

## Экономический прогноз у американских концернов

Проблема экономического предвидения в капиталистическом обществе тесно связана с изучением хозяйственных циклов, давно уже привлекающих внимание исследователей. Интерес к изучению торгово-промышленных циклов особенно оживился за последние годы, в значительной мере в связи с наметившейся с конца прошлого столетия чрезвычайно характерной тенденцией к постепенному сжатию периода хозяйственного круговорота. Если в течение почти всего девятнадцатого века обычная продолжительность цикла достигла 10—11 лет, то уже с конца века она сократилась до 7 лет, а для Северо-Американских Соединенных Штатов в текущем столетии — даже до 3 лет.<sup>1</sup> Столь участвовавшая смена приливов и отливов волн экономической жизни естественно возбудила как среди исследователей, так и у промышленных и широких общественных кругов живой интерес к пониманию механизма колебаний хозяйственной конъюнктуры. Особенно внимание привлек при этом уже ранее неоднократно отмечавшийся многими исследователями факт почти периодического характера чередования конъюнктурного цикла,<sup>2</sup> а также обнаруживавшаяся известная последовательная зависимость между отдельными показателями хозяйственной конъюнктуры. Для лучшей ориентировки в этих сложных вопросах назрела потребность в постановке соответствующих систематических наблюдений над экономическими процессами, на основе строго подобранных, достаточно чутких рядов конъюнктурных показателей. Такое научно организованное наблюдение за более или менее продолжительный период представило бы возможность выявить конкретный характер колебаний конъюнктурных волн и помогло бы решить существеннейший вопрос о симптомах прохождения народного хозяйства через ту или иную фазу конъюнктурного цикла. Тем самым было бы отчасти облегчено освещение столь же заманчивой, сколько и сложной задачи прогноза ближайшего направления хозяйственной конъюнктуры.

Навстречу этой потребности приподнять край завесы грядущей экономической конъюнктуры пошли многие научные, а за ними и хозяйственные организации в разных странах, задавшиеся целью построить так называемые «экономические барометры» для предсказания экономиче-

<sup>1</sup> Постепенное сокращение продолжительности промышленных циклов было предсказано еще Марксом. «До настоящего времени период этих циклов составляет 10—11 лет, но нет никакого основания считать эту величину постоянной. Наоборот, на основании развитых выше законов капиталистического производства, следует предполагать, что продолжительность циклов будет постепенно сокращаться». См. Карл Маркс. «Капитал». Т. I, изд. О. И. Поповой (2-е), стр. 455.

Известный американский экономист W. Mitchell, в недавно изданной работе американского Национального Бюро экономических исследований „Business Annals“, определяет среднюю продолжительность промышленных циклов для Европы в 5,1—6,4 лет, для С.-А.С.Ш. — в 4 года. Однако, классификация циклов у Mitchell'a сильно отличается от обычной, включая более кратковременные колебания хозяйственной конъюнктуры, не всегда охватывающие фазу кризиса. (См. назв. соч. стр. 53).

<sup>2</sup> Периодический характер циклов признается не всеми исследователями. Из новейших противников периодичности следует назвать W. Mitchell'a. См. упомянутую работу „Business Annals“.

ской погоды. Таким «барометрам», обычно составленным из нескольких кривых, объединяющих основные более чуткие показатели народнохозяйственной конъюнктуры, было уделено за последние годы особенное внимание в Сев.-Американских Соед. Штатах. Здесь, помимо пользующегося заслуженной известностью научно-разработанного «барометра» Гарвардского Экономического Бюро, имеется ряд других аналогичных обобщающих индексов конъюнктуры — Babson'a, Brookmire'a, Standard Statistics Company и др.

