

Ю. Л. Шнирлин и Г. А. Липштейн

К вопросу о потребительской емкости рынка

I

В качестве основного экономического показателя при объяснении ряда явлений хозяйственной жизни приводят данные так называемого покупательного фонда населения и потребительской емкости рынка. Эти показатели ставятся во главу угла при исследованиях наиболее острых и злободневных явлений на рынке. Разбирается ли вопрос о равновесии рынка, возникает ли спор о балансе между городом и деревней, дебатировалась ли актуальная проблема о степени насыщенности рынка товарами, — во всех этих случаях показатели покупательного фонда населения и потребительской емкости рынка играют исключительную роль. К сожалению, ни точного определения понятия „покупательный фонд“ и „потребительская емкость“, ни точных указаний на методы их исчисления мы на страницах экономической печати не встречали. Не было также дано — что чрезвычайно важно — и достаточно четкого разграничения понятий — „покупательный фонд населения“ и „потребительская емкость рынка“. Скорее наоборот! Покупательный фонд населения часто смешивают с потребительской емкостью рынка и ставят между ними знак равенства. Между тем, как мы постараемся показать ниже, нельзя отождествлять покупательный фонд населения и потребительскую емкость рынка, ибо это — понятия не равнозначные и не равновеликие.

В данной статье мы попытаемся уточнить понятия „покупательный фонд населения“ и „потребительская емкость рынка“ и остановиться на факторах, определяющих потребительскую емкость.

II

Пассивная (расходная) часть денежного баланса населения состоит из множества разнообразнейших статей, резко отличающихся друг от друга. Однако, все они могут быть легко сведены к трем основным группам: 1) к расходам, связанным с рынком (товарные расходы), 2) к расходам, с рынком не связанным (нетоварные расходы), и, наконец, 3) к сбережениям.

Вторая группа — нетоварные расходы, — в свою очередь, бывает двух родов: расходы, которые при данном культурном уровне и бытовых навыках населения являются для последнего обязательными, и расходы, которые население может производить по своему усмо-

трению. Первые, к которым мы относим налоги и налогодобные платежи, коммунальные расходы, плату за квартиру (при определенной минимальной жилой норме) и некоторые другие расходы, которые вызываются уже чисто бытовыми условиями и культурными навыками, в частности, некоторые общественно-политические расходы (членские взносы в профсоюз и друг.), мы в дальнейшем нашем изложении будем называть обязательными. Все остальные нетоварные расходы мы будем называть второстепенными или необязательными.

Несомненно, что провести точную грань, резкий водораздел между обязательными и необязательными расходами чрезвычайно трудно, так же трудно, как разграничить зависимые и независимые расходы, перелажаемые и неперелажаемые налоги, или, например, точно установить *existenz-minimum*. Но практически между указанными понятиями все же можно условно провести и проводят демаркационную линию.

Все денежные средства, которые расходуются населением, можно, таким образом, разбить на две группы: в одну группу войдут такие средства, расходование которых является для населения обязательным (обязательные нетоварные расходы) и в другую — средства, расходование которых является зависимым от населения.

Нам представляется это разграничение чрезвычайно важным, так как очевидно оказывать влияние на состояние потребительского рынка может только вторая группа — зависимые расходы.

Именно эта часть денежных средств может при известных условиях полностью и целиком пройти через рыночные отношения, именно эта часть, а не вся сумма денежных средств является тем максимумом, тем пределом спроса со стороны населения, на который может рассчитывать потребительский рынок. Эту часть денежных расходов мы называем платежеспособным или покупательным фондом населения.

Итак, покупательным фондом населения мы называем ту часть денежного расхода населения, которая, как максимум, может при известных условиях полностью и целиком пройти через рыночные отношения. При этом наступление этих условий, как правило, имеет место при беспокойном состоянии рынка.

При нормальном же состоянии рынка не весь покупательный фонд реализуется населением на приобретение товаров.

Определенная часть его, как мы указывали выше, расходуется на получение благ нетоварного характера (гигиену, культурно-просветительные нужды и т. д.), часть же откладывается населением в виде сбережений.

Все остальные денежные средства проходят при нормальных условиях через рыночные отношения, т. е. расходуются населением на приобретение товаров. При этом все приобретаемые товары по характеру потребления разбиваются на две части: товары личного

потребления и товары производственного потребления. К первой части мы относим те из приобретаемых товаров, которые поступают в непосредственное потребление населения (питание, одежда, курение и т. д.), ко второй относятся те товары, которые приобретаются населением для технико-производственных целей (сельскохозяйственные машины и орудия, строительные материалы и т. д.).

Количество и сумма всех приобретаемых населением данного района товаров личного потребления и представляют собою то, что мы называем потребительской емкостью рынка.

Из этого определения следует:

1) что потребительская емкость рынка касается исключительно товаров личного потребления; все товары производственного и технического назначения, даже если они и приобретаются населением непосредственно (напр., покупка сельским населением сельскохозяйственных машин) в потребительскую емкость не входят; исчисление их емкости—задача особого порядка;

2) что потребительская емкость учитывает только потребление приобретаемых товаров, а не всякое потребление; так, потребление населением продукции своего хозяйства, своего производства (напр., крестьянином своего хлеба) в потребительскую емкость не входит;¹

3) что потребительская емкость оставляет совершенно в стороне вопрос о потреблении потребительских товаров (напр., масло, сахар, яйца) промышленностью.

Из определений, данных выше, видно, что покупательный фонд населения нельзя отождествлять с потребительской емкостью, так как последняя, как правило, является только частью первого.

