣，能實現某種社會的改造。而馬列主義的創始人和空想社會主義者及機會主義者相反，他們始終認為：合作社運動對於資本主義條件下的工人階級所起的作用和意義，是極為有限的。

列甯在一九一〇年哥本哈根會議中指出：「當生產手段和交換手段仍然握在社會主義將要把他消滅的那個階級的手中時，合作社所達到的改善只能局限於非常狹小的境界內。」列甯和機會主義者的見解相反，他證明說：「當合作社是一個純粹的商業組織時，由於競爭的壓迫，它有變成資產階級的股份公司的傾向。」列甯並警告說：「當合作社不是和資本家作直接鬥爭的機關的時候，它就善於產生和正在產生幻想：似乎它就是解決社會問題的手段」（註二）。

列甯和斯大林揭露了機會主義者所說資本主義制度下的合作社運動的「獨立」和「中立」的論調，並且創立了包括合作社在內的非黨組織必須有共產黨領導的學說。

合作社只有受革命黨的領導，才能在工人階級反抗資本家的鬥爭中起顯著的積極性的作用。列甯和斯大林指出：資產階級的合作社人員和機會主義者們，以合作的運動能在政治上保持中立的欺騙口號作掩護，實行叛賣政策，同時並企圖使它服從資產階級的利益，成為反動的工具。

斯大林同志在「無政府主義還是社會主義？」一書中教導說：為使合作社免於分散，使它不致忘掉整個階級的利益而局限於狹小的勞動組合的利益中，從而而不致使無產階級遭到巨大損害，就必須在一切條件下，保證共產黨在合作社中的政治思想上起領導作用。（註三）

蘇維埃政權組織商業機構時，首先利用了蘇維埃合作社。蘇維埃國家一開始就用盡一切方法，以求消費合作社的發展。此項工作，是在以後跑到反革命陣營去的資產階級合作社人員的怠工情況下進行的。

偉大十月社會主義革命的勝利，取消了土地、銀行和交通工具上的私有權，使他轉變成社會主義財產，因而就根本改變了我國合作社的社會性質。合作社與社會主義工業結合起來，於是包括消費合作社在內的合作社就變成了社會主義企業。

列甯指示說：「在生產手段歸社會所有時，在無產階級對資產階級獲得階級的勝利時，文明的合作社人員的組織的就成為社會主義的組織了」（註四）。在無產階級專政下，合作社便成為起初是消費者、其後經過一些時間則成為生產者（農業合作社）所聯合起來的勞動人民的羣衆組織。無產階級專政鞏固後得到了特殊意義的合作社，在廣泛的社會主義建設期中，促進了無產階級和農民羣衆的聯繫，並幫助吸收它們到社會主義建設中。

列甯在合作社中，特別是在農業合作社中找到了千百萬農民由細小的個體經濟過渡到大規模的生產聯合——集體農莊的道路。列甯指示說：蘇聯農業的發展必須沿着通過合作社吸收到社會主義建設中去的道路前進，必須沿着在農業中、首先在販賣方面其後在農產物的生產方面，逐漸鞏固集體制的基礎的道路前進。

斯大林同志發展了列甯的合作社計劃，他從各方面研究農業化的理論，用這個理論武裝了黨為農業的全面集體化，為在集體化的基礎上消滅富農階級的鬥爭。「這是一個最根本的革命，是由舊社會向新社會的飛躍，是一九一七年十月革命的後果具有同等意義的」（註五）。

消費合作社對於實現列甯——斯大林的合作社的計劃起着巨大的作用。斯大林同志指出、把集體農莊運動和合作社運動對立起來是不正確的。「實行列甯的合作社計劃——斯大林同志說——意味着把農民由供銷合作社提高到生產合作社，提高到集體農莊的合作社。這一點，同時說明了我國集體農莊的發生和發展僅是由於加強和發展供銷合作社的結果」。（註六）

由此可見，消費合作社是使農民走向生產合作社的準備措施之一。合作社指給了農民經濟的集體經營的優越性，它是教育農民，使它們熟習於經營集體的、公有經濟的學校，它對勞動農民進行了培育集體主義精神的教育工作。

