

SULIAN JIAGE HE
JIAGE XINGCHENG

苏联价格和价格形成

〔苏〕 A·Γ·萨夫钦科 著
A·Γ·雅列姆楚克

中国人民大学出版社

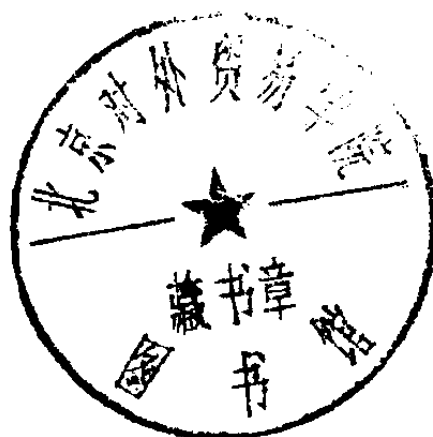
148767

苏联价格和价格形成

〔苏〕A·Γ·萨夫钦科 A·Γ·雅列姆楚克 著

胡昌暖 徐俊人 周新城 译

JM27/04



中国人民大学出版社

苏联价格和价格形成

〔苏〕 A.Γ.萨夫钦科 著
A.Γ.雅列姆楚克

胡昌暖 徐俊人 周新城 译

•

中国人民大学出版社出版
(北京西郊海淀路39号)

中国人民大学出版社印刷厂印刷
(北京鼓楼西大石桥胡同61号)

新华书店北京发行所发行

•

开本: 787×1092毫米32开 印张: 10.75
1984年3月第1版 1984年3月第1次印刷

字数: 244,000 册数: 7,600

统一书号: 4011·468 定价: 0.91元

А.Г.Савченко А.Г.Яремчук
ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ
В СССР

КИЕВ
ГОЛОВНОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО ИЗДАТЕЛЬСКОГО
ОБЪЕДИНЕНИЯ «ВИЩА ШКОЛА» 1978

目 录

序 言	1
第一章 社会主义经济中价格的本质和作用	3
第一节 价格和价值	3
第二节 苏联国民经济中价格的种类和职能	9
第二章 有计划价格形成的理论和方法论基础	14
第一节 价值是价格的基础	14
第二节 使用价值是交换价值的前提和承担者	24
第三节 价格形成的因素	28
第四节 成本是计划价格的起始基础	42
第五节 价格中的纯收入计划	47
第三章 价格计划的组织	54
第一节 价格计划机关及其职能	54
第二节 报送和批准价格方案的组织	60
第三节 论证价格方案的基本原则	64
第四节 价目表及其编制	70
第五节 长期价格计划的编制	76
第六节 现行价格计划	84
第四章 工业批发价格体系	89
第一节 批发价格的种类和构成	89
第二节 批发加价（折扣）体系	94
第三节 批发价格交货方式	99
第四节 销售加价（折扣）计划	102

第五章	生产技术用新工业品批发价格计划	107
第一节	为替换同类老产品而生产的新产品批发价格的制定	108
第二节	属于补充或增加某产品参数数列的新产品批发价格的制定	119
第三节	崭新产品批发价格的制定	126
第四节	限定批发价格的制定	128
第五节	梯形批发价格的制定	129
第六节	一次性批发价格的制定	133
第六章	采掘工业部门的批发价格计划	135
第一节	采掘工业部门价格形成的特点	135
第二节	煤炭批发价格计划	140
第三节	原油批发价格计划	143
第四节	煤气批发价格计划	145
第五节	电力和热能收费标准计划	146
第六节	黑色和有色金属矿石的批发价格计划	150
第七节	森林采伐工业产品的批发价格计划	153
第七章	重工业加工工业部门批发价格计划	156
第一节	焦炭和金属批发价格计划	157
第二节	机器制造和金属加工部门批发价格计划	165
第三节	化学工业、石油化学工业和石油加工工业部门批发价格计划	172
第四节	制材工业和纸浆造纸工业部门批发价格计划	179
第五节	建筑材料工业批发价格计划	181
第八章	居民消费品批发价格计划	189
第一节	轻工业和食品工业批发价格计划的特点	189
第二节	轻工业各部门批发价格计划	198
第三节	食品工业部门批发价格计划	207
第四节	主要文化生活用品和家用品批发价格计划	221