Как и на каждую экономическую категорию, на каждую конкретную величину, которая отображает определенные социальные отношения и экономическую действительность, на потребительскую емкость, на структуру и размеры ее влияет бесчисленное множество факторов и явлений, подчас действующих параллельно, подчас же в противоположном направлении. Из всего этого комплекса явлений мы считаем необходимым остановиться на четырех, которые являются, по нашему мнению, главнейшими. Это, во-первых, покупательный фонд населения, во-вторых, уровень цен на товары, в-третьих, наличие товаров на рынке и, наконец, в-четвертых, культурный уровень и бытовые навыки населения.

¹ Потребительская емкость рынка учитывает потребление исключительно населения данного района и оставляет совершенно в стороне инорайонный спрос. Практически, однако, при исчислении потребительской емкости рынка в районном масштабе не всегда удается полностью игнорировать инорайонный спрос. Дело в том, что количество населения района исчисляется на основании сплошных переписей, которые наряду с коренным населением учитывают также и приезжее население, случайно оказавшееся в районе во время переписи.

Все эти факторы находятся между собой в определенной взаимозависимости. Так, напр., чем выше покупательный фонд и ниже товарные цены, тем больше и значительнее, при прочих равных условиях, потребление товаров населением в натуральном выражении. С другой стороны, степень насыщенности рынка товарами влияет как на размер, так и на строение потребления, трансформируя его в том или ином направлении. Далее, культурный уровень и бытовые навыки населения, определяемые в значительной мере покупательным фондом—определяют структуру потребления населения. Наконец, уровень цен также влияет на состав и размеры потребления. Таких тесных переплетений можно было привести значительное количество, но мы полагаем, что и отмеченных примеров достаточно, чтобы проиллюстрировать сугубую переменность величин, влияющих на потребительскую емкость. Для сколько-нибудь правильного определения потребительской емкости рынка необходимо выявить переплетения и взаимодействия хотя бы указанных выше факторов.

Функциональная зависимость потребительской емкости рынка от множества величин, в свою очередь переменных и зависящих от многих моментов хозяйственной жизни не только данного района, но далеко выходящих за пределы его, приводит к тому, что она (емкость) особенно в развернутом ее виде является величиной динамической, текучей, и только в качестве таковой ее и можно принимать.

Если мы все же численно отражаем размер потребительской емкости данного товара на данный период в определенном натуральном или ценностном выражении, то надо при этом помнить, что как бы идеально точны ни были положенные в основу материалы и правильны исчисления, фактическая потребительская емкость может быть несколько другой величиной. Поэтому на исчисленную потребительскую емкость надо смотреть не как на фотографический снимок, точно передающий размеры и структуру спроса населения, а как на некую условную величину, около которой находится фактическая емкость рынка. И задача правильного исчисления потребительской емкости рынка заключается в том, чтобы отклонения фактической емкости от исчисленной (условной) были минимальны.

III

Отвлекаясь несколько в сторону от нашей прямой задачи, мы хотели бы фиксировать внимание читателя на одном, чрезвычайно важном явлении, которое до сего времени не получило ни надлежащего объяснения, ни должной оценки. Мы говорим об ажиотаже на рынке некоторых товаров. Исходя из доходности населения, структуры его бюджета, показаний предыдущих лет, грузооборота и экспертной оценки, которая является выражением конденсированного опыта, сгустком его, известно, что потребительская емкость рынка данного товара равна примерно a . И все же часто спрос на данный товар

предъявляется в размерах, далеко превышающих нормальную емкость. Объясняя такой взвинченный спрос, обычно ссылаются на ряд факторов не экономического, а скорее чисто психологического порядка. Если это объяснение и правильно, то оно не полно, так как отмечает только одну сторону вопроса — спрос населения и размеры его расходов. Другая же сторона вопроса (приходная часть бюджета) совершенно не освещается. При таком объяснении не указывается источник покрытия расходов, не ясно, откуда население черпает средства для добавочного спроса. Не получает же население или подавляющая часть его в периоды ажиотажа добавочных доходов, не увеличивается же специально для этой цели ни зарплата, ни какие-либо другие виды доходов? Сбережения населения большой роли в этом отношении также не могут играть, так как они очень скромны по своим размерам.

Частично население получает добавочные средства путем перестройки своего бюджета. В определенный момент население может почерпнуть средства для закупки ажиотажных товаров путем временного сокращения своего спроса на целый ряд других, достаточных товаров.

Но не малую роль играет, по нашему мнению, и другой источник. Некоторыми нетоварными расходами население может пренебречь, оно может второстепенные необязательные расходы опустить и затратить, таким образом, сбереженную сумму на приобретение товаров, нужных ему в данный момент. Может также население опустить и товарные расходы производственного характера.

При примерном среднем годовом доходе одного московского семейного рабочего в 1925/26 г. в 1000 руб., в 1926/27 г. в 1100 руб., а в 1927/28 г. в 1200 руб. расходная часть его бюджета строилась следующим образом (в % к итогу расхода):

Таблица 1

	1925/26 г.	1926/27 г.
А. Все товарные расходы	77,4	76,0
В том числе:		
1) потребительского назначения	77,1	75,8
2) производственного „	0,3	0,2
Б. Все нетоварные расходы	22,6	24,0
В том числе:		
1) обязательные	10,0	9,7
2) общественно-политические	2,5	2,7
3) необязательные	10,1	11,6
Итого (А+Б)	100,0	100,0

Полными данными за 1927/28 г. мы еще не располагаем, но итоги первых трех кварталов заставляют думать, что в 1927/28 г. повторится изображенная в таблице тенденция сокращения товарных расходов, роста нетоварных и в этой последней повышения роли необязательных расходов. Такая тенденция имеет вполне здоровый характер и основание в растущем благосостоянии рабочих.