消費合作社是以參加合作社的人民的自覺性和以社員的物質利益為基礎。合作社表現了「個人利益、個人

商業利益以及國家對它的監督和管理的結合程度，它服從於公共利益的程度，」（列甫）。消費合作社在城鄉間進行商品交換，同時也就鞏固了工農的經濟聯盟。

消費合作社得到了蘇維埃國家的援助，並和社會主義工業取得直接聯繫，於是它所售賣的商品就能較私營商業和投機商人物美而價廉。因此，消費合作社就把合作社的優點顯而易見地、具體的擺在農民面前，同時並吸引他們參加反對資本主義份子——商人、投機份子、高利貸者和富農的鬥爭。合作社發展有助於從商業中驅逐私人資本和鞏固農業與社會主義工業間的商業聯繫。

正如斯大林同志所指出的那樣，隨着集體農莊制度的勝利，改變了消費合作社的作用。「……當羣衆性的集體農莊運動尚未出現時，合作社的低級形式，即供銷合作社，是農村走向社會主義的『大路』，而當這裏出現了合作社的高級形式，即集體農莊的形式時，後者就成爲發展的『大路』了（註七）。

國家的社會主義工業化和農業集體化及其技術裝備的改進，給城鄉結合的生產方式帶來了（供給拖拉機及其他農業機器、肥料等）發展的機會。這種結合形式是主要的，而商業的結合則由主要的變成了輔助的。同時，作爲生產結合輔助形式的商業結合的意義，不但沒有縮小，却又隨着集體農莊制度的勝利，隨着莊員們的福利和文化的提高反而日益增大起來。

消費合作社規程規定：「當集體農莊制度在鄉村已獲得最後的全面的勝利，莊員們的福利和文化需要不斷增加的條件下，鄉村消費合作社應把自己的任務認爲是：用莊員們和所有勞動人民所需要的商品，去滿足它們的日益增大的需要，從而促進集體農莊制度的增長和隆盛」。

消費合作社不僅要滿足集體農民的個人需要。集體農莊在逐日增加其對工業品、消費品、文化和生產方面的商品以及建築和修理器材的需要。

合作社商業的發展，能鞏固現代的合作社形態的集體農莊制度，有助於爲將來過渡到更高級的經濟形態建立前提，它是消滅城鄉對立性殘餘成份的手段之一。

促進逐步走向更合理的消費形式的麵包製造消費合作社和農民公共食堂的發展，在由社會主義過渡到共產

主義的時期中是具有巨大意義的。

消費合作社鞏固並擴展了城鄉間的商業聯繫，因此就積極地促進了集體農莊的公共經濟的發展和進一步的鞏固。蘇維埃消費合作社一面推銷工業品，一面又收買和採購農產品和工業原料，幫助提高農產品的商品化的比率 and 增加集體農莊的勞動生產率。消費合作社有組織的收買和採購農產品與工業原料，這就使集體農莊和莊員們不必再化費許多資金和勞力到市場上去售賣自己的生產品。合作社在蘇聯物價政策的基礎上，保證着商品流通的發展，並且有助於繁榮市場及鞏固蘇維埃盧布。

作為勞動人民的羣衆組織的消費合作社與國家和集體農莊的商業，有同樣的責任，以保證進一步改善對城鄉居民的供給，提高職工的實際工資及滿足集體農莊男女莊員日見增加的需要。

由此可見，消費合作社在蘇聯勞動人民爲完成社會主義建設，在逐步由社會主義過渡到共產主義的鬥爭中起着巨大的作用。

自社會主義在鄉村中贏得了勝利以後，消費合作社就不再服務於個體農民和那些甚至連簡單的再生產都不能進行的小商品經濟，它已是爲集體農莊服務，已開始依靠不斷發展着的高度商品性的集體農莊經濟。這就有很大的可能來加強消費合作社的工作，改善對城鄉勞動人民的物品供應。然而，消費合作社並未能很好地利用這個可能性。消費合作社一九三一年零售商品網的交易額是一百七十三億盧布，其中城市佔一百零七億盧布，鄉村佔六十六億盧布。

