

За и против потребителя

(К анализу издержек обращения в капиталистических странах)

I

Пертурбационные явления, имевшие место во всем мировом хозяйстве после войны, резко сказались и на экономическом положении широких потребительских масс. Разрушение производительных сил, вызванное войной и сопровождавшееся валютными потрясениями, имело своим последствием обнищание населения и катастрофическое сжатие емкости рынка. Небывалый кризис 1921 г., вызвавший падение резко поднявшихся до этого цен, отразил в себе эти последствия мировой войны и свидетельствовал о степени надорванности покупательных ресурсов во всех странах мира; лишь постепенно восстанавливалось мировое хозяйство, вступая в полосу новой — неустойчивой — стабилизации.

Одним из участков, на котором последствия войны оказались особенно чувствительными, были розничные цены. Проблема розничных цен, вопросы ценообразования приобретают небывалый до этого интерес. Во всех странах мира вводится учет розничных цен и организуется исчисление индексов стоимости жизни; в ряде государств образуются правительственные комиссии для изучения вопросов ценообразования и разработки необходимых мероприятий. Темой настоящего очерка и является анализ структуры розничных цен некоторых важнейших пищевых продуктов. Мы считаем, однако, целесообразным предпослать этому анализу краткую общую характеристику движения розничных цен.

Наблюдался ли отрыв розничных цен от оптовых? Имели ли место в европейских и американских странах „оптово-розничные ножницы“? Состояние статистического материала лишает возможности дать достаточно достоверный ответ на этот вопрос. Общее движение индексов (перечисленных в целях устранения влияния валютных изменений в золото) в важнейших странах показано в табл. 1 (стр. 182); при этом, однако, следует оговорить, что разнообразное построение индексов оптовых и розничных цен (разный состав товаров, разные веса и методы исчисления) делает сравнение очень грубым и недостаточно надежным.

Приведенные индексы дают возможность, как будто, сделать один любопытный вывод: в годы под'ема цен, до кризиса 1921 г., оптовые цены во всех странах значительно превышали в своем темпе под'ема по отношению к довоенному периоду розничные цены; зато падение оптовых цен в этот кризисный год оказалось гораздо более резко выраженным, в результате чего индексы несколько сближаются. Тенденции следующего периода гораздо менее ясны. В ряде стран динамика оптовых и розничных индексов не совпадает (Англия, Голландия, Чехословакия); при общей тенденции роста оптовых цен оба индекса в 1925 г.

Таблица 1

Индексы цен, перечисленных в золото ¹
(Для оптовых цен 1913=100, для розничных 1914=100)

Г о д ы	С.-А. С. Ш.		Англия		Германия		Швейцария		Франция		Голландия		Чехо-Словакия	
	Оптов.	Розничн.	Оптов.	Розничн.	Оптов.	Розничн.	Оптов.	Розничн.	Оптов.	Розничн. (Париж)	Оптов.	Розничн. (Амстердам)	Оптов.	Розничн.
1913—14	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1919	206	186	216	204	83	—	—	243	255	187	294	190	—	—
1920	226	215	213	208	108	136	—	226	212	157	250	180	130	—
1921	147	145	143	168	99	82	172	183	136	124	152	151	93	87
1922	149	139	145	160	—	59	166	151	142	127	153	135	138	154
1923	154	143	152	159	95	58	169	151	134	105	147	136	144	134
1924	150	143	158	152	123	127	165	155	134	104	148	135	145	132
1925	159	153	167	169	130	146	165	165	137	107	156	149	147	132
1926	151	157	153	163	134	144	147	160	117	93	144	147	139	126

¹ Заимствовано из сборника ЦСУ „Мировое хозяйство“. Индексы розничных цен до 1923 г. взяты за июль, за 1923—1925 гг. исчислены вами из индексов за месяцы январь — апрель — июль — октябрь, за 1926 г. исчислены нами, как средние за все месяцы. Золото пересчитано по индексу обесценения валюты на нью-йоркской бирже на те сроки, к которым относятся индексы розничных цен.