Итог трех кварталов 1927/28 г. и динамика движения квартальных расходов в предыдущие годы дают возможность предположить, что обязательные нетоварные и общественно-политические расходы составят в 1927/28 г. 12,5% расходной части бюджета. Тогда сумма покупательного фонда одного московского семейного рабочего составит для 1927/28 г. — 1050 руб. (1200 руб. — 150 руб.). Необязательные нетоварные расходы и товарные расходы производственного назначения в 1925/26 г. составляли в общей сложности 10,4%, в 1926/27 г. — 11,8%, а для 1927/28 г. составят, по всей видимости (округленно), 12,5%. При таком соотношении сумма потребительской емкости будет равна 920 руб. (1050 руб. — 130 руб.).

Предположим, что на ряд товаров предъявляется искусственно повышенный спрос. Из опыта предыдущих лет, из норм потребления известно, что нормальный спрос, который население может предъявить на данный товар, равен a рублям.

И все же вопреки всем этим показаниям под влиянием ряда внеэкономических факторов население в определенный период предъявляет спрос на данный товар не на a рублей, а предположим на $4a$ рублей, т.е. в 4 раза больше. Таких примеров, кстати сказать, можно было бы привести достаточно большое количество из ближайшего прошлого; нужно только вспомнить очереди в Москве за многими продовольственными товарами.

Этот учетверенный спрос состоит, конечно, частично и из инорайонного спроса. Условно мы принимаем, что в нашем примере этот инорайонный спрос равен a рублям. В этом случае мы совершенно абстрагируемся от возможного инорайонного спроса и принимаем условно, что спрос на $3a$ рублей ($4a - a$ рублей) предъявлен исключительно со стороны местного населения.

Оперируя бюджетными данными, мы абстрагируемся от возможного инорайонного спроса, с которым мы сталкиваемся при рассмотрении других данных (например, оборота). Анализируя бюджетные данные, мы берем интересующий нас предмет, так сказать в его чистом виде. Как известно, московский рынок начал вновь испытывать обострение спроса в начале 1927/28 г. Поэтому мы и приводим данные о строении бюджета по двум смежным месяцам — сентябрь и октябрь — за три года.

Таблица 2

Расходные статьи	Рост отдельных статей расхода в октябре по сравнению с сентябрем (в % к сентябрю)		
	1925 г.	1926 г.	1927 г.
Все расходы	+11,7	+11,6	+12,8
А. Товарные	+14,6	+12,1	+18,8
В том числе: ¹			
а) товары широкого потребления	+28,1	+31,4	+34,0
б) пищевкусовые	+7,3	+2,7	+10,4

¹ В данной таблице мы не выделили расходов производственного характера, поскольку они составляют лишь 0,1% к итогу расхода.

Расходные статьи	1925 г.	1926 г.	1927 г.
В том числе питание домашнее . . .	+ 7,8	+ 3,8	+11,3
Б. Нетоварные:	+ 2,1	+ 9,8	- 3,6
В том числе:			
а) обязательные	- 2,0	+ 3,0	- 1,0
б) общественно-политические . . .	+10,0	+13,5	- 2,0
в) необязательные	+ 7,0	+14,0	- 7,0

До прошлого года праздничное снабжение (предоктябрьское) особенного значения не имело. И только к празднованию десятилетия Октябрьской революции московский рынок был снабжен достаточно полно, получил товаров значительно больше обычного. Весь этот товар был рынком поглощен целиком. Частично в этом играла роль большая приезжая масса населения (делегации) и инорайонный спрос для вывоза из пределов Московской губернии. Но несомненно также, что коренное московское население закупило товаров значительно больше обычного. Это мы и видим при анализе бюджетных материалов. Такое расширение товарных расходов должно было иметь опору либо в увеличении доходов, либо в перестройке бюджета. Обычное увеличение доходов в октябре (против сентября) не превышало коэффициентов роста предыдущих лет. Поскольку увеличение доходов не было настолько большим, чтобы служить источником увеличения некоторых расходных статей, должен был вступить в действие другой фактор — перестройка бюджета. Действительно, (см. табл. 2) расширение товарной части происходит, главным образом, за счет необязательных нетоварных расходов. Другими словами, население имеет в своем распоряжении достаточно большой (и все растущий) резерв, которым оно может маневрировать.

Если мы расчленим бюджет рабочего на главные расходные статьи, то увидим, что в IV квартале 1926/27 г. (когда на рынке еще не чувствовалось сильного напряжения) товарные расходы составляли 75%, а в I квартале 1927/28 г. (когда напряжение чувствовалось весьма сильно) товарные расходы достигли 77,3%. Соответственные проценты для нетоварных расходов — 25% и 22,7%. Это снижение прошло почти исключительно за счет необязательных расходов (с 12% до 9,8%).

Таким образом, мы видим, что резерв, который в нормальное время, при спокойном состоянии рынка, получает частично назначение нетоварного характера (культурно-просветительные расходы), либо частично откладывается в виде сбережений, этот резерв может быть выброшен населением на рынок в виде дополнительного спроса на целый ряд товаров. Проводя через рыночные отношения этот резерв население создает себе запасы, а на рынке ажиотаж, при чем этот ажиотаж может быть избегнут исключительно при чрезвычайно больших запасах в товаропроводящей сети.

