

ра обслуживания и народное благосостояние. — М., 1973, с. 8. 4. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 12, с. 725. 5. Там же; т. 24, с. 155. 6. Там же. 7. Методические указания к разработке государственных планов развития народного хозяйства СССР. — М., 1974, с. 702, 703. 8. Правдин Д.И. Непроизводственная сфера: эффективность и стимулирование. — М., 1975, с. 7–9. 9. Правдин Д.И. Указ. соч., с. 6, 7, 10, 11. 10. Баканов М.И. Экономический анализ в торговле. — М., 1974, с. 224. 11. Петров Д.Г. Экономические проблемы материально-технической базы торгового обращения в период научно-технической революции. Автореф. дис. на соиск. учен. степени докт. эконом. наук. — Киев, 1975, с. 11. 12. Баканов М.И. Указ. соч., с. 192, 193. 13. Материалы XXI съезда КПСС. — М., 1972, с. 275. 14. Материалы XXV съезда КПСС. — М., 1976, с. 219. 15. Хозяйственная реформа и вопросы эффективности общественного питания. — М., 1973, с. 68. 16. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. т. 24, с. 146. 17. Ройзман В.М. План, хозрасчет, стимулы в общественном питании. — М., 1975, с. 13, 15. 18. Мартынов В.Р. Общественное питание: вопросы управления и организации. — М., 1975, с. 20–22. 19. Рябушкин Т.Р. Закономерность воспроизводства в социалистических странах. — М., 1970, с. 8; Петров Д.Г. Указ. соч., с. 11.

Б.П. Антропов

СПРОС НАСЕЛЕНИЯ, ЕГО СУЩНОСТЬ И ФОРМЫ

В последнее время проблемы спроса стали объектом пристального внимания ученых, особенно после организации Всесоюзного научно-исследовательского института по изучению спроса населения на товары народного потребления и конъюнктуры торговли (ВНИИКС) и специальных служб по изучению спроса в системе Министерства торговли СССР и промышленных министерств.

В последние годы по вопросам изучения и прогнозирования спроса вышло большое число монографий и научных статей.

Вместе с тем, несмотря на относительно большое количество изданной литературы, отдельные проблемы спроса оказались неразработанными. Можно привести много примеров терминологической неупорядоченности при рассмотрении проблем потребности, потребления и спроса. В частности, отсутствует однозначное толкование понятия спроса. Начнем с того, что

различные авторы при исследовании спроса называют его по-разному: "потребительским", "покупательским", "покупатель - ным", "платежеспособным". Так, П.П.Маслов оперирует термином "потребительский спрос", Б.И.Гоголь - "платежеспособный спрос", А.И.Левин и А.П.Яркин - "платежеспособный спрос населения", Л.Ф.Столмов и И.И.Корженевский - "покупательский спрос" и т.д.

Как отмечают А.И. Левин и А.П. Яркин [1], в большинстве случаев каждому из перечисленных выше терминов пытаются дать обоснование, подтверждающее правомерность их использования. Применение термина "покупательский спрос" авторы объясняют тем, что спрос является категорией товарно-денежных отношений, связанной с рынком. Поскольку обмен товара на деньги представляет собой покупку, то и спрос авторы называют покупательским. Видимо, главным при использовании данного термина следует признать чисто языковое сходство со словами "покупка", "покупатель". При этом термин "покупательский спрос" применяют для обозначения спроса как индивидуальных, так и коллективных потребителей. Нередко им пользуются, когда хотят разделить спрос населения на товары и спрос на услуги, а также подчеркнуть различие между спросом населения и спросом предприятий и организаций на товары народного потребления и средства производства.

Вместе с тем покупать можно не только предметы народного потребления, но и услуги, а также средства производства, которые являются товарами. Кроме того, покупателем являются не только индивидуальные потребители (население), но и коллективные (предприятия, учреждения и т.д.). Поэтому термин "покупательский спрос" в равной степени может означать как спрос на предметы народного потребления, так и на услуги, средства производства. Его в равной степени можно использовать при характеристике спроса населения, а также предприятий, организаций, учреждений.

Применяя термин "потребительский спрос", его авторы хотят подчеркнуть связь спроса с личным потреблением. Однако спрос предприятий на средства производства, которые выступают как самостоятельные потребители продукции, с той же степенью обоснованности мог быть назван "потребительским". Кроме того, личное потребление связано не только со спросом и рынком. Оно, как известно, осуществляется и за счет других источников (личных подсобных хозяйств, общественных фондов потребления и т.д.).