оказываются довольно близкими, а последовавшее в 1926 г. снижение оптовых цен привело в большинстве стран к превышению индекса розничных цен над оптовыми. Это в общем свидетельствует о большей устойчивости розничных цен, отношение которых к оптовым ценам определяется „темпераментностью“ последних. Так как, однако, состав обоих индексов далеко не одинаков, то делать более определенные выводы не представляется возможным.

Сопоставление более однородных групп, а именно, группы пищевых продуктов (табл. 2) во всяком случае не колеблет сделанного нами вывода, хотя и здесь мы несколько не обеспечены достаточной сравнимостью индексов.

Таблица 2

Индексы оптовых и розничных цен на пищевые продукты¹

Годы	С.-А. С. Ш.			Англия ²			Германия		Франция		Италия	
	Оптовый		Розн. пищев.	Оптовый		Розн. пищев.	Оптов. прод. сельского хоз.	Розн. пищев.	Оптовый пищевой	Розн. пищев.	Оптовый пищевой	Розн. пищев.
	Сел.-хоз. прод.	Пищевой		Сел.-хоз. прод.	Пищевой							
1913—1914	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1919	231	207	186	249	250	217	352	—	335	261	—	310
1920	218	220	215	233	229	262	1.215	—	459	373	—	445
1921	124	144	145	159	180	226	1.769	—	354	306	—	506
1922	133	138	139	149	200	175	—	—	324	297	569	492
1923	142	144	143	148	231	168	—	—	395	325	548	501
1924	143	144	143	171	224	171	111	127	487	375	562	522
1925	158	157	153	162	193	171	127	146	491	418	551	614
1926	142	153	157	151	209	163	125	144	635	554	683	655

Более ценным явилось бы сопоставление конкретных оптовых и розничных цен на отдельные товары. Хотя эти цены и публикуются отдельными учреждениями, однако, их изучение является делом чрезвычайно сложным в виду разнообразия сортов, учитываемых в опте и рознице; без специального и кропотливого отбора отдельных наименований товаров эта работа не может быть проделана. Приходится поэтому пользоваться специальными (к сожалению, редко проводимыми) исследованиями.

В основных чертах движение оптовых и розничных цен отдельных товаров совпадает; однако, анализ конкретного материала показывает довольно существенное различие, в общем подтверждающее сделанные на основе анализа индексов выводы. Приведем примеры. Из обширного материала, напечатанного в докладе Joint Commission of Agricultural Inquiry (обследование сельского хозяйства в С.-А.С.Ш.), мы выбрали следующие типичные данные:

¹ Заимствовано из сборника ЦСУ „Мировое Хозяйство“.

² Оптовый индекс за декабрь.

Таблица 3

Динамика оптовых и розничных цен в С.-А. С. Ш.
(В центах за фунт)

Товары	Показатель	1913 г.	Максимальн. оптовая цена		Максимальн. рознич. цена		1921 г. (март)	
			Цент.	Индекс	Цент.	Индекс	Цент.	Индекс
Мука пшеничная		Июль	Август 1917 г.		Сент. 1917 г.			
	Оптовая	1,37	5,56	409	5,31	390	1,37	100
	Розничная	3,00	6,60	220	8,10	270	4,80	160
	% накладки . . .	119	19	—	53	—	250	—
Рис		Июль	Февр. 1920 г.		Май 1920 г.			
	Оптовый	5,40	12,80	237	12,20	226	4,50	83
	Розничный	8,70	18,30	210	18,70	215	9,80	113
	% накладки . . .	61	43	—	53	—	118	—
Сахар-песок		Июль	Май 1920 г.		Июль 1920 г.			
	Оптовый	4,50	22,50	522	21,20	471	7,80	173
	Розничный	5,50	25,40	462	26,70	485	9,70	176
	% накладки . . .	22	13	—	26	—	24	—
Сало свиное (Нью-Йорк)			Июль 1919 г.		Июль 1919 г.			
	Оптовый	11,10	35,80	322	35,80	322	12,30	111
	Розничный	16,00	42,50	266	42,50	266	19,90	124
	% накладки . . .	45	18	—	18	—	62	—
Бэкон (Чикаго)			Июль 1919 г.		Июль 1919 г.			
	Оптовый	12,70	33,90	267	33,90	267	15,40	121
	Розничный	29,40	61,50	203	61,50	203	51,60	175
	% накладки . . .	131	84	—	84	—	235	—
Бечина (Чикаго)			Июль 1919 г.		Июль 1919 г.			
	Оптовый	16,60	38,30	230	38,30	230	27,80	167
	Розничный	26,60	58,80	222	58,80	222	51,80	195
	% накладки . . .	60	53	—	53	—	86	—