Изложенное выше указывает на то, что в ряде случаев покупательный фонд является потребительской емкостью в потенции.¹

Совершенно естественно, что чем меньшее число товаров (и на меньшую сумму) является объектом ажиотажа, тем более концентрировано и эффективно добавочное давление на рынок указанного выше резерва. Это обозначает, что степень ажиотажа на рынке при данных условиях и при данном резерве (разрыве между покупательным фондом и потребительской емкостью) находится в обратной зависимости с числом и суммой ажиотажных товаров.

При этом мы совершенно оставляем в стороне второй источник, питающий добавочное давление — перестройку спроса. Этот источник, в свою очередь, может, конечно, изменить указанное соотношение.

Однако, при наших ограниченных нормах потребления значительное сокращение спроса довольно затруднительно, и вполне естественно, по нашему мнению, что при необходимости получения добавочных средств для удовлетворения возникающего спроса население в первую очередь сокращает те расходы, источником которых является резерв. А если это действительно так, то при том положении, что с ростом благосостояния населения (предположим в перспективе какого-либо отрезка времени, напр., пятилетия) в большем темпе растет нетоварная часть бюджета, в частности и в особенности необязательные нетоварные расходы, чем весь доход, и товарная и потребительская часть его. В таком случае ажиотаж на рынке данного товара может проявиться особенно резко.

IV

Как видно из предыдущего, потребительская емкость рынка является функцией следующих основных элементов: доходности и покупательного фонда населения, уровня цен, степени насыщенности рынка товарами, культурного уровня населения и его бытовых навыков.²

Попытаемся вкратце остановиться на зависимости размера и структуры потребительской емкости от каждого из указанных выше факторов.

А. Зависимость потребительской емкости рынка от доходности населения, его покупательного фонда и уровня цен. Прямую и точную зависимость, выраженную математическим уравнением между размером и структурой потребительской емкости, с одной стороны, и доходностью и покупательным фондом населения — с другой, установить чрезвычайно трудно.

¹ Резерв является также источником для сезонного маневрирования покупок.

² На размер и структуру потребительской емкости влияет также в значительной мере наличие у населения своего хозяйства и степень его натурализации. Это, главным образом, относится к сельскому населению.

Указанную выше зависимость целесообразнее всего устанавливать эмпирически в каждом случае и для каждого района на основании бюджетных записей населения. При этом, для того чтобы элиминировать влияние других экономических факторов (кроме размеров доходности и покупательного фонда) необходимо изучать бюджеты одних и тех же социальных групп населения (бюджеты рабочих или служащих и т. п.) разной высоты дохода за одинаковый период.

Так, например, следует сравнивать бюджеты одной какой-нибудь социальной группы населения разной доходности за такой период, при котором цены и обязательные нетоварные расходы не менялись.

И обратно, — нельзя сравнивать бюджеты разных социальных групп населения, так как в этом случае помимо действия высоты дохода на размер потребления будут оказывать также влияние и разные потребительские навыки этих групп населения.

Равным образом, для изучения влияния размера дохода на размер потребления нельзя пользоваться бюджетами хотя и однородных групп населения, но за период, при котором происходили колебания в ценах. Нечего говорить о том, что число объектов изучения (бюджетных записей) должно гарантировать типичность их для определенных групп населения.

Исходя из этих условий, мы в качестве иллюстрации зависимости потребительской емкости рынка от доходности населения и его покупательного фонда приведем данные бюджетного обследования московских семейных рабочих за ноябрь 1927 г., охватившего 340 семей (по материалам МГСПС).

Разработка обследования проведена по шести экономическим группировкам (группам семей разного достатка). Первая группа охватывает семьи с месячным расходом на 1 едока до 20 черв. руб., во вторую группу включены семьи с месячным расходом на 1 едока от 20 до 30 черв. руб., в третью — от 30 до 40 черв. руб., в четвертую — от 40 до 50 черв. руб., в пятую — от 50 до 60 черв. руб. и, наконец, в шестую — свыше 60 руб. в месяц на едока.

Для большей наглядности мы свели шесть групп к трем путем объединения каждых двух смежных групп. Таким образом, в первую группу включены семьи с месячным расходом на 1 едока до 30 руб., во вторую — от 30 до 50 руб., и в третью от 50 руб. и выше.

Разделив все расходы на две группы — товарную и нетоварную, — мы расчленили, в свою очередь, нетоварную часть расходов на три группы. В первую, имеющую для населения обязательный характер, вошли: квартирная плата, оплата коммунальных услуг и налоги; во вторую, дополнительную, включены: общественно-политические расходы в связи с тем, что чрезвычайно трудно и условно причислить эти расходы с абсолютной категоричностью либо к обязательным, либо к необязательным. И в том и в другом случае, против или за

включение можно привести много всяких соображений и убедительных доводов. В третью, наконец, группу нами включены все остальные нетоварные расходы, начиная от шитья и починки, и кончая расходами на зрелища.

Несомненно, что такое деление нетоварных расходов нельзя признать абсолютно правильным и не вызывающим никаких сомнений. Условность такого разделения и включения того или иного нетоварного расхода в группу обязательных или необязательных достаточно очевидна.

Возвращаясь к нашей теме, мы считаем, что при данных социально-экономических условиях и культурно-бытовых навыках населения предлагаемое нами деление нетоварных расходов является наименее условным, а следовательно, и наиболее приемлемым.