斯大林同志在第十六次黨代表大會上的報告裏，會對消費合作社的工作加以嚴格的批評。「很明顯——斯大林同志說——合作社在商業方面雖然處在幾乎是獨佔的情況中，但是它却喜歡把能夠獲得較多利潤的『賺錢的』商品（日用品等）供給工人，而不願供給雖然對工人更屬需要但『賺錢』却較爲稀少的商品（農產品）。因此，工人們就不得不把佔自己需要的四分之一左右的農產品，以昂貴的價格，到私人市場上去尋求滿足。關於合作社機構不顧中央領導機關所頒佈的許多法令，過分關心收支差額因而固執地不願減低零售價格，還

一點，我已不再說了。在這種情形下，合作社不起社會主義部門的作用，而是一種沾染了耐普曼心理的獨特部門。請問：如果合作社不能完成認真地改善工人實際工資的任務，那麼，誰還需要這樣的合作社，它的獨佔對工人又有什麼利益呢？」（註八）。

黨與政府與擴展合作社商業的同時，採取了擴展國營商業的辦法。消費合作社的獨佔地位，於是被取消了。正如斯大林同志在聯共（布）第十七次代表大會上所指出的一樣，「這就是一方面在競賽的形式下，改善了合作社商業，而另一方面減低了市場上的物價，健全了市場」（註九）。一九三四年國營商業已佔城市零售商品交易額的七四％。

集體農莊制度在鄉村中的勝利，集體農民的福利和文化需要的增加，產生了對鄉村蘇維埃商業的新要求。但是，村消費合作社的工作組織，並未能滿足這些日益增大的需要。

消費合作社的面前出現了一個基本的任務，就是在鄉村中建立適合於業已勝利的集體農莊制度的商業。根據一九三五年九月二十五日蘇聯人民委員會和聯共（布）中央的決定，消費合作社被改組了：由於實行了各種措施，合作社的工作已經有了一些改善。全國消費合作社在國營及合作社營商業商品流轉額中的比率，已由一九三五年的二十％增加到一九三八年的二五・八％；而在鄉村中，一九三八年合作社商業的比率則為八六・三％。然而消費合作社的發展仍落後於國民經濟發展的速度，並且也未能完成商業在鄉村中的新任務。

黨中央委員會和蘇維埃政府在一九三九年一月二十五日的決定中指出：消費合作社的中央聯合會及地方機構無視鄉村的需要，不懂得鄉村需要什麼商品，而且也不高興把商品運到鄉村去。消費合作社中央聯合會與消費合作社的地方機構脫離了社員羣衆，接二連三地破壞了合作社的民主、選舉制和總結報告制度。在許多情形下，損害份子混入消費合作社機構裏，致使鄉村中的蘇維埃商業遭到巨大的損害。

因此，黨和政府就改組了消費合作社，加強了合作社的幹部；批准了新的「消費合作社組織條例」。

由於採取了很多辦法，消費合作社就得到了很大的成就。到偉大的衛國戰爭開始時，合作社的數目幾乎增加了一半；消費合作社的零售商店網在一九四〇年已包括二十二萬七千六百處企業。消費合作社並在鄉村中擴

大了新形式的零售商店網，即城市形式的各種專門商店和百貨商店。當一九三四年初，鄉村中共有區百貨店三百七十七處，而一九四〇年就已有二千七百四十七處區百貨店、一千五百四十七處文化用品商店、二萬二千八百九十六處鄉村商店和八百六十三處專門售賣生產用品的專門商店。消費合作社的零售貿易總額，由一九三五年到一九四〇年之間約增加了一·七倍。

集體農莊的消費需要的性質擴大了而且根本上改變了。以前僅是城市居民所消費的商品，通過了商店網而出現在鄉村。一九三八年平均售與鄉村居民的商品：棉織品較一九三三年增加到二八〇%，皮鞋——二四七%，套鞋類二三六%，洗衣肥皂——四七二%，香皂——六九六%，白糖——七八一%。

集體農莊莊員對日常文化用品的需要顯著增高了。消費合作社的鄉村商業網在一九三八年所銷售的樂器，較一九三三年增加了十五倍，運動用品增加了十四倍，收音機增加了三倍，照像用品增加了四倍，傢具幾乎增加了十七倍。