Эта таблица наглядно иллюстрирует высказанную нами мысль. Даже учитывая всю остроту колебаний цен в военные и первые послевоенные годы, создававшую быстрые и неожиданные колебания в соотношениях оптовых и розничных цен, мы все же убеждаемся в том, что темпы колебаний в опте и рознице различны. В годы наиболее высокого подъема цен розничные накладки значительно отставали от довоенных, так как рост розничных цен шел далеко позади оптовых; зато в кризисный 1921 г. накладка резко возросла (по муке — от 119% до 250%, по рису от 61% до 118%, по салу — от 45 до 62%, по бэкону — от 131% до 235% и т. д.).

В последующие годы движение оптовых и розничных цен, повидимому, более совпадает, но в общем отмеченная нами тенденция сохраняется. Приведем пример из другой страны — Франции. Разница между оптовыми и розничными ценами на мясо в сентябре — октябре 1920 г. составляла к оптовой цене 96%; при падении цен (минимум) в январе — феврале 1922 г. она составила 102%; в период дальнейшего максимального подъема цен (май — июнь 1926 г.) она вновь составила только 82%.¹

Этот факт имеет существенное значение для оценки изучаемого нами явления: именно, в кризисные периоды, когда покупательная сила населения и без того сокращается, отрыв розничных цен от оптовых дает себя знать с особой чувствительностью; именно тогда раздаются с особенной настойчивостью жалобы на несовершенство аппарата обращения на излишнее посредничество, на дороговизну торговли и т. д., и т. д. Эти жалобы являются характерной чертой для всего послесвоенного периода и для всех стран.

Острота положения на розничном рынке вызвала, как мы уже упоминали в самом начале, образование в ряде стран правительственных комиссий по изучению состояния цен и условий ценообразования. Первой по времени была организована комиссия в С.-А.С.Ш. (1921 г.), отчет которой был использован нами в прошлогодней статье в „План. Хоз.“ (№ 9 за 1927 г.). Следует при этом оговорить, что благодаря систематически поставленному изучению внутренней торговли как в Federal Trade Commission, произведшей за время своего существования до двух десятков обследований разных отраслей торговли, так и в аппарате Министерства земледелия (Bureau of Agricultural Economics), а также благодаря исследованию ряда университетов и специальных организаций и учреждений, изучение ценообразующих факторов и, в частности, условий торговли находится в С.-А.С.Ш. вообще на очень высоком уровне. Зато в других странах (кроме Германии) материалы правительственных комиссий явились почти единственными для изучения этих вопросов.

Неоднократные обследования производились, прежде всего, в Англии. В 1923 г. был опубликован доклад комитета, учрежденного министром земледелия и рыболовства, Р. Сандерс, под председательством маркиза Линлисро (Departmental Committee of Distribution and Prices of Agricultural Produce). Сейчас же после падения правительства Макдональда была назначена (24/XI 1924 г.) новая Королевская комиссия по ценам на пищевые продукты (Royal Commission on Food Prices) под председательством О. Джемдес (отчет опубликован в 1925 г.). Наконец, вопросам издержек обращения уделено место и в недавно вышедшем IV томе трудов комиссии А. Бальфура по промышленности и торговле („Further Factors in Industrial and Commercial Efficiency“).