第九章	农产品价格计划	234
第一节	农业中价格形成的特点和价格体系的发展	234
第二节	收购价格——国家收购农产品的计划价格	243
第三节	社会主义条件下的级差地租和收购价格	250
第四节	各种农产品收购价格体系	259
第十章	货物运输运价率计划	266
第一节	货物运输价格形成的特点	266
第二节	铁路运输运价率计划	271
第三节	水路运输运价率计划	275
第四节	汽车运输运价率计划	285
第十一章	零售价格计划	287
第一节	零售价格的作用和形式	287
第二节	零售价格水平和构成计划	291
第三节	新的人民消费品零售价格计划	300
第四节	作为零售价格要素的商业折扣	308
第五节	公共饮食业产品价格计划	314
第十二章	居民住宅公用事业服务和生活服务价格和收 费率计划	321
第一节	住宅服务收费率	323
第二节	公用事业服务收费率	324
第三节	生活服务项目价格和收费率	328

序 言

提高价格在社会生产方面的经济刺激作用，是解决苏共第二十五次代表大会提出的第十个五年计划期间的社会经济任务的重要因素。为此，必须“采取措施进一步完善批发价格和费率。提高价格在加快科学技术进步、更新产品和改进产品质量、合理利用物质资源方面的刺激作用。”^①

在苏联建设共产主义社会的目前阶段，价格计划工作是共产党和苏联政府经济政策和日常实践活动的最重要部分之一。按照苏联宪法（第130条）规定，制定和采取实行统一价格政策的措施，属于苏联部长会议职权范围。为了进行有计划的价格形成工作和在我国实施国家价格政策，建立了一个广泛的全国价格形成机构网：苏联部长会议国家价格委员会，加盟共和国部长会议国家价格委员会，人民代表苏维埃州（边疆区、市）价格局。某些部（主管机关）和企业也设有价格形成下属机构。

计划价格和运用计划价格所实行的经济核算的正确性取决于价格形成机构的工作质量。不断完善现行的计划价格制度，大力加强计划价格对解决共产主义建设的社会经济任务的作用，这需要培养高度熟练的专家。

① 《苏共第二十五次代表大会文件》，莫斯科，政治书籍出版社1976年版，第173页。

编写本教材的理论基础和方法论基础是马克思列宁主义的价值和价格理论的基本原理：劳动是价值唯一的实体；价格是价值的货币表现形式；在某些特定的客观因素作用下，价格偏离价值。教材反映了社会主义经济中存在商品生产和价值规律发生作用的特点，这些特点可以用这样一些原理的形式来表示：在社会主义条件下，交换价值是社会主义社会成员之间关系在物上的反映；价格形成因素是计划价格形成的不可分割的工具；计划价格是长期起作用的社会必要消耗的稳定定额。

本教材是在总结价格和价格形成方面的科学研究成果和实践活动的基础上研究有计划价格形成问题的。在编写本教材时，考虑到了多年的教学经验，利用了苏联部长会议国家价格委员会和其他价格形成机构批准的方法论和指示文件以及现行价目表。

计划价格形成问题，是根据共产主义建设现阶段国家价格政策、根据苏共第二十五次代表大会决议对计划价格提出的要求进行论述的。

现在，有计划价格形成问题是经济科学中最复杂的、还没有解决的问题。苏联经济学家对有计划价格形成的理论和方法的许多问题，目前还没有共同的想法，因此，在本教材中这些问题是以作者认为最有根据的观点来论述的。

第一章 社会主义经济中价格的本质和作用

第一节 价格和价值

商品货币关系是社会主义生产关系不可分割的一部分。因此，在社会主义社会，如果不正确地了解和利用价值范畴就不可能有效地进行经营管理。在社会主义条件下，反映作为商品交换基础的必要因果联系的客观经济规律——价值规律，仍然在起作用。