Таблица 3

Роль отдельных групп расходов в бюджете московских семейных рабочих в ноябре 1927 г.
(В % к итогу)

Эконом. группы	Группы расходов	Товарные расходы	Нетоварные расходы			Всего	
			Обязательные	Обществ. политические	Необязательные		
I (до 30 руб.)		76,3	9,7	2,3	11,7	23,7	100,0
II (30—50 руб.)		74,0	9,2	2,4	14,4	26,0	100,0
III (свыше 50 руб.)		71,3	8,1	2,8	17,8	28,7	100,0

Из таблицы явствует, что:

1) С ростом благосостояния населения падает удельный вес товарных расходов и растет значение нетоварных.

2) В свою очередь, в группе нетоварных расходов значительно возрастают необязательные (резерв — разница между покупательным фондом населения и потребительской емкостью рынка); также растут, но меньшим темпом, общественно-политические расходы и, наконец, снижаются обязательные.

3) Темп роста или падения того или иного вида расхода с переходом к высшей группе возрастает.

Группа обязательных расходов, в которую включены квартирная плата, налог, коммунальные услуги, несмотря на прогрессивность построения налога, все же в значительно меньшей степени падает на более зажиточные группы рабочих, чем на менее состоятельные. Здесь же нужно отметить, что с введением новой квартирной платы это неравенство должно будет еще более резко вывиться.

Абсолютный размер расходов от группы к группе значительно возрастает.¹ Расходы первой группы составляли 16 руб., второй: 30 руб. и третьей — 46 руб., т.е. рост от первой к последней группе почти в три раза. Соответственные цифры для товарных расходов: 12 руб., 22 руб. и 32 руб. — рост меньше, чем в три раза, для нетоварных расходов: 4 руб., 7 руб. и 13 руб. — рост больше, чем в три раза; наивысшим темпом растет необязательная часть нетоварных расходов (резерв) — в четыре раза (2 руб., 4 руб., 8 руб.).

Необязательная часть нетоварных расходов (резерв) составляет, как видно, настолько значительную, притом все растущую величину, что она в любой момент, будучи переброшенной на закупку товаров, может вызвать известные пертурбации на рынке.

Каждая из частей бюджета (товарная и нетоварная) не представляет собою, в свою очередь, однородной массы расходов, которые бы повышались или снижались одинаковым темпом. Роль некоторых товарных расходов довольно устойчиво показывает падение, других — рост. Если принять все товарные расходы за сто и расчленить их на несколько групп, то получится следующая таблица:

Таблица 4

Группы товаров Эконом. группы	Группы товаров				Итого
	Питание	Одежда, обувь, туалет	Хозяйств. вещи	Прочие товарные расходы	
I (до 30 руб.)	83,3	14,8	1,2	0,7	100,0
II (от 30 руб. до 50 руб.)	74,9	20,9	2,4	1,8	100,0
III (свыше 50 руб.)	62,7	29,9	5,5	1,9	100,0

При падении роли питания остальные товарные группы показывают значительный подъем. Особенно высок темп роста по хозяйственным вещам, которые в высшей экономической группе занимают уже довольно большое место. Сильно также растет и группа „одежда, обувь, туалет“. Абсолютная сумма расхода на питание хотя и увеличивается от низшей к высшей экономической группе больше чем в два раза (с 9,3 руб. до 19,2 руб.), но этот темп роста меньше чем по „одежде, обуви и туалету“ (с 1,7 руб. до 9,4 руб.) или по хозяйственным вещам (с 0,2 руб. до 1,8 руб.).

Отдельные статьи товарных расходов (напр., питание) также не являются однородными. В то время как роль одних товарных групп растет, значение других падает. Если расчленить все расходы по питанию (домашнее) на отдельные статьи и процентировать их к общему расходу на домашнее питание, принятому за сто, получится следующая таблица.

¹ Все дальнейшие цифры округлены.

Таблица 5

Группы товаров Эконом. группы	Группы товаров					
	Растит. происхождение	Живот. ного происхожд.	Алко- голь	Табак и табачн. изд.	Соль	Итого
I (до 30 руб.)	57,5	38,9	2,1	1,3	0,2	100
II (от 30 руб. до 50 руб.)	46,7	44,7	5,2	3,2	0,2	100
III (свыше 50 руб.)	41,7	47,4	6,9	3,9	0,1	100

Продукты растительного происхождения теряют свое значение, уступая свое место продуктам животного происхождения, алкоголю и табачным изделиям. Особенно сильно, как это видно из таблицы, повышается роль спиртных напитков.

Если бы продолжить дальнейшее развертывание бюджетных расходов на питание по экономическим группам, то видно было бы в группе растительных продуктов повышение значения овощей и фруктов и падение роли хлебных товаров, в группе продуктов животного происхождения — повышение роли молочно-масляно-яичных товаров и падение значения мясных; в этой последней — усиление роли колбасных изделий и телятины и падение удельного веса говядины и т. д., и т. п. В группе товаров широкого потребления от низшей экономической группы к высшей повышается удельный вес тканей и готового платья и падает значение обуви и галантерейных товаров. При общем повышении расходов на ткани растет роль суконно-шерстяных и шелковых тканей и снижается удельный вес хлопчатобумажных тканей и т. д. Мы могли бы наш анализ вести в этом направлении и дальше, но мы считаем, что и сказанного вполне достаточно для установления постепенного падения значения от группы к группе менее дешевых товаров и замещения их более дорогими.