Термин "покупательный спрос" употребляется обычно для выражения совокупного размера спроса населения на все товары народного потребления.

Ему присущи те же недостатки, что и термину "покупательский спрос".

Таким образом, часто используемые в литературе термины "покупательский спрос", "потребительский спрос", "покупательный спрос" по существу не несут какой-либо смысловой нагрузки и не раскрывают экономического содержания категории "спрос населения". В трудах классиков марксизма-ленинизма понятие "спрос" вообще не употребляется в сочетании с указанными определениями. Как нам представляется, совершенно необязательно и даже неправомерно вводить эти термины в литературный оборот.

В экономической литературе можно встретить различные определения спроса. Например, П.П.Маслов дает такое определение спроса: "Потребительский спрос – это та сторона общественного бытия, где содержание экономических процессов тесно связано с индивидуальной психикой". И далее: "это... возможность покупателя купить нужные ему товары" [2]. Б.И. Гоголь пишет: "Платежеспособный спрос определяет возможный объем реализации товаров, т.е. характеризует емкость рынка. Спрос – это определенный размер общественной потребности, выраженный в деньгах. Таким образом, это потребность в товарах, представленная на рынке. Спрос всегда представлен деньгами, т.е. платежными средствами, имеющимися на руках у покупателей для приобретения товаров" [3]. Л.Ф.Столмов в учебнике "Изучение и прогнозирование покупательского спроса" подчеркивает, что "спрос – это форма проявления той части конкретных экономических потребностей общества и его отдельных членов, которая обеспечена покупательной способностью, т.е. деньгами. Иными словами, спрос – это потребности, которые при наличии товарного предложения могут быть удовлетворены" [4]. Ф.А.Крутиков в работе "Изучение рынка товаров народного потребления" отмечает: "Спрос – это не только сумма платежеспособных потребностей, но и прежде всего совокупность вполне определенных требований на конкретные товары с известными качественными параметрами" [5].

Можно привести и другие определения спроса. Вместе с тем имеется классическая формулировка спроса, данная К.Марксом: "...Потребность в товарах на рынке – спрос"... [6]. В этом определении К.Маркса обращают на себя внимание два обстояте-

льства: спрос – это представленная на рынке потребность в товарах и спрос – потребность в товарах, представленных на рынке. Первое указывает на тесную связь между спросом и потребностями, второе – на связь спроса с рынком, где эти потребности проявляются.

А.И.Левин к этому четкому определению спроса добавил: "...и ограниченная рамками платежеспособной возможности" [7]. Такое добавление оказывается излишним, поскольку в данном К.Марксом определении слова "на рынке" уже говорят о том, что у покупателя в обязательном порядке имеется эта "платежеспособная возможность". Об этом можно прочитать и у К.Маркса: "Необходим не только спрос на товары, но и спрос, представленный деньгами" [8].

Имея в виду данное К.Марксом определение спроса, следует критически отнестись и к часто употребляемому многими авторами словосочетанию "платежеспособный спрос".*

Термин "платежеспособный спрос населения" употребляется авторами с целью подчеркнуть товарно-денежный характер спроса и главным образом платежеспособную возможность потребителя. На самом деле в этом нет необходимости.

Как подчеркивал К.Маркс, спрос "действителен только при том условии, если имеет в своем распоряжении средства обмена" [9]. Вот что по этому поводу писал Ф.Энгельс: "Для экономиста действительным представлением спроса, действительным потребителем является лишь тот, кто может предложить эквивалент за то, что он получает" [10]. Таким образом, спрос может быть только платежеспособным. Иного спроса не существует.

Представляется, что наиболее точной характеристикой спроса населения является термин "личный" или "индивидуальный" спрос. Спрос же, предъявляемый коллективными потребителями на средства производства, более правильно называть "производственным спросом". Аналогичные понятия использовали классики марксизма-ленинизма при определении потребления товаров народного потребления и потребления средств производства. Такая терминология также соответствует данному К.Марксом делению покупателей и потребителей на индивидуальных и производительных. "...Рассматривая спрос и предложение, – писал он, – мы считаем, что предложение представляет сумму продавцов, или производителей, данного определенного товара, а

* См. указ. источники Б.И.Гоголя, А.И.Левина и А.П.Яркина.