Важно отметить, что самая возможность конструирования такого сложного и, при всех его недостатках, все же весьма тонкого орудия, как «экономический барометр» была в сильной степени облегчена значительными успехами хозяйственной статистики, наметившимися с 90-х гг. прошлого столетия. Эти успехи сказались в двояком отношении: во-первых, был накоплен огромный статистический материал из области хозяйственной статистики, особенно за период мировой войны и еще более — за послевоенные годы; во-вторых, была значительно подвинута вперед теория статистического метода (разработка теории корреляции трудами Galton'a, Person'a Edgewortha; развитие теории «временных» рядов и изучение методов элиминирования вековой тенденции („trend“) и сезонных колебаний — преимущественно работами W. Persons'a и др.<sup>1</sup>

Однако, все достижения в области конструирования хозяйственных «барометров» относятся преимущественно к формально-статистической стороне дела; что же касается экономической интерпретации конъюнктурных кривых, то она оставляет желать многого. Различные организации как в Северо-Американских Соед. Штатах, так и в Европе, поставившие у себя такие обобщающиеся конъюнктурные индексы, чаще всего при истолковании их пользуются наиболее примитивным в методологическом отношении способом аналогии или же — что по существу является в конечном счете той же аналогией — применяют, разработанную на основании опыта прошлых наблюдений, определенную статистическую формулу о взаимозависимости отдельных кривых «барометра». Между тем, при всем своеобразии и сложном переплетении процессов конкретной экономической обстановки, решающее значение для правильного построения как диагноза, так и прогноза хозяйственной конъюнктуры имеет прежде все возможно более полный, всесторонний экономический анализ всего комплекса экономических явлений за данный отрезок времени. Этот анализ может и должен быть дополнен применением вышеуказанных двух методов, но ни в коем случае не может быть ими заменен.<sup>2</sup> В практике же интерпретации конъюнктурных кривых — основных компонентов «барометра» — сплошь и рядом наблюдается обратная картина. Этим обстоятельством в известной мере и объясняется та частая разногласия, которую мы замечаем у разных организаций в пределах одной и той же страны при предсказании экономической погоды (наприм., в С.-А.С.Ш. в 1923 году и др.).

Но, если даже лучшие экономические «барометры», построенные в целях установления прогноза общего направления хозяйственной конъюнктуры страны, так далеки еще от совершенства и часто не оправдывают возлагающихся на них ожиданий, то тем менее эти общие индексы оказываются пригодными к выявлению конъюнктурных колебаний в отдельных сферах хозяйственной жизни и, в частности, в отдельных отраслях промышленности. Ибо вполне очевидно, что общие колебания конъюнктуры находят неодинаковое отражение в различных областях хозяйства.

<sup>1</sup> См. W. Persons. „Statistics and Economic Theory“ в журнале „Review of Economic Statistics“, July 1925.

<sup>2</sup> Это обстоятельство особенно подчеркивается Президентом Американской Статистической Ассоциации E. Daуem см., например, „The Annals of the American Academy of Political and Social Science“, September 1928.

Это расхождение в степени активности различных хозяйственных сфер сказывается еще более, когда амплитуда колебаний конъюнктурных волн несколько сжимается, как это и наблюдается, например, за последние годы в Сев.-Амер. Соед. Штатах (после тяжчайшего кризиса 1920/21 г.).

Указанными причинами и было обусловлено появление среди отдельных хозяйственных объединений и крупных фирм, деятельность которых протекает в определенных отраслях промышленности, частных специальных «барометров», которые, наряду с общехозяйственной конъюнктурой и в связи с ней, отображают особенности колебаний ее в данной торгово-промышленной области. Цель таких специальных, частных «барометров» — узко практическая. В соответствии с их прогнозом хозяйственные организации намечают конкретные планы своей деятельности на ближайшее будущее.

Особенно благоприятную почву нашло применение этих частных «барометров» в сильно концентрированной промышленности Сев.-Амер. Соед. Штатов, где, отметим, кстати, вообще на исследовательские работы как в сфере промышленности, так и в других отраслях народного хозяйства, обращено весьма серьезное внимание и где, например, траты на разного рода научно-технические лаборатории и другие исследовательские аппараты, достигают колоссальных цифр — около 200 миллионов долларов в год (участие частных предприятий выражается, примерно, в  $\frac{2}{3}$  этой суммы).<sup>1</sup>

Методы построения прогноза, применяемые различными американскими концернами, весьма пестры. Но их все же можно привести к небольшому числу наиболее характерных типов. С этими наиболее типичными примерами из американской действительности мы и попытаемся познакомить читателей, поскольку это позволяют имеющиеся в нашем распоряжении неполные новейшие материалы в этой области.