交换的比例不是偶然地、而是按照一定的原则形成的。商品生产者主观的并常常是矛盾的想最有利地交换产品的倾向，互相抵消，形成为一定的比例——各种商品实现的比率，这一比率是社会对每一种交换的商品所花费的代价的指标，即揭示出每一种商品的重要方面——价值。按马克思的说法，商品按价值进行交换“是理所当然的，是商品平衡的自然规律。”^①

把个别劳动消耗转化为社会必要劳动消耗，是价值规律的最重要职能之一，这一职能不仅要求从数量上反映劳动消耗，而且要求把不同性质的劳动还原为同一的抽象劳动。

价值规律的另一个职能是，商品必须进行等价交换，必须

① 《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社1974年版，第209页。

遵守与物化在被交换的商品中的劳动消耗量比例相一致的交换比例。恩格斯写道：“等量社会劳动的产品可以相互交换，就是说，价值规律正是商品生产的基本规律”^①。价值规律的上述职能是客观的现实。

马克思列宁主义经典作家对一切歪曲价值规律的客观性质、寻找其他价格形成和变动规律的企图进行了不调和的斗争。

列宁指出，“讲到与价格‘无关’，这只能是为了践踏科学，”“价格是价值规律的表现。价值是价格的规律，即价格现象的概括表现。”^②

和任何其他经济规律一样，价值规律并不是孤立地起作用的，而是在与某种生产方式的其他经济规律的一定相互关系中起作用的。这对价值规律在各个社会经济形态条件下发生作用的性质有很大影响，使得价值规律发生变态。

社会主义条件下价值规律作用的特点在于，价值规律并不象在资本主义生产方式下那样自发地影响社会生产，而是在有计划地领导国民经济活动中自觉地加以利用。生产资料社会主义所有制决定了有可能也有必要为了整个社会主义社会的利益而利用价值规律。正因为如此，社会主义价格，既关系到个别企业的利益，也关系到整个社会的利益。

在社会主义条件下，价值规律的重要特点是它的作用范围缩小了。如果说在资本主义条件下价格的作用具有普遍的性质，即劳动力、工厂都有价格，那么，在社会主义社会，劳动

① 《马克思恩格斯全集》第20卷，人民出版社1971年版，第337页。

② 《列宁全集》第20卷，人民出版社1958年版，第194页。

力、工厂都已不是商品，因而并不规定价格。

尽管在社会主义条件下价值规律的作用有很明显的特点，但是，在这里它的主要职能却没有改变。正如存在商品货币关系的其他社会经济形态一样，在社会主义社会里，价值规律仍然是价格的基本规律，商品价值是价格的唯一客观基础。

价值有两个方面——质的方面和量的方面。价值的质的方面是，它是一种社会关系，即价值是交换商品的人们之间生产关系的反映。马克思写道，价值不是“物的属性”，^①而是“人和人之间的关系……在物上的表现”^②。列宁也强调指出，价值是“被物品外壳掩盖着的”人们之间的关系。^③

换句话说，只有用以同其他产品相交换的那种劳动产品即商品才可能具有价值。所以，商品价值只有作为被交换的商品的比例才能表现出来。每一种商品都通过一定数量的其他商品表现自己的价值。商品的这种交换比例，马克思叫做交换价值，它不外是价值的独立的表现形式。^④在历史发展的过程中，交换价值经过了许多变化——从简单的或偶然的价值形式到最高的、货币的形式。用来交换商品的货币材料数量也决定商品的价格。

恩格斯写道，从数量方面看，“商品的价值是由体现在商品中的社会必要的……劳动决定的。”^⑤用马克思的话来说，

① 《马克思恩格斯全集》第26卷第8册，人民出版社1975年版，第139页。

② 同上书，第159页。

③ 《列宁全集》第21卷，人民出版社1959年版，第42页。

④ 见《马克思恩格斯全集》第31卷，人民出版社1972年版，第321页。

⑤ 《马克思恩格斯全集》第20卷，人民出版社1971年版，第208页。

应该把社会必要劳动消耗了解为“在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值”所需要的劳动消耗。^①

