

于樹德 著

消費合作社之理論與

上海中華書局印行

消費合作社之理論與實際

第一編 消費合作社之理論

第一章 消費合作社之意義及其理想

消費合作社，乃是消費者們——特別是立在消費的立場上之工人和農民——爲謀其消費上之利益所組織之團體，由此團體批購消費用品或生產消費用品，依市價或比市價低廉之價，以售賣於其團體員，將來結算如有盈餘，除提出一部充公積金及謀社員共同福利之基金外，餘額仍按購買額之多寡退還給各該團體員。

從消費合作社表面上看，好像普通商店一樣，但是合作社之顧客，原則上只限於社員。縱令有時也對於普通人販賣，其目的乃在吸收社員普及合作社之宣傳並謀一般人消費上的利益，決不是對於一般人爲營利的販賣。而且消費合作社是公開的，人人都可以入社，其貧苦無力繳納社股之人，合作社並設法使之入社，以謀合作利益之普及。

這種以販賣日用品爲業務之商店式的合作社，對於社會運動實有莫大的貢獻，這並不是誇大，我們知道，長江大河之發源，不過是涓涓細流，及至出三峽下龍門，就成爲洪水巨流了。就是現代之資本主義社會，當初也不過起源於掠奪和買賣，而今竟成爲支配全人類之社會制度了。

我們試分析現代資本主義的經濟組織，就可以發見現代資本家實有企業資本家（工業資本家）和商業資本家兩種。企業資本家乃在其企業組織內絞榨從事於勞動之勞動者底膏血，而商業資本家則在商業組織內絞榨消費者——特別是立在消費者之地位之農民和勞動者——之膏血。就是，前者在生產關係上剝削榨取，而後者則在消費關係上剝削榨取，兩者實相濟爲惡以完成資本主義制度。商人在現代社會組織中，實立在消費者和企業家之中間，改變形狀、變更品質、遷移位置、顛倒時間、整躉零售或零買而整賣等，以擅其榨取之術而達其營利之目的。凡是消費者，不問男女老幼，每天都不能不繳納一定之貢賦，因此，以致貧者愈貧而貧富之懸隔也越加厲害了。所以一方面立於生產者地位之勞動者

奮起努力於團結運動以謀改造資本主義的生產組織，同時立於消費者地位之勞動者及購買力缺乏之社會層——農民、月給生活者及小資產階級等——不能不奮起努力於團結運動以謀改造資本主義的商業組織。

消費合作社之初步目的就是要推翻這種商業制度而以自身之組織代替之。實在說，消費合作社本來之目的，並不單限於推翻現代商業制度，並且要想更進一步達到以自己生產供給自己消費，完全以自身之組織代替資本主義整個的制度。合作社之規模無論怎樣小，但在其小社會之範圍內乃是爲自己之消費而經營，其內部只有相互扶助，決沒有互相侵奪以及分配不均等現象。如果此種社會越擴大，社員越增加，其事業越擴張，則建設在新原理上之社會，必將逐漸蠶食資本主義社會，至其發展到達頂點，遂得取消資本主義社會而代替之。

資本主義乃是相互鬭爭之社會，而消費合作社乃確立相互扶助之社會。現代資本家不但互相蠶食互相鬭爭，並且踏着無產階級以達其積儲金錢之目的。因此，社會上所釀成者

都是互相憎惡、不信任和猜疑了。於是社會上一切人類都忘却其真正生命而從事於互相傾軋，人類底墮落莫過於此了。在這種鬭爭的漩渦裏面，惟有消費合作社——其規模無論如何小——之內部，人人總是協同一致的，互相扶助的，決無互相排擠之現象。何以呢？在合作社裏面，其社員要想自己獲得利益，則必須謀求合作社全體之利益，社員既盡其力於合作社全體之利益，則自己也自然可以獲得其利益，要想超越其他社員而單獨取得利益，這是不可能底事。所以合作社社員，不能不協同一致，不能不相互扶助。在這種社會裏面所釀成者只有親愛、信賴和人類之和諧，由此人類生活纔能向上，纔能回復其真正之生命。

消費合作社實為現代資本主義沙漠中之沃壤。在這種沃壤中所生長之草木，具有偉大之根株和種子，或擴張其根株以拓展其沃壤，或飛散其種子以造成新沃野，總要把該沙漠全帶都變成沃土然後已。股分公司是閉鎖的排他的，而消費合作社則為絕對開放的，具有無限發展性。不但合作社之社員無不希望光大其理想於全社會，就是實際上，合作社社員越增加，其可得經營之事業也越擴大，合作社之能率也越能實現。總之，排擠傾軋乃資本主