消費合作社在這個時期，會廣泛地收購農產品。一九四〇年消費合作社所收購的農產品和工業原料的總額，已等於一九三五年的二三二%。

在衛國戰爭期中，會對消費合作社的一切活動加以改造，使它適合於國防的需要。

德國法西斯強盜會使消費合作社的經濟遭到鉅大的損害。在德寇暫時佔領的蘇聯的地區內，被破壞了一萬七千一百五十四處消費合作社機關，和一千六百八十八處區聯合會。而被佔領的領土上的消費合作社佔總數的二分之一以上，烏克蘭和白俄羅斯的消費合作社所遭受的破壞，尤為慘重。

在聯軍由德國法西斯軍隊手中解放出來的地區內，消費合作社的工作不得不重新作起。雖然尚有巨大困難，但是，消費合作社却表現出了迅速恢復其經濟的才能。

消費合作社的商店網，在一九四三年就已經增加了七千九百處，其中主要的是恢復了被破壞的，也有一些是在解放地區內新建起來的。蘇維埃俄羅斯、卡查赫、喬治亞和阿捷爾拜疆共和國的合作社組織，給與烏克蘭及白俄羅斯消費合作社的十一億五千六百萬盧布的財政援助，以及政府為加強商品流轉而撥付的貸款，使許

多消費合作社組織有了恢復遭受破壞的經濟和更進一步發展其經濟活動的可能。蘇聯的消費合作社在這些成就中，明顯地表現出蘇維埃社會主義制度的堅固、富於生命力和優點。

戰後的消費合作社與整個國民經濟一樣，是在沿着高漲的道路前進。蘇聯人民的勞動的英雄主義和布爾什維克黨——蘇維埃國家的所有勝利的組織者和鼓舞者——的巨大工作，不僅保證完成，並且保證超額完成斯大林新五年計劃。

消費合作社不斷地擴展自己的工作：它的零售商品交易額，一九四七年既已達到七百零四億盧布，超過一九四六年水平的一半和一九四五年水平的一倍。消費合作社在被佔領地區中的商品交易額，已較一九四五年增加到二·二倍。合作社機構所收構的馬鈴薯、毛皮、毛皮原料、橘子、乾菜和其他各種生產品和原料，已大大超過了戰前的收購量。一九四七年，消費合作社在自己所有的企業中所製造出來的商品，已較一九四六年增加一倍。

蘇聯的消費合作社在戰後期中的蘇維埃商業上，仍然佔有很大的地位；它的比重約佔國內商品流轉額的二二%；合作社的商店網分佈得極為廣泛，約佔蘇聯合作事業部門中所有零售商店網的二分之一以上。消費合作社所承擔的收購量：

大小皮革原料——三一%。

牲畜毛——三七%以上。

毛皮——四六%。

馬鈴薯（國家採購）——四一%。

蔬菜——三七%。

雞蛋——七〇%。

蘇聯部長會議根據斯大林同志的建議，在一九四六年十一月九日發佈了：關於以食糧和工業品擴展城鄉合作社商業及增加合作社營企業的食品及日用品生產的決定，這就促使蘇維埃商業有了新的發展的可能性。

這項決定的執行，進一步增大了消費合作社對發展國家經濟的作用和意義。第一，通過消費合作社。有組織地運銷農產品，這一點促進了集體農莊經濟的鞏固和發展，以及提高它的商品化的比率。第二，消費合作社有組織地收購農產品和工業用的原料，把它運到城市和工人村中去銷售，因而也就是把食糧的補充來源吸引到商品流轉中，這一點，對於改善城市居民的供應，是很有幫助的。

消費合作社為實現蘇聯部長會議的決定，在城市和工人村裏開設了一萬八千二百三十六處各種商店。僅一九三六年到一九四七年間，這些商店就已售出了一百四十二億盧布的食糧。一九四八年，消費合作社的商品流轉額仍是逐月不斷地增加着。如消費合作社在一九四八年的七個月裏（由一月到七月——譯者註）主要商品（按三十處大規模的合作社商店）的銷售額增加情形如下：

品 名	單 位	一 月 銷 售 額	七 月 銷 售 額
肉 類	（生丁納）……………	一三八四〇	一五二六一
動 物 油	（生丁納）……………	一四五〇	二六一六
卵 類	（箱）……………	三一二四	四二四三
蔬 菜	（生丁納）……………	七六一八	二四一三八