Более ранним и, повидимому, довольно подробным явилось обследование Правительственной комиссии в Швеции, учрежденной в июне 1920 г. в целях изучения торговли пищевыми продуктами (отчет опубликован в 1922 г.). Обследование охватило вопросы качества пищевых про-

¹ Исчислено нами по Bulletin de la Statistique générale de la France, янв. — март 1928 г.

дуктов, организации оптовой и розничной торговли, а также оптовых и розничных цен.¹

К более позднему времени (апрель 1926 г.) относится организация анкетной комиссии в Германии по обследованию производства и сбыта под председательством Ламмерса. В ней (в подкомиссии III) выделена особая группа по торговле под председательством Бернгарда. Работы комиссии, ведущиеся секретно, еще не закончены; они обещают дать интереснейший материал.

Наконец, в 1927 г. организована в Швейцарии министерством народного хозяйства Комиссия по ценообразованию (Preisbildungs Kommission) под председательством Керна, имеющая специальную задачу изучить вопрос о разрыве между оптовой и розничной ценой; в отличие от правительственных комиссий других стран она имеет характер научно-исследовательский. До настоящего времени из обширного списка намеренных ею к изучению товаров, согласно имеющимся у нас данным, закончено обследование цен на молоко.

Эти сведения, вероятно, не являются исчерпывающими. Во всяком случае, они в достаточной мере характеризуют интерес и общественного мнения и правительств к указанному вопросу. В значительной мере на материалах этих обследований мы построим в дальнейшем наш очерк.

II

Мы ограничиваемся в нашем очерке тремя пищевыми товарами: хлебом, мясом и молоком. Для того чтобы показать значение этих продуктов в бюджете городского потребителя, мы приведем следующие данные, заимствованные из материалов, лежащих в основании исчисления индексов стоимости жизни в приведенных в таблице странах (табл. 4)² (см. табл. на след. стр.).

Эта таблица, конечно, не отличается полной точностью, так как в разных странах в состав индекса включается разная номенклатура товаров; она все же для наших целей совершенно достаточна. Таблица показывает, что для разных стран взятые нами товары составляют от 40 до 70% всех затрат рабочих семей на питание. Разница по отдельным странам зависит от различных норм потребления продуктов, в соответствии с уровнем благосостояния рабочего населения, культурно-бытовых и естественных условий страны, а также от уровня цен. Нам представляется не лишним привести данные о нормах потребления, лежащие в основе исчисления индексов стоимости жизни в разных странах (к сожалению, состав стран не совпадает с табл. 4 вследствие отсутствия сопоставимых данных; см. табл. 5).³

¹ Сообщение об этом обследовании мы нашли в одном из изданий Международного Бюро Труда при Лиге Наций, подготовленном к Международной Экономической Конференции в Женеве (1927 г.).

² Таблица составлена и исчислена нами по данным, приведенным в кн. „The Cost of Living in Foreign Countries“ (N.-Y. 1927 г.) и содержащим в себе описание индексов стоимости жизни во всех странах мира.

³ Составлены и исчислены по тому же источнику.

Таблица 4

Удельный вес пищевых сел.-хоз. продуктов в бюджетах рабочих (по индексам стоимости жизни) (В % к бюджету питания)

Продукты	Велико- британия	Франция (Лиаль)	Голландия (Амстердам)	Швеция	Чехо-Словакия
Весь бюджет	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В том числе питание	60,0	65,0	44,8	42,8	56,2
В том числе (в % к расходам по питанию) хлеб и мука	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Мясо	20,96	15,33	18,5	14,7	29,4
Молоко	21,55	22,26	14,5	11,4	27,8
Молоко	7,49	4,21	12,3	12,9	11,2
Все продукты	50,00	41,80	45,3	39,0	68,4
Мясные продукты	5,69 ¹	2,79	Не вкл.	Не вкл.	6,0
Масло	12,28	7,60	14,0 ²	8,1	3,0
Маргарин	2,99	0,88	—	3,3	2,0
Яйца	5,69	2,10	2,3	4,0	2,6
Овощи	—	11,85	12,7	—	6,4
В том числе картофель	5,39	4,27	7,1	3,3	5,6