義之本質，相互扶助乃消費合作社之真髓。

資本主義制度下造成資本家之專制，而消費合作社則確立產業之自由。現代產業正在逐漸集中於少數資本家之手，雖然現在還沒有完全集中，但所殘餘之小企業家都在大資本家羽翼之下食其餽餘以苟延殘喘。至於這種大企業下之若干勞動者事務員等，恰像一部活機械，領取一定底工資維持其生存，完全依資本家或其代表者之指揮命令以從事於工作，並且附屬於工場中心之機械以從事於活動。這是在生產關係上資本家之專制，就是在消費上資本家依然專制。消費者雖是對於企業家所生產之財貨有密切的利害關係，但是對其生產上之種類、品質、價格等決沒有發言權，只有完全承認其出品，服從其要求而支付代價，然後纔可以享受該財貨之消費，如必欲對於生產上參加意思，亦只有消極的忍痛不消費之一途而已。只有在消費合作社裏面，無論對於生產對於分配，一切社員都可以平等的參加意見，其代表者——執行委員及經理——完全按他們底決議以執行業務。現代民衆在現代產業組織上以一個個人而具有完全發言權者，只有在消費合作社裏面纔有

可能。所以消費合作社底發展，真正可以解放民衆。

現代人所深惡痛絕者，實爲資本主義的專制社會，而最希冀企求者，實爲民主的自由社會，一切生產，都是直接爲社會人類之消費而經營，決不爲營利而經營，一切人類皆互相扶助而決不互相侵害，這乃是吾人最理想的社會。不過一切理想，必同現實之利益相結合纔可以具體的實現，其不立於現實利益基礎上之理想，乃是空想，空想決無裨於實際。消費合作社乃與現實利益密切結合之理想，在消費合作社發展之途徑上，勞動者農民及購買力薄弱之社會層都可着着獲得實利，根據這種運動，他們底利益主張，直接就可變成創造上述理想社會之理論。在這種意義上，消費合作社運動對於社會改造運動，實負有重大之使命。同時又以根據這種理由，所以僅僅八十年的工夫，消費合作社就能獲得這樣普通的發展。資本主義之成立發達，既需要過去數世紀之光陰，則消費合作社之新理想社會之實現，自然也決不能期之於短促之歲月。

總之，消費合作社之發端，雖是極渺小之一種組織，而實具有極偉大之意義及理想，已略

如上述，最後下一消費合作社之定義以終本章。

『消費合作社乃是立在消滅資本主義的交易制度——商業組織——最後且推翻資本主義的生產制度之理想上，結合消費者——特別是勞動者農民及購買力薄弱之社會層——所組織之供給社員日用消費品以維持其生計上之利益之經濟的團體也』。

第二章 消費合作社之利益

以上所述者，乃是消費合作社遠大的將來底理想，至於消費合作社於目前所能實際表現之利益，則略有以下所述數種。

第一，減免中間商人底利潤。消費合作社幾時纔能達到推翻資本主義制度之理想，現在固然還是一種疑問，但是其對於商業組織能够給予相當的打擊，這是絲毫沒有疑問，底同一空間，不能容納兩種物質。同一理由，同一社會中，如消費合作社底勢力擴大，則零賣商店底勢力必然減殺，如批發消費合作社或消費合作社聯合會之勢力擴大，則批發商店底

勢力必然滅殺，縱然一時不能完全排除這種中間商人，至少也可以減少其一部，而且既有消費合作社同這種商人競爭，則其利潤上不能不受相當限制，直接間接有利於消費者。

第二，減免一般資本家底利潤。消費合作社開始經營時，自然是以批發販賣為主，但是等到基礎鞏固之後，必然自己從事於生產加工——特別是勞動階級底消費合作社，經營麵包、食堂、成衣、洗衣等，實為必要。自己生產，乃是消費合作社終極之目的，因為如果自己生產自己消費，則資本主義制度不打倒而打倒了。在目前縱然說不到打倒資本主義制度一層，消費合作社既經營了生產事業，則根據前段所述同樣理由，一般資本家底利潤，也不能不受多少之影響。

第三，依現在生產、購買之合作的經營可以預為將來新社會生產、分配之訓練。關於這一點，我們引用法國查理季特底一段說話就足夠說明了。『……不過鄙意以為社會革命就算是必要的，而協作（即合作）主義亦不失其固有的價值，因為勞動階級如欲享受革命成功以後的實果，必先對於經濟上預有相當的訓練，而組織協社，就是訓練唯一的方法。』

……諸君切記，無論那一個黨，如果得了政權而不能維持全國經濟的生命使之毫不間斷，不久必歸於失敗。革命社會黨儘許打了一百個勝仗，勞動軍的紅旗儘許飄揚四空，所向無敵，如果於自己部曲之中沒有相當人才可以立時接替現在各地主資本家企業家經理人等的任務，諸君且慢高興，我斷定決難持久而舊戲必將重演。』（樓桐孫譯「協作」七二頁）