就其内容来说，生产商品的社会必要劳动消耗是由两部分组成的：在生产过程中消耗掉的生产资料（建筑物、设施、机器、设备、原料、材料）即物化劳动消耗，和活劳动消耗。这也决定了商品的价值构成，商品价值包括已消耗的生产资料价值（c）和由活劳动形成的新创造的价值。后者由必要产品价值（v）和剩余产品价值（m）构成，全部价值则可用公式 $c + v + m$ 表示。

在社会主义经济条件下，所消耗的生产资料价值和必要产品价值组成产品成本。整个来说，社会总产品价值中，成本比重约为80%。剩余产品价值的货币表现采取两种纯收入形式：利润和周转税。剩余产品创造得越多，扩大生产和提高人民福利的可能性就越大。但是，在社会主义条件下，剩余产品的增加，不是由加强对工人的剥削和恶化工人劳动条件来实现，而是由于有可能提高劳动的技术装备率、改进生产组织和劳动组织、提高工作人员熟练程度、更好地利用自然资源和企业内部潜力，并在此范围内实现的。社会主义社会的剩余产品，不是由个别人占有，而是由社会支配的。

所以，在社会主义经营管理条件下，决定商品价值量的社会必要劳动消耗数额，是根据现有的中等生产条件客观地形成的。但是，在社会主义社会里，不仅存在决定社会必要劳动消

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第52页。

耗的一切必要条件，而且也存在影响商品价值量的可能性。^①

现在，社会必要劳动消耗还不能直接用劳动时间来计算，而要用间接的方法——借助于货币来计量。用货币表现的商品价值就是它的价格。因此，价格是商品价值的货币表现。这意味着所有商品的价格总和等于商品的总价值。但是，这并不意味着每种商品的价格都等于它的价值。价值仅仅是价格的一般基础。各种商品的价格可以与它们的价值一致，也可以在各种原因的影响下朝这个或那个方向偏离价值。

马克思指出，“价格和价值量之间的量的不一致的可能性，或者价格偏离价值量的可能性，已经包含在价格形式本身中。”^②所以，作为价值的间接表现的价格形式本身，就决定了价格与价值不一致的可能性。但是，主要的问题并不在于价值表现形式的特点，而在于商品交换不是别的，而是人们之间的一种关系，而这种关系并不是必须以等量价值的比例建立起来的。恩格斯也强调指出了这一点：“商品价格对商品价值的不断背离是一个必要的条件，只有在这个条件下并由于这个条件，商品价值才能存在。”^③

价格经常偏离价值的必然性，是任何一种商品生产形式都固有的。区别仅仅在于，这是怎样实现的，和为了什么目的实现的。例如，在社会主义条件下，商品价格是有计划制定的，而不是自发地波动的。价格的变化或价格对价值的偏离，是根

① 决定社会必要劳动消耗的各种可能途径，将于第二章考察。

② 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第120页。

③ 《马克思恩格斯全集》第21卷，人民出版社1965年版，第215页。

据现有的客观经济条件自觉地实现的。

商品价格是以作为所有商品的一般等价物的货币来表现的。在任何发达的商品经济中只有借助于货币才能交换商品。在这种情况下，货币充当商品的价值尺度。

为了使货币能够衡量商品的价值，货币本身应该具有价值。因此，商品可以作为货币，因为生产商品消耗了社会劳动。黄金就是这种商品。在交换过程中，每一种商品等于一定数量的黄金。凝结在商品和黄金中的相同数量的劳动是这种比例关系的基础。