Предварительно лишь отметим, что значительную роль в широком ознакомлении промышленных кругов с научными методами конъюнктурных наблюдений сыграли уже упомянутые нами организации по конструированию общих «барометров» и в особенности Гарвардское Экономическое Бюро. В целях лучшего уяснения дальнейшего изложения напомним, что в известном Гарвардском «барометре» основные показатели народнохозяйственной конъюнктуры объединены в 3 кривых, следующих одна за другой с известной закономерностью. Впереди всех движется кривая ценных бумаг (промышленных и железнодорожных акций), обозначаемая А — Speculation. За ней с известным отставанием („lag“), примерно, месяцев на 6, прodelывает соответствующие фазы линия торгово-промышленной конъюнктуры (В — Business) составленная из данных о предьявленных к оплате чеках провинциальных банков и об оптовых ценах. Наконец, за этой кривой, почти с таким же полугодовым запозданием, следует линия кредита (С — Money), представляющая собой движение учетных ставок. Такая последовательность в движении кривых составляет «логическую и практическую основу для научного предсказания конъюнктуры».

Следует отметить, что для прослеживания ритмических колебаний конъюнктуры, указанные кривые не строятся непосредственно из конкретно данных в действительности статистических рядов, так как последние включают в себе разные типы колебаний. Обычно различают в них четыре рода колебаний: 1) длительное движение или вековую тенденцию, (trend), 2) сезонные вибрации (в месячных рядах), 3) конъюнктурные колебания и 4) нерегулярные или случайные колебания. При сопоставлении указанных кривых задача заключается в том, чтобы выделить из конкретно данных рядов чисто циклические колебания (неотделимые,

<sup>1</sup> См. „General Electric Review“, February 1929.

правда, от нерегулярных), удаляя вековую тенденцию и сезонные моменты. Методы этой статистической операции, тщательно разработанные Гарвардским Бюро (главным образом — работами W. Persons'a), широко используются различными промышленными организациями при построении хозяйственных обобщающих индексов.<sup>1</sup>

Применение всех перечисленных методов, разработанных Гарвардским Экономическим Бюро и друг., мы наблюдаем в ряде «барометров», построенных отдельными американскими концернами. Характерна в этом отношении постановка наблюдения над конъюнктурой крупной фирмы по выработке стали и продуктов из нее Simonds Saw and Steel Company. Эта фирма, путем сопоставления за ряд лет динамики двух основных конъюнктурных кривых — кредита и спекуляции — с движением линии сделок по продаже своих товаров (вековая тенденция и сезонные колебания элиминируются), обнаружила интересную закономерность в их следовании. Оказалось, что кривая спекуляции антиципирует месяцев на 9 колебания линии сделок фирмы, а кривая кредита опережает ее на год.<sup>2</sup> С другой стороны, опыт также показал, что эта последовательность в движении кривых не является вполне устойчивой. Так, например, за 1924/25 гг. указанная зависимость претерпела некоторые изменения и отставание линии сделок от конъюнктурных кривых возросло: от линии спекуляции — до одного года, а от кривой кредита — до 1,25 года. Обнаружилось также, что как раз для критических моментов конъюнктуры — для фаз кризиса или депрессии, когда правильность прогноза приобретает особенно актуальное значение — последний часто не оправдывался. Так было в год тяжелого кризиса — 1920/21 г., так случилось и в год интенсивной хозяйственной депрессии — в 1924 г.<sup>3</sup>

Помимо отмеченных двух кривых, являющихся вестниками грядущих продаж за относительно длительный период, указанная фирма для кратковременного прогноза пользуется исследованием движения кривой строительства. Последняя получается путем исчисления средней арифметической из двух, отчасти условно разработанных, индексных рядов — невыполненных заказов United St. Steel Corporation и разрешений на постройки Dodge Corporation.<sup>4</sup> Эмпирически было установлено, что кривая строительства месяца на 2—4 опережает колебания сбыта рассматриваемого концерна. На основании всех перечисленных сопоставлений Saw and Steel Corporation учитывает грядущие изменения конъюнктуры и строит свои хозяйственные планы.