第四，供給消費者貨真價實底物品。在這科學發達底時代，一切食品用品，都能仿造，以假混真。譬如沒有咖啡底咖啡，沒有葡萄底葡萄酒，沒有牛奶底牛奶，人造絲，人造象牙以及其他不易辨識品質底物品等等，在一般人都不容易鑑別其好壞，特別是農民及勞動者，更沒有這種常識。在這種商業競爭很厲害底時代，商人們每每以假混真，以圖非分的利益，而購買者每每大上其當。加之我國商人的習慣，多討虛價，明明一元好賣底貨物，偏要討一元半或兩元，這在一般人都很容易上當，不要說沒有商業常識底農民工人了。惟有消費合作社，是以消費者之利益爲本位底組織，是消費者自己底組織，自然可以供給貨真價實底物

品。

第五，供給消費者以廉價品或代為儲蓄。普通商業都以營利為目的，所以其賣價之內實包含着原本、經營費、資本之利息及利潤。消費合作社既不以營利為目的，則其賣價之內只包含着原本及經營費就夠了，所以消費合作社能夠供給社員以廉價品。俄國底消費合作社，都採這種廉價販賣（與原價販賣有別）方針。不過羅須特爾式底合作社，都是採用市價販賣方針。如採用市價販賣方針，則合作社每期結算時可以獲得若干盈餘，此種盈餘仍退還於社員。如此，則社員平日向合作社購買貨物，就是無意中底儲蓄。而且這種辦法對於合作社經營上實有莫大的便利。

第六，廢除賒賬底習慣使消費者生活安定。賒賬是一件很壞的習慣，特別是消費者底賒賬。因為消費者購買貨物如不用現錢，每容易陷於浪費，或買進不必要的貨物。而且賒賬底價格比較現錢交易底價格一定格外昂貴，因為從賒賬時起到還債時止底利息不能不加在物價上，又既是賒賬就不免有死賬，這種死賬底損失不能不在物價上攤派給還賬

底顧客。總之，賒賬底人在物價上既有種種吃虧，而自己又容易陷於糜費，所以每到結賬底時候多不能如數清償，年積月累，如水益深，如火益熱，將終身陷於債務奴隸之地位，人格每每隨着經濟的破產而破產。消費合作社之販賣，乃以現錢交易爲原則，養成社員善良之習慣，使社員永遠沒有負債的痛苦。自然，社員如按月有一定底收入，也自不能因其沒有現錢而坐視其餓死。

第七，對於勞資糾紛時充勞動者之兵站部。這乃是勞動者消費合作社之特別的功用。一九二八年七月十五日日本「勞動新聞」上有一段記事，現在譯在下面，以爲本段底說明。『（消費合作社）乃是充實工會運動底兵站部，同時藉此以組織工會會員底婦女們。罷工時勞動者底團結所以崩潰，都是起於竈間。刺刀底亮光，棍棒底聲響，白刃底閃爍，在決然覺悟之罷工者底前面都沒有甚麼權威』。『不屈服於……之暴虐底勇士們，一回到家裏看見擁着空米櫃而饑寒交迫底妻子之面孔，則連緊張的勇氣也都煙消雲散了。這時候我們如有消費合作社，擔任起爭議中底兵糧，又有藉着這種合作社所組織之婦女們來激

勵她們底丈夫，則爭議必可勝利』。不過消費合作社必須有相當基礎，然後纔可以充分擔任這種任務。

第三章 羅須特爾原則及莫斯科原則

自從英國羅須特爾消費合作社誕生以來，羅須特爾原則即爲世界消費合作社之根本原則，其間雖經過八十餘年之星霜，而絲毫並不衰替。但至最近十數年來，人類思想上、社會組織上以及經濟觀念上，都發生極劇烈的變化，於是羅須特爾原則亦發生動搖，羅須特爾原則之內容也就發生了破綻。

羅須特爾原則動搖之機勢，羅須特爾原則內容破綻之暴露，其動機完全在莫斯科。

莫斯科底合作主義者們傲然的說：「羅須特爾呢？莫斯科呢？」這就是說『新合作原則正在由莫斯科社會主義的源泉中湧現出來』。而這種新原則之創造者「蘇維埃聯邦俄羅斯中央合作聯盟」，於最近獲得派遣代表出席國際合作聯盟會議之權能，所以這種新原則之影響，今後一定很廣大。更何況爛熟之西歐資本主義，日暮窮途之結果，正在以加速