消費合作社所售出的主要農產品，如肉類、肉類製品、動物油、卵類，顯著地超過了集體農莊市場的銷售額。一九四八年第一季，蘇聯的四十八個最大城市的消費合作社共賣出（對集體農莊點場銷售額的百分比）：

肉類製品.....	四八
動物油.....	五八
卵類.....	二〇一

但是，我們必須指出消費合作社的牛奶、馬鈴薯和蔬菜的銷售情形還是不好，而且這些商品的交易額（在同上四十八個城市中），與集體農莊市場比較還是差的多。

組織城市合作社商業和它立基在與國營商業進行健全的發展，保證着我國商業的全面提高和改善。

消費合作社以農產品發展城市的合作社商業，因而影響了市場價格的減低，有助於實現斯大林同志關於逐步減低國內零售價格的指示。消費合作社本身大大減低了農產品的售價。這一點，如以列寧格勒為例，就可以看出來。由一九四七年三月到一九四八年八月間，牛肉售價減低了二分之一，奶油幾乎減低了三分之二；合作社商業的價格已減低到國定統一零售價格的水平。

一九四八年七月消費合作社在十四個城市所出售的肉類，較國定統一價格為低，在十三個城市與國定統一價格的水平相等。

消費合作社售價的減低，引起了市場價格的降低。大大減低收購價格是為進一步減低零售價格的基礎。一九四八年七月，肉類和脂肪、卵類及馬鈴薯的收購價格，已較一九四七年七月減低了三分之一左右。

社會主義工業和社會主義農業的日新月異的成就，保證着消費合作社工作的繼續擴大。幣制改革的實施、食品和工業品配給票制度的廢除以及逐步減低物價，在消費合作社的面前提出了徹底改進它的工作的任務，以便能適合於日益擴展的蘇維埃商業的新情況。

x x x x x x x

一九四八年五月召開的全蘇消費合作社代表大會，總結了蘇維埃消費合作社戰後的工作。大會指出：黨和政府給與合作社的任務，尙還未實現；根據黨和政府的指示而進行的對工作的改造並未能完成，無論在鄉村或城市，合作社商業並未得到應有的發展。合作社中央聯合會與消費合作社聯合會，未能很好地掌握居民的需要，仍然把種類相同的商品接連地運往鄉村，並且日用品的供應又常常斷絕。

直到現在，消費合作社仍然未能改善它作為工業品推銷基地的工作，未能使它的商品在種類和質量上滿足居民的需要。例如：輕工業品推銷總社的阿馬圖分社，在一九四八年上半年給古列夫省消費合作社聯合會運去的既成服裝，其中男女冬用外套佔八五%，而且尺寸又都是四八號的。經工業品推銷總社的阿克求賓分社，在一九四八年七月，根本就沒得到過襯衣和其他主要的棉織品。

此外，省內各區仍然有機械地購運商品的情形，某種商品在某一地區有過剩的情形，而鄰近地區卻又根本沒有此種商品。

取消毫無計劃地分配和購運商品的方法，是消費合作社機構目前最主要的任務之一。合作社中央聯合會、它的主要管理機關及消費合作社聯合會，必須改善配送的計劃，使它能適應各區居民的購買能力和需要，消滅商品的一方過剩的現象，以補充另一方面之不足。

許多合作社機構中，積存着顯然超過定額的庫存商品，其中很大一部分長期積存在商品運銷網的倉庫裏，積存在與需要者距離很遠的共和國和省消費合作社聯合會的供銷基地裏。直到現在，對集體農莊莊員供應農業生產用品、建築材料和家庭日用品的工作，仍然未能充分展開；地方的生產品很少被吸引到商品流轉中去，連給鄉村商店網的化粧品、日用品等仍屬不足。尤其是邊陲地區的情形更壞。

消費合作社的重要任務仍在於擴大商店網，使它接近於購買者以及在地區內正確地配置這些商店網。在鄉村、尤其是在曾被德寇佔的地區中，零售商店網恢復得很遲緩；區、村和其他專門商店及倉庫網也發展得很微弱。

鄉村的消費合作社的商店網。在一九四七年內增加了二萬五千一百處。在戰後五年計劃的頭兩年內開設了