Таблица 5

Нормы потребления пищевых продуктов по рабочим бюджетам (на семью в неделю)

Продукты	Един. меры	Чехо-Слов. (5 чел.)	Франция (4 чел.)	Австрия (4 чел.)	Швейцария (2 взр. и 3 детей)	Швеция (4,4 чел. — 2,5 взр. ед.)
Хлеб и мука	кг	13,8	13,5	12,4	9,8	8,3
Молоко	литр	8,0	5,8	10,0	21,0	16,7
Мясо	кг	1,8	4,2	2,6	1,7	1,6
Масло кор.	„	0,25	0,4	0,4	0,3	1,6
Яйца	шт.	7,0	4,6	12,0	7,7	8,3
Картофель	кг	7,5	4,8	7,0	4,8	8,4

В странах с более высоким уровнем благосостояния рабочего населения (Швеция, Швейцария), с повышенным индексом реальной зарплаты (в Швеции в 1925 г. — 123,2, в Швейцарии — 123,4), качество питания значительно выше, чем в более отсталых странах. Все же именно эти продукты — хлеб, молоко, мясо — остаются важнейшими в питании населения.

Хлеб наравне с мясом является основным продуктом питания рабочих во всех странах, тем более существенным, чем беднее население. Хлебные розничные цены являются одним из важнейших факторов соци-

¹ Бакон.

² Все жиры.

альной политики; к цене ни одного из продуктов не так чувствительно рабочее население, как именно к цене хлеба. Изменение цены 4-фунтового хлеба в Англии на 1 пенс означает рост бюджетного индекса на $1\frac{1}{2}$ пункта и вызывает увеличение расходов населения в Великобритании и Ирландии на 100 млн. руб. в год.

Движение розничных цен на хлеб за последние годы выражалось в следующих цифрах:¹

Таблица 6

Г о д ы	Велико- британия (шилл. и п. за 4 ф.)	Франция (сант. за кг)	Голланд. (сант. за кг)	Швейца- рия (сант. за кг)	С.-А.С.Ш. (центов за фунт)
1914 (июль)	0—5 $\frac{3}{4}$	40	—	35	5,6
1920	1—0 $\frac{5}{8}$	100	—	—	11,5
1921	1—0 $\frac{7}{8}$	122	36,88	—	9,9
1922	0—9 $\frac{3}{4}$	104	30,63	—	8,7
1923	0—8 $\frac{3}{4}$	115	28,75	—	8,7
1924	0—9 $\frac{1}{4}$	128	29,17	55	8,8
1925	0—10 $\frac{1}{4}$	158	31,46	60	9,4
1926	0—10	224	29,06	56	9,4

Цены на хлеб в Англии на 74 $\frac{4}{10}$ выше довоенных при общем росте розничных цен на пищевые продукты на 63 $\frac{0}{10}$, в С.-А.С.Ш. — на 68 $\frac{0}{10}$ при росте общего индекса на 57 $\frac{0}{10}$; в Швейцарии оба индекса совпадают (+60 $\frac{0}{10}$). Только в 1926 г. установилась устойчивость цен на хлеб в течение всего года в Соед. Штатах и в Швейцарии. В Англии в начале 1927 г. наблюдалось снова некоторое повышение цен на хлеб.

Состояние цен на хлеб служило предметом особого внимания в Англии. И Комитет Линдисго и Королевская комиссия по пищевым продуктам уделили этому вопросу много времени. Особенного внимания заслуживают изыскания Королевской комиссии.²

Остановимся, прежде всего, на вопросе о структуре цены на печеный хлеб. Чьи расходы и прибыль и в каком размере покрывает потребитель, уплачивая свои 10 шилл. за 4-фунтовую булку? По материалам Комиссии, мы составили следующую таблицу, дающую ответ на этот вопрос (табл. 7).