Из предыдущего анализа следует, что: а) темп роста резерва (разности между покупательным фондом и потребительской емкостью) выше темпа доходности и потребительской емкости; б) разрыв между указанными темпами возрастет с ростом доходности; в) при повышении доходности товарная часть растет, но удельный вес ее снижается и г) роль более дорогих товаров при росте дохода повышается за счет падения значения менее дорогих товаров.

С ростом благосостояния население расширяет круг потребляемых товаров, при чем увеличение их количества проходит, главным образом, за счет более дорогих и эластичных товаров. Эластичность же товаров является чрезвычайно условной. В то время как, например, для чернорабочих белый хлеб будет эластичным товаром, для квалифицированных, высоко оплачиваемых групп рабочих, служащих или лиц так называемой свободной профессии этот же белый хлеб является неэластичным товаром. Мясо или какой-либо другой

товар, который был эластичным в потреблении рабочих в дореволюционное время, является неэластичным сейчас. Другими словами, для каждой социально-экономической группы населения и для каждого периода эта степень эластичности будет разной.

Но при всей условности понятий „эластичный“ и „неэластичный“ можно считать почти бесспорным следующее положение: при росте благосостояния населения ряд эластичных товаров переходит в неэластичные. Это значит, что если при данном доходе какой-либо товар для определенной социальной группы населения являлся эластичным, то этот же товар по истечении определенного периода для той же группы населения при росте ее дохода станет неотъемлемой частью потребления и в результате перейдет в разряд неэластичных товаров. Иллюстративным примером данного положения может служить животное масло. Духовая довоенная норма потребления животного масла по г. Москве равнялась, примерно, 3 кило, теперь эта норма возросла до 8 кило. Несмотря на такой рост потребления, малейшие заминки в снабжении создают „масляные хвосты“. Таким образом, в связи с ростом доходности населения и устойчивым потреблением животного масла, последнее настолько внедрилось в потребление, что перешло из разряда эластичных товаров в неэластичные.¹

Но список потребляемых населением товаров увеличивается не только количественно, но изменяется также и качественно. Для подтверждения приведем цены, по которым покупают товары разные по экономической мощности группы населения (рабочие). Разработка материала и исчисление цен производилось за ноябрь 1927 г. по 340 семьям рабочих (подробности см. выше). Цены первой группы приняты за 100.

Таблица 6

	I экономич. группа	II экономич. группа	III экономич. группа
Пищевкусовые товары			
а) Растительного происхождения			
Мука пшеничная	100	105	108
Хлеб ржаной	100	113	115
Хлеб пшеничный	100	120	121
Овощи	100	112	116
Яблоки	100	132	147
Ягоды	100	106	111
б) Животного происхождения			
Говядина	100	101	106
Свинина	101	101	105
Телятина	100	158	140
Колбасные изделия	100	115	127
Все мясные товары	100	114	121
Сельди	100	103	107

¹ Конечно, определенную роль в таком росте потребления животного масла и в „масляных хвостах“ играет и недостаток других, кроме животного масла, жиров.

	I экономич. группа	II экономич. группа	III экономич. группа
Рыба соленая	100	195	222
Все рыбные	100	115	128
Масло животное	100	103	106
в) Прочие пищевкусовые			
Постное масло	100	104	105
Сахар	100	96	94
Конфеты	100	116	131
Хлеб сдобный	100	120	120
Папиросы	100	132	136
Соль	100	106	107
Товары широкого потребления			
Все ткани	100	150	178
В том числе:			
Шерстяные	—	100	141
Хлопч.-бумажн.	100	113	112
Все готовое платье	100	326	650
Обувь	100	123	126

Цены, как правило, повышаются с переходом от низшей к высшей экономической группе, т.е. высшая экономическая группа закупает более дорогой по качеству товар. Особенно это сказывается на более дорогих товарах, в частности, на товарах широкого потребления, где разница в ценах не только относительно, но и абсолютно выражается подчас в сумме порядка нескольких рублей.

Единственный товар, цена которого падает при переходе от низшей экономической группы к высшей — это сахар (см. табл. 6). Это падение объясняется тем, что цена на сахар средне-взвешена по рафинаду и песку, а в низших экономических группах более высок удельный вес рафинада (т.е. более дорогого товара), чем в высших экономических группах.

Необходимо также отметить, что шерстяные ткани из-за своей дороговизны, вероятно, низшими экономическими группами вообще не приобретаются.

Из сказанного следует, что: а) уровень цен покупаемых товаров у разных групп населения является частично функцией доходности и покупательного фонда; б) чем выше доход, тем при прочих равных условиях выше цены покупаемых одноименных товаров и в) чем выше абсолютная цена товара, тем выше темп, в котором возрастает разница между ценами различных экономических групп.

Конечно, все положения, отмеченные в настоящей главе, ни на безусловную точность, ни на абсолютную полноту не претендуют. Как видно, они вытекают из анализа материала московского рабочего. Возможно, что при анализе других каких-либо материалов эти положения не всегда подтвердятся. Возможно, что разработанный цифровой материал по другим районам даст другие, обратные результаты, чем приведенные выше, а положения, вытекающие из

этого материала, окажутся диаметрально противоположными высказанным нами положениям. Но такое явление, по нашему мнению, мало вероятно.

При всех прочих равных условиях изменения уровня цен в целом или на отдельные товары вызывают определенные сдвиги и перемещения в потребительской емкости рынка. Но прямую зависимость между уровнем цен и размером потребления с полной категоричностью нельзя установить. Эта зависимость по различным товарам и по различным социальным группам неодинакова. Поэтому выразить ее определенной математической формулой так же трудно, как трудно выразить формулой зависимость структуры и размера потребительской емкости от дохода.