Интересно отметить, что фирма не довольствуется достигнутыми уже результатами и производит дальнейшие изыскания по нахождению зависимости между ходом продаж ее товаров и движением ряда других конъюнктурных показателей (движение банковских депозитов и др.).

Примером другой хозяйственной организации из отраслей, изготовляющих средства производства, пытающейся построить научно обоснованный прогноз для планирования своей деятельности, является крупная металлообрабатывающая фирма The Walworth Manufacturing Company. Характерно для этой фирмы, что ее исследования в области конъюнктуры не достигли еще того познавательного уровня, который позволил бы ей установить определенную последовательную зависимость в движении конь-

<sup>1</sup> Мы здесь не останавливаемся на дальнейших деталях о методах построения Гарвардского «барометра», так как вопрос этот неоднократно освещался в нашей экономической литературе и в частности на страницах «Планового Хозяйства» (см., напр., №№ 1 и 10 за 1926 г. и др.).

<sup>2</sup> Industrial Forecasting, by C. White Annals of the American Academy etc. Sept. 1928.

<sup>3</sup> Ibidem, p. 116.

<sup>4</sup> По строительству при этом берется не индекс за данный месяц, а средняя за 3 месяца, которая повышается потом на 25% с целью повышения веса этого показателя.

юнктурных кривых и линии сбыта продукции концерна. Поэтому фирма использует как свои, так и иные конъюнктурные показатели (кривая торгово-промышленного рынка Гарвардского барометра, соответствующий индекс Snider'a) лишь для самой общей ориентировки в хозяйственной обстановке страны. При этом тщательно исследуются особые условия отдельных районов, как путем изучения соответствующих характерных показателей (особое значение фирма придает данным о движении банковской задолженности по главнейшим городам района), так и при помощи ознакомления с провизорными исчислениями представителей компании в отдельных районах о реализации отдельных товаров. Длительный опыт по изучению общего индекса конъюнктуры показал, как именно состояние общей конъюнктуры народного хозяйства отражается на заказах фирмы. Особенно сильно сказывается на них состояние строительства — основного потребителя продукции фирмы. В связи с этим уделяется усиленное внимание статистическим показателям о движении разрешений на постройки (общие данные о строительстве, промышленное строительство и др.). Все это служит для выработки основной программы деятельности фирмы как кратковременной, так и более длительной. Первая разрабатывается в конце каждого квартала на следующее полугодие или год, вторая — менее детальная — на предстоящие 4 года.<sup>1</sup>

Еще больший интерес представляет опыт ряда организаций, производящих преимущественно предметы широкого потребления. Сюда относится, прежде всего, едва ли не крупнейший концерн в Соедин. Штатах — Американская телефонная и телеграфная компания, контролируемая Морганом. Эта гигантская организация выделяется среди ряда других в отношении конкурирования перспективных планов своей деятельности тем, что последние разрабатываются не на одни лишь ближайшие сроки, а (в общих чертах) на очень длительный период, охватывающий десятки лет (15—25 л.).

Для наблюдения за общей хозяйственной конъюнктурой компания самостоятельно исчисляет индекс (влияние цен элиминируется), представляющий собой взвешенную среднюю из 11 важнейших конъюнктурных показателей: продукция чугуна, стали, битуминозного угля, бумаги, строительного леса, кожи (подшвы), электрической энергии; потребление хлопка, деятельность шерстяной промышленности, продукция железных дорог (в тонно-милях) и железнодорожные погрузки.<sup>2</sup> Индекс охватывает продолжительный период, начиная с 1877 г. В ранние годы основанием индекса служили только показатели по чугуну. При исследовании этих кривых определяются: вековая тенденция (trend) и сезонные колебания, элиминируемые по методам, применяемым Гарвардским Экономическим Бюро.