Потребитель уплачивает в своей цене 41,3 $\frac{0}{10}$ канадскому и английскому фермеру, 11,3 $\frac{0}{10}$ — за транспортные и 20 $\frac{0}{10}$ — за производственные расходы (помол и печение); торговые расходы и прибыль (из которой часть относится к производству) составляют 27,4 $\frac{0}{10}$ розничной цены, в том числе 10,7 $\frac{0}{10}$ — прибыль и 16,7 $\frac{0}{10}$ — издержки распределения.

Эти величины получены путем внесения Королевской комиссией довольно существенных поправок в данные, использованные комиссией Линдисго на основании показаний Национального союза пекарей. Сопоставляя данные обеих комиссий, получаем следующие итоги для калькуляции пекарен (см. табл. 8).

Таблица 7

Калькуляция печеного хлеба в Лондоне¹
(Цена зерна на 5/XI 1924 г., хлеба 31/I 1925 г.)

С т а т ь и	В абсол. велич. (в шилл. и пенс.)	В $\frac{0}{10}$	
		К цене муки	К розн. цене хлеба
Цена производителя	39—11 $\frac{1}{2}$	65,1	41,3
Расходы по зерну	2—6 $\frac{3}{4}$	4,3	2,8
Транспорт зерна	9—0 $\frac{1}{4}$	15,0	9,5
Расходы по помолу	5—11 $\frac{1}{4}$	8,5	5,4
В том числе торговые	2—0	3,3	2,1
Прибыль мельницы	2—6 $\frac{1}{4}$	4,2	2,7
Транспорт муки	1—9	2,9	1,8
Цена муки	60—1	100,0	—
За вычет. отходов	51—0	—	63,5
Расходы пекарни	22—10 $\frac{1}{2}$	—	28,5
В том числе торговые	9—6	—	11,8
Прибыль пекарни	6—4 $\frac{1}{2}$	—	8,0
Цена хлеба	80—3	—	100,0

Таблица 8

	1914 г.	1923 г. (Нац. союз пекарей)		1924 г. (Корол. комиссия)	
	Шилл. и пенсы	Шилл. и пенсы	В $\frac{0}{10}$ к 1914 г.	Шилл. и пенсы	В $\frac{0}{10}$ к 1914 г.
Производ. расх. пекарен.	9—1	13—10 $\frac{1}{4}$	153	13—4 $\frac{1}{2}$	147
Торговые расходы	4—9	11—0 $\frac{1}{4}$	232	9—6	200
Прибыль	3—4 $\frac{1}{4}$	1—7 $\frac{1}{2}$	—51,5	4—0 $\frac{1}{2}$	111,5
Всего	17—2 $\frac{1}{4}$	26—6	154	26—10 $\frac{1}{2}$	156

Цена муки в 1923 г. выросла против довоенной по калькуляции Союза пекарей на 56,5 $\frac{0}{10}$. Таким образом, если исходить из его данных, хлебопечение перенесло к потребителю то же вздорожание путем резкого (вдвое) сокращения своей прибыли при громадном росте торговых расходов. В докладе Королевской комиссии нет сопоставления с довоенной ценой муки, но так как индекс хлеба (на 31/I 1925 г. — 10 $\frac{1}{2}$ п. или 182 $\frac{0}{10}$) значительно выше индекса наложения пекарни, то отсюда должно как будто следовать, что едва ли корень вздорожания цены хлеба лежит в хлебопечении. Сама комиссия, однако, никакого вывода в этом напра-

¹ Составлено по „Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich“ за 1927 г.

² Последующие данные взяты „First Report of the Royal Commission on Food Prices“ (1925 г.).

¹ Расхождение с табл. 7 объясняется тем, что здесь исключена скидка в 2 ш. 4 $\frac{1}{2}$ п.

² В калькуляции взяты 331 ф. пшеницы № 1 Сев. Манитобы и 58 ф. англ. пшеницы. Калькуляция исходит из 118 фун. отходов при помолу (стоимостью в 9 ш. 1 п.) и выхода хлеба в 93,5 $\frac{0}{10}$.