度的趨於滅亡之現狀之下呢。

在僅以羅須特爾原則爲金科玉律之合作主義者之眼前，如電光閃爍般之莫斯科原則，無論如何總驚動耳目。驚人耳月底這種現象之內容，究竟是甚麼呢？

首先列舉這兩個原則底小差異看吧。

舊合作原則以謀社員之合同及便宜，防護社員不受零賣商人之榨取爲目的，而新合作原則以絕對的撲滅存在於生產者和消費者間之媒介機關爲目的。

舊合作努力養成社員「貯金」之精神，綿密的考慮利潤底分配方法並宣傳之，而新合作則注意助長社會共有之觀念，積蓄利潤以充滿足勞動者之集團的要求之資。

舊合作以普通市價爲賣價之原則，而新合作則以比市價低廉之價格爲原則等等。

這些小差別固然還不够成爲二原則對立上之論爭問題，而以下述所根本的差別，則爲現在及將來合作之大問題，爲動搖不動搖合作本質之緊要事實。

羅須特爾開拓者等，曾絕對宣言政治的中立之必要。然莫斯科新原則反對這種宣言力

陳政治的參與之緊要。而其所持之理由如左。

羅須特爾開拓者等建立英國合作運動基礎之當時，英國勞動階級之政治運動還沒達到黎明期，因而勞動階級之獨立政黨全然不存在。因此，爲避免把資產階級二大政黨（保守黨和自由黨）之抗爭的精神帶進還在萌芽底勞動者機關內，以危害此種機關之存在，乃有此宣言。又這種宣言底結果，雖是可以包容政見不同底分子，以招致消費合作社之盛運，而其反面，則使勞動階級遠離了政治運動，間接的擁護了資本主義。但是，消費合作社之指導者們，果然可以照着羅須特爾開拓者等之宣言那樣全然對於政治無關心麼？決乎不然。譬如消費合作社，其目的固然是企圖低減消費的物資之價格，但是這種目的，僅依開設消費合作社店舖以同商人等抗爭之方法，決乎不能達到。實有考慮政府之關稅政策、租稅及各種法律等之必要。這種結果，他們對於關於上述問題之各政黨底態度方針，乃不能遮蔽上眼睛堵塞住耳朵了。因此，舊合作指導者們所宣言之政治的中立，止於是理論罷了，實際上直接或間接都同政黨結了淵緣。例如比利時底勞動者消費合作社加入了社會主義

政黨，又如德國消費合作社同盟擁護自由黨之政策，特別是固守着政治的中立之英國合作主義者，也就陷入了政爭底漩渦，現在英國議會裏面，組織了號稱「合作黨」之特殊底一黨，即其實例。要之，時世之推移和社會狀態之變革，乃把合作衝進了政治的範圍內。蘇俄之合作社底主要目的，既在撲滅資本主義制度而立刻實現合作主義制度，則勢不得不同政府底政策一致于與政治。

蘇俄底新合作不遵守政治的中立之理由，大略如上所述。這究竟不外是對於羅須特爾原則揭起了叛旗。但是，這豈不是革命後新俄羅斯之合作運動當然之結果麼？又合作運動愈益進展之結果，干與政治乃成爲實際上必要的事實，爲促進社會之合作化，干與政治實所必要。墨守着八十多年以前底原則，以律繩百年後今日之合作運動，實在太頑固不化了。英國合作黨之實例，豈不是已經暗示了合作運動之將來麼？

第二，莫斯科原則之新合作，被舊合作主義者所痛罵所排斥者，就是把階級鬭爭帶進合作運動裏面來之一點。

國際合作聯盟前書記長亨斯·米爾拉說過「要想嚴守消費合作社之原則努力於其發達者，則必排斥階級鬭爭之理論，而不能認之爲勞動運動之根本義。」法國社會主義者弗爾尼耶說過，「假使我們要想使合作運動發達，則不可把該運動設置於社會主義的即階級鬭爭之基調上。何以呢，因爲階級的合作，乃是不能夠的……」。查理季特說過，「雖是帶着最革命的傾向之社會主義者，假使一端通過合作底學校，則我不感覺其可怖了。」

以上，乃是可以窺見舊合作主義者之信條，以及極力排斥階級鬭爭之精神底辭句。

合作運動階級鬭爭化之必要，決不是蘇俄獨自所感到。如果看見世界到處合作社社員之大多數都屬於被搾取階級，更想到羅須特爾開拓者們當時底境遇，則無論誰也不能否認合作運動實含有多量的階級鬭爭性。俄國楚幹·巴拉諾夫斯基基於其名著「合作之社會的基調」中，有「消費合作和階級鬭爭」一節，即詳述一八九〇年代德國官憲及資本家對於消費合作社之壓迫手段，舉示合作運動中階級鬭爭之實例。

如上所述新舊合作之對立，乃是現在底事實。而今後羅須特爾原則和莫斯科原則兩者