同时，黄金并不是在任何情况下都必须以实物形态与商品相交换。在市场上存在价值各不相同的各种各样商品和交换行为多得不可胜数的情况下，要把黄金分为与每一种被交换的商品的价格相适应的各个部分，实际上是不可能的。为了便于交换，每一个国家都规定了与一定重量的黄金相适应的货币单位。在苏联，货币单位是卢布。一卢布相当于0.987412克黄金。这一货币单位也是在商品交换时商品价格比例的基础。借助于货币单位，在交换过程中各种不同的商品相互之间可以相比。

除了价值尺度职能外，货币还执行其他职能：流通手段，支付手段，积蓄手段和世界货币。

因此，货币是作为所有商品的一般等价物的商品。货币凝结了社会劳动，反映了商品生产者之间的生产关系。社会主义条件下的货币是社会对社会产品生产和分配、对劳动量和消费量进行普遍核算和监督的手段。

第二节 苏联国民经济中价格的种类和职能

在苏联国民经济中，价格可以分为以下几种：批发价格，收购价格（农产品），建筑产品价格（预算价值、列入价目表的价格），劳务费率和零售价格（卖给居民的产品）。

工业内部各个企业之间或各工业企业之间以及国民经济其他部门（农业、运输业、商业）企业之间完成产品流转时使用的价格，叫做批发价格。采购组织也按批发价格将某些农产品销售给工业企业，以便进行加工（或处理）和销售给商业组织，以便卖给居民。

收购价格是指集体农庄和国营农场以及居民将农产品出售给国营组织和合作社组织时使用的价格。规定收购价格水平的原则，是要保证农业企业能够合理经营，拥有足够的积累，以便支付国家税收、满足扩大再生产的需要以及靠这些积累弥补的其他需要。

在各个加盟共和国和各个不同的土壤气候地区，以及在某些情况下年内的各个不同季节（蔬菜、土豆、水果、瓜类、牲畜、家禽）收购价格是有差别的。借助于收购价格，可以为在不同地区进行工作的、客观上形成不同费用的条件下进行农产品生产的各个农业企业创造相同的经济前提。此外，季节差价（按年内各个季节分别规定）为集体农庄和国营农场全年均衡地向居民和工业供应农产品提高了物质兴趣。

建筑产品价格（预算价值）是为订货单位与承包建筑组织就所进行的工作或所建造的项目进行结算，以及评价固定基

金、确定基本投资量和进行其他计算的价格。

生产性和非生产性劳务费率是一种特殊类型的价格。运输业、居民生活服务领域等等都有劳务费率。在社会主义经济制度中，运价率是货运、客运、行李和邮件运送的一种社会主义计划价格。生活劳务费率（价格）就其经济内容来说是各种各样的，这是与生活劳务本身的多样性相一致的。从生产领域订货（例如缝制衣服）到非生产领域提供劳务，都规定有劳务费率。

产品是通过国营商业和合作社商业按零售价格卖给居民的。零售价格是所有各种消费品和某些大宗生产资料的最终价格。应该指出，零售价格不同程度地要高于工业批发价格，以便保证补偿商业企业费用和保证商业企业的赢利。

集体农庄市场价格是零售价格的一种。这种价格不是由国家规定的，而是在市场上、在供求关系的影响下形成的。但是，在国营-合作社商业网有足够商品资源的条件下，国家零售价格水平对集体农庄市场价格有很大影响。

上述几种主要价格都不能彼此孤立地发挥作用，因为它们是一个相互依存的价格体系，其中一些（或一种）价格水平的变化会对另一些价格水平发生一定的影响。

每一种价格都是以相应的货币形态表现的价值的各个部分组成的。剩余产品价值的货币表现是利润和周转税形式。此外，在产品流通过程中，一部分价值独立出来作为供销组织和商业组织的流通费用和利润的形式，因为供销组织和商业组织规定了销售折扣和商业折扣（加价）。就整个国民经济而言，价值的所有这些部分总合起来以货币形式反映了社会必要劳动消耗（价值），而且成为整个价格体系的各个组成要素。

可见，可以把价格的各个组成部分——成本、利润、反映