Зависимость эту также надо искать в эмпирическом изучении бюджетов населения. Но поскольку установление этой зависимости является задачей специального исследования, мы в данной статье этого вопроса не затрагиваем.

Б. Зависимость потребительской емкости от объема и структуры товарной массы, обращающейся на рынке, и от потребительских навыков населения. В наше время—перманентного дефицита по целому ряду товаров—анализ и исследование зависимости размеров и структуры потребления от структуры и объема рыночной товарной массы являются особо актуальными.

В настоящей главе мы не собираемся давать исчерпывающего разрешения этой проблемы, мы только ставим ее и даем несколько примеров этой зависимости на основе московских материалов.

Лимитом товарного потребления населения в пределах определенной территории является, очевидно, та товарная масса, которая обращается на рынке этой территории. Естественно поэтому, что значительное сокращение поступления каких-либо товаров влечет за собой сокращение потребления этих товаров и вызывает определенные сдвиги в расходном бюджете населения.

В самом деле, в наших условиях, когда цены в обобществленной торговле строятся и образуются не под воздействием соотношения между спросом и предложением и не повышаются, как правило, при усилении товарного дефицита,—в этих условиях дефицитность какого-нибудь товара высвобождает у населения некоторые средства, которые частично направляются на рынок в виде спроса на другие достаточные товары, частично же получают нетоварное назначение или откладываются в виде сбережений.

Нервное состояние нашего рынка за последние годы, расширение и сокращение списка дефицитных товаров привело к тому, что динамика норм потребления населения по ряду товаров представляет собою не развивающуюся нормально, соответственно с до-

ходностью и уровнем цен линию, а линию зигзагообразную. Стоит только взглянуть на бюджеты московских рабочих, чтобы убедиться в этом.

Таблица 7

Натуральные душевные нормы потребления московских семейных рабочих в год

	(В % к 1925 г.)		
	1925 г.	1926 г.	1927 г.
Мясо	100	95	99
Молочные	100	90	115
Рыба соленая	100	75	130
Крупа всякая	100	86	77
Хлопчатобумажные ткани	100	90	112
Шерстяные ткани	100	100	77

Куда же, на какие товары направляется неудовлетворенный спрос населения?

Изучение бюджетных обследований приводит к заключению, что, как правило, спрос недостаточных товаров перемещается на товары более дорогие, как, напр., с растительного масла на животное, с ржаной муки на пшеничную, с гречневый крупы на макароны и т. д. Перемещение спроса на товары более дешевые (напр., с круп на картофель)—явление сравнительно очень редкое.

Анализ тех же бюджетов показывает, что неудовлетворенный спрос направляется обычно, в первую очередь, на заменяющие товары, главным образом, однородной группы. Так, недостаток круп усиливает в первую очередь спрос на макароны, вермишель и на картофель; недостаток тканей усиливает спрос на готовое платье и трикотаж и т. д. По бюджету московских семейных рабочих сокращение потребления круп из-за их дефицитности (нормы потребления (в % к 1925 г.) в 1926 г.—86 и 1927 г.—77) компенсировалось в некоторой части ростом потребления макарон (соответствующие данные: 100, 119, 124).

То же можно проиллюстрировать и в отношении тканей, готового платья и трикотажа. Резкая недостаточность тканей, особенно суконно-шерстяных, на московском рынке вызвала усиленный спрос на готовое платье и трикотаж, т. е. на товары хотя и дефицитные, но по которым напряжение на рынке было менее острым. По данным тех же бюджетов динамика норм потребления (в денежном выражении) московского семейного рабочего по текстильным товарам рисуется в следующем виде (в % к 1925 г.):

Таблица 8

	1925 г.	1926 г.	1927 г.
Хлопчатобумажные и суконно-шерстяные ткани	100	85	94
Готовое платье	100	17	158
Трикотаж	100	141	130

Мы могли бы привести еще целый ряд примеров перемещения спроса в пределах одной группы (мясо, рыба, яйца, молоко, масло животное в пределах товаров животного происхождения), но и этих вполне достаточно, чтобы доказать выставленное нами выше положение.

Если неудовлетворенный спрос на какой-нибудь товар не находит заменяющих товаров в пределах своей группы, то он направляется на другие группы товаров, часто ничего общего с этой группой не имеющие. Так, перманентная дефицитность товаров широкого потребления, вызвала усиленное потребление продовольственных товаров. Если проследить динамику потребления в г. Москве продовольственных товаров за послевоенное время и сопоставить с довоенным, то можно заметить исключительный рост норм потребления многих товаров, далеко превышающий довоенные.

Для иллюстрации приведем следующую таблицу:

Таблица 9

Душевые нормы потребления продуктов питания в г. Москве¹
(В % к 1913 г.)

	1913 г.	1926/27 г.
Мука пшеничная	100	133
Масло животное	100	258
Яйца	100	179

Еще более интенсивно возросло за последние годы потребление основных продовольственных товаров по группе московских рабочих.²

Таблица 10

	1923/24 г.	1924/25 г.	1925/26 г.	1926/27 г.
	(В % к 1923/24 г.)			
Масло животное	100	145	182	233
Яйца	100	375	500	666
Мясо	100	155	175	192
Сахар	100	118	138	173

В это же время мы можем констатировать сокращение норм потребления по сравнению с довоенными по основным товарам широкого потребления (текстиль, металлоизделия и пр.). Причины таких сдвигов в расходном бюджете населения кроются, главным образом, в объеме и структуре товарной массы, которая обращается на московском рынке. Мы питаемся лучше и одеваемся хуже по сравнению с довоенным временем, главным образом, потому, что насыщенность рынка продовольственными и промышленными товарами неодинакова и что структура рыночной товарной массы отличается от довоенной.