Помимо этого обобщающего индекса, для кратковременных предсказаний концерн пользуется еще собираемыми им за ряд лет детальными месячными показателями по основным сферам народного хозяйства — по промышленности (включая состояние рабочего рынка и заработной платы), сельскому хозяйству, торговле, транспорту и кредиту. Одновременно концерном изучаются специальные месячные обзоры о состоянии рынка на местах, получаемые им от своих отделений. На основании всей совокупности этих данных строится прогноз конъюнктуры на предстоящий год. Прогноз этот намечает лишь основные тенденции конъюнктуры. Он несколько раз в течение года подвергается пересмотру и исправлению в соответствии с вновь поступающими сведениями.

<sup>1</sup> The Annals of the American Academy etc.

<sup>2</sup> См. «Business Forecasting in the United States: Recent Developments by Individual Companies» в журнале «International Labor Review», February, 1929.

Это предвидение направления конъюнктуры предопределяет для концерна выбор момента для расширения своих предприятий, для приобретения сырья в зависимости от складывающихся рыночных условий, для найма рабочей силы и др.

Не менее тщательно ведется работа по подготовке материалов для длительного планирования. Необходимость учета конструкции нового, сложного, рассчитанного на действие в течение ряда лет технического оборудования заставило концерн заняться изучением влияния более длительных факторов на объем спроса на изготавливаемые им аппараты. Одним из наиболее существенных факторов является здесь рост населения. Опираясь на весь наличный статистический материал о естественном и механическом движении населения по отдельным городским пунктам (учитывая центры тяготения в связи с развитием промышленности и торговли) концерн определяет ожидаемую численность населения на 15—25 лет вперед. Далее, для более близкого определения предстоящего спроса на телефонные аппараты и др., концерн исчисляет — опять-таки по отдельным городским пунктам — вероятную группировку населения по размерам квартирной платы, так как различные группы населения являются не в одинаковой мере потребителями этих аппаратов. Наконец, учитывается и предстоящее развитие торговых и промышленных предприятий (с группировкой на мелкие и крупные) и учреждений по тем же пунктам, так как эти категории потребителей предъявляют значительный спрос на аппараты концерна.<sup>1</sup> Весь этот сложный комплекс данных, наряду с учетом намечающегося прогресса в сфере телефонной и телеграфной техники, и составляет основную базу для ориентировки концерна в своих общих перспективных планах.

Обращаясь к другому гигантскому концерну — General Motors Corporation, занимавшему в 1928 г. первое место по автомобильной продукции среди других объединений, следует отметить, что в отличие от предыдущей хозяйственной организации, он не ставит себе целью построение так далеко заглядывающих прогнозов. Да это и вряд ли возможно в такой отрасли промышленности, продукты которой подвергаются сравнительно частым и сильным изменениям в связи с быстро шагающими вперед техническими усовершенствованиями. Характерным для данного концерна является и то обстоятельство, что для выяснения общей народнохозяйственной конъюнктуры, он не строит самостоятельных индексов, а пользуется уже существующими в стране и наиболее авторитетными «барометрами».<sup>2</sup> Эти индексы, дополненные некоторыми другими показателями (рост населения, и национальных доход), служат для общей ориентировки в рыночных условиях, складывающихся для продукции автомобильной промышленности на ближайший год. Такие годовые провизорные исчисления по реализации продукции всей автомобильной промышленности страны и касающиеся отдельных групп машин (дешевые, средние и дорогие) обычно производятся за период с 1 августа по 31 июля. Опыт исследования за прошлые годы показал, что спрос на автомобили находится в тесной корреляции с народнохозяйственной конъюнктурой.

Для определения доли участия концерна в удовлетворении общего спроса населения на авто-машины учитываются условия конкуренции со стороны других автомобильных объединений (Форд и др.), а также намечающиеся изменения в конструкции моделей у конкурентов (изменение модели Фордом в 1927 г., сопровождавшееся резким сокращением продукции его концерна и др.).

Кроме этих перспективных планов на год, намечающих только общую линию политики концерна, General Motors Corporation строит

<sup>1</sup> См. „Harvard Business Review“, April, 1923.

<sup>2</sup> См. „International Labour Review“, February, 1929.