спрос – покупателей, или потребителей (индивидуальных или производительных), этого же самого товара” [11].

Таким образом, говоря о спросе населения, следует различать спрос населения на товары народного потребления и спрос на услуги.

Выше рассматривались понятия и термины, употребляемые в отечественной экономической литературе для характеристики спроса как экономической категории. Вместе с тем встречается широкий круг терминов, характеризующих различные виды и разновидности спроса в зависимости от времени его возникновения, степени удовлетворения и т.п. Обоснованность применения некоторых из них вызывает сомнения.

Так, в экономической литературе – монографиях, учебниках, методических пособиях – отмечается, что спрос может быть реализованный, неудовлетворенный и формирующийся. Если первые две формы проявления спроса в целом не вызывают возражения, то правомерность термина “формирующийся спрос” сомнительна. Слова К.Маркса “на рынке”, как нам представляется, не только обуславливают “платежеспособность” спроса, но и ставят сам спрос в определение условия места и времени. Такой вывод напрашивается исходя из того, что рынок всегда имеет определенную ограниченность во времени и пространстве. Изучение рынка вне этих категорий теряет всякий смысл. Так называемый “формирующийся” спрос не имеет четко ограниченной временной ориентации, это еще не реальный спрос. Представляется, что до появления нового товара на рынке не может быть на него никакого спроса, в том числе и “формирующегося”. С появлением же товара на рынке на него возникает спрос, и называть его, на наш взгляд, целесообразнее “спрос на новые виды товаров”. Естественно, что формы и методы его изучения могут иметь отличия от спроса на ранее освоенные товары.

Причины такого разнообразия в определении спроса следует, очевидно, искать в том, что сам спрос носит двойственный характер, обуславливаемый двойственным характером товара. Потребитель неизбежно сталкивается с двумя сторонами товара: потребительной стоимостью и стоимостью. Обе из них он обязательно учитывает при предъявлении спроса на товар. В отличие от потребности спрос всегда конкретен и обладает количественной и качественной определенностью. К.Маркс отмечает, что “товар покупается покупателем не потому, что он имеет стоимость, а потому, что он есть “потребительная стоимость” и употребляется для определенных целей...” [12].

Поскольку спрос предъявляется всякий раз на конкретную потребительную стоимость, имеются основания говорить о потребительной стороне вопроса. В свою очередь, как подчеркивалось ранее, спрос всегда непосредственно связан с возможностью потребителя представить определенную сумму денег. Следовательно, можно говорить и о платежеспособной стороне спроса. Бесспорно, что обе стороны спроса взаимосвязаны. Однако между ними существуют различия и противоречия. Вместе с тем разделение и тем более противопоставление их друг другу может быть допустимо лишь с целью более четкого выявления способов и форм воздействия на спрос ряда общих и специфических процессов и факторов. С этой точки зрения попытаемся рассмотреть условия, в которых развивается спрос населения на современном этапе и комплекс влияющих на него факторов.

Прежде всего ассортимент товаров народного потребления стал значительно шире и разнообразней. Радио, телевидение, печать оперативнее и полнее, чем прежде, информируют население о новых товарах народного потребления. С учетом возросшего культурного уровня трудящихся все это ведет к повышению требования к ассортименту и качеству выпускаемых товаров.

В результате темпы развития спроса населения также повысились. Спрос стал более предметным, динамичным, переключение его с одних товаров на другие происходит гораздо быстрее.

Развитие спроса протекает в целом под влиянием значительного роста возможностей его удовлетворения. По важнейшим изделиям массового производства достигнут высокий уровень потребления. Покупательная способность широких слоев населения находится сейчас на таком уровне, который позволяет удовлетворить спрос населения, далеко выходящий за рамки основных потребностей. В результате значительная часть покупательных фондов остается сравнительно свободной и относительно сложно предсказать возможность ее применения.

Как известно, спрос на любой товар народного потребления развивается под воздействием целого ряда факторов. При этом, как справедливо подчеркивает М.М.Дарбинян, "... мы не располагаем и вряд ли когда-нибудь в обозримой перспективе будем располагать полным их перечнем" [13]. Можно также целиком согласиться и с замечанием Ф.А.Крутикова и М.М.Марьясина о том, что "... в разные моменты времени и при разных условиях развития народного хозяйства и внутреннего рынка эти причины (факторы) проявляются по-разному" [14].