влении не делает, ограничиваясь только замечанием, что „в течение второй половины 1924 г. и текущем (1925 году) цены хлеба подымались в соответствии с ценами на муку и пшеницу“ (стр. 25).

В центре внимания комиссии лежит вопрос о том, не являются ли прибыли пекарен излишне высокими. В целях выяснения этого вопроса комиссия разослала анкету, по которой получены следующие итоги:

Таблица 9

Обороты и прибыль пекарен до и после войны в Англии

	Розничные		Кооперативные		Оптовые	
	Март 1913 ¹ июнь 1914	Дек. 1923 ¹ январь 1925	1913	1924	Сент. 1913 ¹ март 1914	Сент. 1923 ¹ март 1924
Число фирм . . .	15	15	10	15	6	6
Оборот по прод. в фунт. стерл. .	11.749	23.458	27.493	59.468	32.262	50.364
Валовая наценка ¹ в %/о к обороту .	29,7	35,2	32,3	34,7	28,2	35,3
Расходы „ . . .	23,1	29,1	18,0	24,2	23,7	31,7
Прибыль „ . . .	6,6	6,1	14,3	10,5	4,5	3,6

Валовая наценка пекарен возросла против довоенного благодаря росту расходов, при некотором даже уменьшении прибыли. Эти данные не совпадают с выводами, вытекающими из калькуляции хлеба.

Сопоставляя результаты своего исследования с данными Министерства финансов по подоходному обложению, комиссия приходит к выводу, что прибыль пекарен слишком высока и что „розничная цена на хлеб должна быть снижена“ (стр. 44). В этом комиссию особенно убеждают данные кооперативной торговли; потребительские общества, продавая хлеб по той же, а иногда и по пониженной цене, возвращают еще своим членам около 2 п. (о роли кооперации мы еще будем говорить особо). Отчет отмечает значительную затрату средств и энергии, вытекающую из неэкономной организации, из излишней конкуренции (три пекарни в одном маленьком городе в 3.000 чел. плюс потребительское общество, обслуживание квартир одной и той же улицы вразнос несколькими пекарнями); комиссия сознает, что здесь лежат возможности значительной экономии, но что меры в этой области „непрактичны в современных условиях“ (стр. 24).

Интересны указания комиссии о политике „твердых цен“ со стороны ассоциаций пекарей. В 13 из 21 обследованного города было установлено наличие единых цен, и в некоторых случаях при этом прямо указывалось на установление твердых цен со стороны союзов пекарей; представители торговли откровенно признавали, что в этом и состоит задача союзов.

В Южном Уэльсе пекари пытались прекратить снабжение мукой тех из конкурентов, которые продавали хлеб по пониженной (против твердой)

¹ Разница между ценой муки и прочих составных частей и продажной ценой хлеба и других продуктов.

цене. Точно также и мельники вставляли в свои договоры по снабжению пекарей пункт, по которому они имели право нарушить договор в случае понижения их покупателем цены хлеба против „нормы“. Отчет отмечает крупную роль, которую при этих условиях играет кооперация, как фактор, противодействующий этой политике твердых высоких цен.

С приведенной выше калькуляцией хлеба любопытно сопоставить аналогичную калькуляцию в С.-А.С.Ш. Не повторяя здесь таблицы, приведенной нами в № 9 „План. Хоз.“ за 1927 г.,¹ отметим лишь следующее: всякое сопоставление калькуляций двух стран может быть, конечно, только условным. Разнообразие методов торговли, географических условий сбыта (транспорт), равно как и методов самой калькуляции и ограниченность материала заставляют такое сравнение считать лишь некоторым грубым приближением к выявлению особенностей сбыта в различных странах. В частности, в данном случае следует отметить, что американская калькуляция имеет в виду оптовую пекарню и дальнейший сбыт хлеба через розничный аппарат, в то время как английская рассматривает пекарню, как розничное заведение. Это — первая причина громадной разницы в структуре цены, а именно: в то время как в Англии на долю производства и транспорта приходится 72,6% и только 27,4% — на распределение, в С.-А.С.Ш. (в 1921 г.) цена распадается почти на две равные части: 50,8% — на производство, включая транспорт, и 49,2% — на распределение. Но если даже исключить розничное звено, считая, что все его функции выполняются пекарней и притом без увеличения расходов последней (что невероятно), то и тогда на долю производства падает лишь 62,4% (против 72,6% в Англии). Учитывая возможное расхождение в номенклатуре статей, а также несовпадение периодов и все выше сделанные оговорки, мы все же должны будем признать это различие двух калькуляций достаточно типичным и показательным: распределительный аппарат в Соед. Штатах обходится значительно дороже, чем в Англии (и вообще Европе).