детальные программы своих работ на кратковременный период в 4 месяца. Основным источником здесь служат ежемесячные отчеты отделений фирмы, заключающие сведения о продукции текущего месяца, о вероятных размерах реализации основных видов машин в ближайшие месяцы, о наличных запасах и прогноз продукции на грядущие 3 месяца. На основании этих местных данных, в случае надобности корректируемых, строится общий для всего концерна план деятельности, подвергающийся время от времени исправлениям в соответствии с рядом дополнительных сведений. Последние получают каждую декаду от весьма широкой сети корреспондентов-продавцов (18 тысяч чел.) и касается числа проданных машин, поступивших заказов и количества машин, оставшихся в запасе.

Располагая всем этим богатым источником сведений, концерн имеет возможность планомерно регулировать свое производство, несмотря на ярко выраженный сезонный характер спроса на автомобили. Повидимому, в связи с традицией, установившейся за прошлые годы, спрос на автомашины концентрируется преимущественно в весенние месяцы, хотя в настоящее время около 75% всех проданных машин снабжены закрытыми кузовами и население пользуется автомобилями в течение круглого года. Так, продажа машин за три весенних месяца, март — май, составляет 37,5% всей годовой реализации, при чем апрельский отпуск раза в 4 превышает декабрьский. И только обладание указанным богатым арсеналом сведений дает возможность концерну удовлетворить этот сезонный спрос, не отказываясь от равномерного распределения в течение года своей продукции, чем достигается значительная экономия в использовании оборудования и рабочей силы.

Не касаясь методов разработки прогнозов другими хозяйственными организациями, строящими их в основном по тому или иному из вышеприведенных типичных примеров, остановимся теперь на чрезвычайно интересном вопросе о результатах, достигнутых указанными концернами в области хозяйственного прогноза. К сожалению, относящиеся сюда сведения носят весьма отрывочный характер. Наличные данные на первый взгляд рисуют очень благоприятную картину. Так, если сопоставить по рассмотренному нами выше концерну Simonds Saw and Steel Company число кварталов, по которым каждая из изучаемых фирмой кривых правильно предсказывала направление линии сбыта с общим числом протекших 24 кварталов за шестилетний период (1920—1925 гг.), то получим следующие результаты<sup>1</sup>:

Кривые	Число кварталов, по которым предсказание оправдалось	В % к общему числу наблюдаемых кварталов
Кредит . . . . .	22	91,6
Спекуляция . . . . .	20	83,3
Строительство . . . . .	17	70,8

Ошибочным прогноз оказался как-раз в моменты кризиса (1920 г.) и депрессии (1924 г.).

Другая фирма — Disston Company, производящая аналогичные товары, что и предыдущий концерн, указывает следующие результаты своих прогнозов за четыре года:

	% отклонения от исчисленного			
	1924 г.	1925 г.	1926 г.	1927 г.
Заказы . . . . .	5,1	3,2	7,0	8,0
Выручка от продажи . . . . .	0,6	3,0	6,0	7,0
Расходы . . . . .	1,0	1,3	3,0	4,0
Вывоз . . . . .	—	—	3,0	0,9

<sup>1</sup> См. цитированную статью в „The Annals of the American Academy“ etc.

Для Американской телефонной и телеграфной компании достигнутая степень точности предвидения рисуется следующими данными:

Года	Предсказание изменений	Фактические изменения
1921/22	- 10	- 11
1922/23	+ 2	+ 1
1923/24	+ 3	- 1
1924/25	0	0
1925/26	+ 3	+ 6
1926/27	- 5	+ 5
1927 г. (апрель—декабрь)	+ 2	+ 1,5

Наконец, рассмотренная нами выше Walworth Company считает также свои прогнозы в общем оправдавшимися. Так, несмотря на резкий рост сбыта товаров этой фирмы за 1922/23 г., прогноз на 1924 г. указал падение продаж на 13,5%, что оказалось близким к действительности, так как фактически реализации понизилась на 10,5%. Неблагоприятный первоначальный прогноз фирмы на 1926 г. («без прибыли») дал ей возможность своевременно принять ряд мер по снижению себестоимости и тем самым обеспечить себе прибыль значительных размеров.