Все факторы по природе, характеру, степени и времени воздействия, возможности количественного измерения их влияния на спрос и другим признакам классифицируются по определенным группам. Из существующей в литературе классификации факторов наибольшую значимость для понимания экономической сущности спроса имеет группировка их по природе воздействия на спрос. По этому признаку наиболее часто факторы делятся на экономические и неэкономические (демографические, социально-психологические, эстетические, природные, климатические и т.д.). Не оспаривая правомерности такой классификации, считаем возможной классификацию факторов на две следующие группы. К первой группе целесообразно отнести все факторы, непосредственно влияющие на потребность, а следовательно, и на потребительную сторону спроса, ко второй — факторы, оказывающие решающее влияние на платежеспособную сторону спроса, или экономически ограничивающие, увеличивающие реализацию потребностей. Первый комплекс охватывает большую группу как объективно обусловленных факторов (демографических, природных, климатических, социальных), так и имеющих главным образом субъективный характер (моду, привычки, вкусы, наклонности и т.п.). Второй комплекс выражает покупательную способность потребителя и определяется исключительно экономическими факторами: степенью развития материального производства и общественного разделения труда; распределением национального дохода; денежным доходом населения и распределением его между отдельными группами населения; формой оплаты труда; общим уровнем розничных цен и их соотношением по отдельным товарным группам; средними розничными ценами и т.д.

Необходимо отметить, что за последнее время степень воздействия различных групп факторов в целом на развитие спроса существенно изменяется.

Доход населения до недавнего времени использовался почти полностью на покрытие расходов, связанных с насущными жизненными потребностями, и между колебаниями дохода и спроса существовала весьма тесная связь. С повышением жизненного уровня советских людей эта зависимость значительно ослабевает. Как показали проведенные Белорусским филиалом ВНИИКСа исследования, по большинству товаров народного потребления (одежде, обуви, радиотоварам, спорттоварам, часам, посуде и др.) определяющими мотивами спроса являются внешний вид, соответствие направлению моды, удобства в пользовании, высо-

кие технические данные и т.п. Все больше расширяется круг непродовольственных товаров народного потребления, для которых главными факторами, определяющими спрос, становятся мода, привычки, вкусы, наклонности и т.п. Кроме того, спрос в значительной мере обуславливается возрастом, профессией, состоянием здоровья потребителя, национальными особенностями.

Все это приводит к тому, что в изучении спроса возрастающую роль начинает играть исследование мнений, намерений покупателей, социальной значимости и потребительских свойств товаров. Значительно возрастает роль исследования процессов насыщения рынка и взаимозаменяемости товаров народного потребления.

На более обстоятельном исследовании этих вопросов и должен быть сделан акцент при изучении спроса населения на современном этапе.

Л и т е р а т у р а

1. Левин А.И., Яркин А.П. Платежеспособный спрос населения. - М., 1976, 2. Маслов П.П. Изучение потребительского спроса. - М., 1971., с. 31-32. 3. Гоголь Б.И. Платежеспособный спрос и розничный товарооборот. - М., 1968, с. 15. 4. Столмов Л.Ф. Изучение и прогнозирование покупательского спроса. (Учебник). - М., 1972, с. 20. 5. Крутиков Ф.А. Изучение рынка товаров народного потребления. - М., 1972, с. 145. 6. Маркс К. и Энгельс Ф. Соч., т. 25, ч. 1, с. 207. 7. Левин А.И. Изучение и прогнозирование спроса населения. - М., 1973, с. 6. 8. Архив К. Маркса и Ф. Энгельса, т. 4, 1935, с. 175. 9. Маркс К. и Энгельс Ф. Соч., т. 4, с. 79. 10. Там же, т. 1, с. 566. 11. Там же, т. 25, ч. 1, с. 212. 12. Там же, т. 19, с. 387. 13. Дарбинян М.М. Формирование ассортимента и товарные запасы в торговле. - М., 1974, с. 34. 14. Вопросы изучения и прогнозирования спроса населения. Сб. - М., 1975, с. 107.

Т.М.Соломатина

ПРИБЫЛЬ В ТОРГОВЛЕ И ЕЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ОПТОВО-СБЫТОВЫХ СКИДКАХ

В торговле, как и в промышленности, затраты по реализации товаров принимают особую экономическую форму - издержек обращения.