¹ Исчислено на основании данных ж.-д. перевозок. См. „Вопросы Торговли“, № 5, 1928 г., стр. 44.

² Материалы Московского губернского отдела торговли.

Мы хотели бы еще указать на особую роль спиртных напитков в отношении поглощения тех денежных излишков, которые остаются у населения в результате недостаточности некоторых товаров на рынке.

Выше мы уже указали на влияние степени насыщенности рынка на потребительскую емкость и на те колоссальные пертурбации в структуре расходного бюджета, которые могут вызвать и вызывают изменение объема и структуры товарной массы, обращающейся на рынке. Теперь мы остановимся на зависимости между этими пертурбациями и потребительскими навыками населения.

Потребительские навыки населения формируются под воздействием ряда факторов, в числе которых наличие товаров на рынке за ряд лет играет не последнюю роль. Если в течение продолжительного времени на рынке отсутствует или имеется в ограниченном количестве какой-нибудь товар (не первой необходимости) или какой-либо сорт его, то население перемещает свой спрос с этого товара на другой достаточный товар или, если такая замена не совсем возможна, ограничивает потребление этого товара до размеров, которые позволяют насыщенность рынка. Если такое перемещение спроса или ограничение его будет продолжаться ряд лет, то оно может стать для потребителя обычным. У потребителя за этот период вырабатывается в отношении недостаточных товаров (не первой необходимости) новые навыки, новые нормы потребления. Это положение становится особенно верным в том случае, когда спрос с недостаточных товаров перемещается на более дорогие, как, например, с растительного масла на животное. Например, дефицит растительного масла на ряду с другими причинами привел, как было указано выше, к усиленному потреблению других жиров, в частности и главным образом, животного масла (потребление последнего увеличилось по московскому населению в 2½ раза против 1913 г.). Это обстоятельство необходимо всегда учитывать при определении, вернее, планировании емкости рынка.

Мы хотели бы здесь еще не надолго остановиться на этом вопросе и проиллюстрировать наше положение явлениями московского рынка из недавнего прошлого.

В 1927/28 г. мы в основном имели на московском рынке такую картину. Завоз продовольственных товаров по сравнению с 1926/27 г. увеличился в темпе недостаточном, но все же большем, чем завоз товаров широкого потребления. Несмотря на это, острота напряжения на рынке ощущалась в большей степени по линии продовольственных товаров, чем по линии товаров широкого потребления. Могут, правда, возразить, что физиологическое значение обеих групп неодинаково. Возражение это, однако, не совсем убедительно. Не надо ведь забывать, что большая острота чувствовалась на рынке продовольственных товаров при нормах, далеко превышающих довоенные, а меньшая острота на рынке промтоваров ощущалась при

пониженных против довоенных норм. Все это говорит о том, что довоенные нормы для настоящего времени не показательны и принимать их за единицу измерения при определении емкости рынка нельзя.

К сожалению, предвидеть и точно учесть в условиях ограниченной территории района степень насыщенности рынка, особенно по отдельным товарным группам, чрезвычайно затруднительно. При исчислении емкости рынка в районном масштабе этот фактор (степень насыщенности рынка) можно учитывать только на основе союзных показателей и общей конъюнктуры. Такой метод, хотя и кажется на первый взгляд грубым, оказывается в наших условиях не столь ошибочным. Дело в том, что дефицитность ряда товаров остается за последнее время и останется на ближайшие несколько лет довольно устойчивой, так что в отношении этих товаров (текстиль, некоторые металлоизделия и т. д.) степень насыщения рынка на ближайший период повысится очень незначительно.

Потребление населения изучается по материалам бюджетных обследований за ряд лет. Эти последние регистрируют из месяца в месяц фактическое потребление определенных групп населения на базе недостаточности на рынке тех или иных товаров. Таким образом, если дефицит какого-нибудь товара на рынке имеет длительный характер и переходит из года в год, то он получит некоторое отражение и будет учтен при составлении емкости районного рынка. Отсюда можно сделать вывод, что некоторое игнорирование при исчислении потребительской емкости, степени насыщенности рынка в отношении хронически дефицитных товаров является в значительной степени только кажущимся, фактически же в отношении этих товаров их дефицитность принимается в некоторой степени во внимание при исчислении потребительской емкости путем учета потребительских навыков населения, сложившихся на базе дефицитности этих товаров за ряд лет.

Несколько иное положение с товарами спорадически и временно дефицитными. Однако, если дефицит по этим товарам носит явно выраженный сезонный характер и повторяется из года в год, то в отношении их также распространяется почти все то, что мы говорили выше о товарах длительно-дефицитных, с той только разницей, что в данном случае мы будем иметь дело с сезонным перераспределением потребления.

Итак: а) потребительские навыки населения учитываются на основании бюджетных записей населения, б) на потребительские навыки оказывает большое влияние степень насыщенности рынка товарами за длительный период, в) в наших условиях длительного дефицита ряда товаров степень насыщенности рынка товарами в значительной степени учитывается при исчислении емкости рынка путем изучения бюджетных обследований населения.