Приведенные данные показывают, что степень точности, достигнутая в ряде случаев при предсказании экономической погоды — изумительная. Однако, вряд ли можно сомневаться в известном преувеличении этих результатов, публикуемых заинтересованными статистическими аппаратами. Это обстоятельство подчеркивается и компетентным американским исследователем проблемы прогноза в промышленности.<sup>1</sup> С другой стороны, число концернов, по которым приведены соответствующие данные, столь незначительно, что делать отсюда какие-либо общие выводы было бы рискованно. Наконец, нужно еще учесть, что приведенные материалы являются иногда средне-годовыми величинами, так что остается еще открытым вопрос, как оправдался прогноз в течение года. А что в ряде случаев в этом отношении обстояло неблагоприятно и как-раз в самые критические моменты, когда ответственность прогноза особенно значительна, мы уже видели на примере Saw and Steel Corporation.

Невзирая на все это, достигнутые в ряде случаев успехи в сфере предсказания хозяйственной погоды окрылили надежды многих буржуазных исследователей, а также предпринимателей на возможность преодоления промышленных циклов с неизбежными, чреватými столь опасными для капитала в экономическом и социальном отношениях, фазами кризисов и депрессии. «Верно то, что зародыши депрессии не менее теперь непобедимы, чем туберкулезные палочки» заявляет серьезный американский экономический журнал „The Annalist.“<sup>2</sup> «Депрессии и кризисы окажутся все менее возможными» с воодушевлением вторит ему орган крупнейшего электрического концерна General Electric Review.<sup>3</sup>

Однако, перспективы бескризисного развития капиталистического хозяйства в действительности не имеют под собой никакой почвы. Мы уже не говорим о недостаточности уровня современных знаний для построения безошибочных экономических прогнозов. Наша дальнорочность во времени еще весьма ограничена (особенно в идиографическом разрезе). Возможность строить в настоящее время прогнозы на сколько-нибудь длительный период (на год и больше) отрицается даже рядом крупных концернов — Bell System, Walusith Company и др.

<sup>1</sup> Ibidem, p. 124.

<sup>2</sup> См. номер от 2 ноября 1928 г.

<sup>3</sup> В цитированной журналом статье из „New-York Times“ от 6 января 1929 г.

Вряд ли нужно много распространяться и на счет того, что вмешательство в «нормальное» течение стихийных процессов капиталистического хозяйства отдельных, разрозненных мероприятий регулирующего порядка, вроде проводимой в С.-А.С.Ш. системы регулирования кредита Federal Reserv System и др., не облегчает проблемы экономического прогноза, строящегося в условиях капиталистического производства обычно лишь на генетической основе.

Существенное и решающее значение имеет, однако, тот факт, что предсказывание и, следовательно, соответствующее хозяйственное планирование распространяется в Соед. Штатах лишь на небольшие участки народнохозяйственного целого — на отдельные банки, концерны, фирмы, в то время, как основные, важнейшие отрасли хозяйства предоставлены «игре» свободных стихийных сил. Поэтому народное хозяйство в целом неизбежно подвержено превратностям экономического цикла, имманентного капиталистическому способу производства. В лучшем случае научно-проработанный прогноз отдельных крупнейших концернов способен лишь ослабить амплитуду колебаний кризисных фаз экономического цикла, но не более. Для овладения же циклом полностью, необходимо, чтобы весь народнохозяйственный организм или по крайней мере его важнейшие сферы («командные высоты») были пронизаны объединяющим плановым началом, предусматривающим полное взаимодействие отдельных элементов хозяйственной системы. Но такое плановое хозяйство по существу антагонистично капиталистическому способу производства.<sup>2</sup> Оно не может по вполне очевидным социально-политическим причинам сосуществовать с капиталистической системой. Оно явится лишь на смену ей.

<sup>1</sup> См. „Industrial Forecasting“ в упомянутом журнале Annals of the American Academy etc.

<sup>2</sup> Лишь в период мировой войны ряд капиталистических стран временно и частично могли прибегнуть к планированию народного хозяйства.