Переходим к другому важнейшему продукту питания — к мясу. Следует оговорить, что изучение условий ценообразования этого продукта представляет значительные затруднения в виду разнообразия сортов и качества продукта, получаемого из единицы живого скота. Сравнительное изучение оптовых и розничных цен здесь чрезвычайно осложнено. Торговец может получить очень высокую прибыль на одни сорта и части мясной туши при незначительной прибыли (и даже убытке) от других частей. Не останавливаясь поэтому на многочисленных данных, касающихся цен и наценок на отдельные сорта и виды мяса, приведем здесь лишь итоговые данные, охватывающие мясные предприятия в целом, по всему их обороту.

Заключение Королевской комиссии по ценам на пищевые продукты таково, что наценка в Англии на 1 фунт мяса нормально составляет 2 пенса, или 15—20% от оборота, при расходах в 1 1/4 по 1 1/2 пенса (10—15% к обороту) и прибыли в 1/3 или 2/4 пенса (5%).

Эти цифры обосновываются результатами анкетного обследования за 1924 г., давшего следующие итоги (по группам предприятий в зависимости от размеров оборотов):

¹ См. нашу статью „Издержки обращения в С.-А.С.Ш.“.

	Оборот в неделю до 50 фунт. стерл.	От 50 до 100 фунт. стерл.	От 100 до 300 фунт. стерл.	Свыше 300 фунт. стерл.	Коопера- тивы
Число анкет	27	86	126	29	79
Оборот в неделю (в фунт. стерл.)	36	75	159	473	720
Валов. наценка (в % к обор.)	16,4	17,4	17,2	17,5	23,1
Расходы	8,4	10,8	11,5	12,6	13,0
Прибыль	8,0	6,6	5,7	4,9	10,1

Высокая прибыль и низкие расходы в более мелких предприятиях объясняются тем, что оплата труда владельца включена в прибыль. Все же следует отметить возрастающую наценку по мере роста предприятия, вытекающую из возможности приобретения товара по более низкой цене при одинаковых продажных розничных ценах.

Сравнение с довоенными данными говорит (в отличие от хлеба) о росте прибыли при одновременном увеличении расходов, что свидетельствует об удорожании сбыта мяса. В цифровых величинах это выражается, согласно данным анкет, в следующем виде:

	Частные		Кооперативные		
	1912 и 1913 Лондон	1922 Англия и Уэльс (без Лондона)	1913	1922	1924
Число фирм	120	115	165	37	97
Ср. размер обор. в фунт. ст.	6.869	6.035	8.520	18.761	29.636
Валов. наценка (в % к обор.)	16,7	16,2	16,6	18,9	23,5
Расходы	13,5	10,9	11,1	9,0	13,4
Прибыль	3,2	5,3	5,5	9,9	10,1

В Лондоне послевоенная прибыль составила 4,2—4,4% к обороту. Таким образом, удорожание сбыта несомненно. Комиссия также признала возможным снижение цены, констатируя особенную рентабельность этой отрасли торговли.

При этих условиях приобретает особенную значительность факт растущей концентрации розничной мясной торговли. «Конкуренция стала слабее, чем до войны», отмечает доклад, рассказывая о дальнейшем росте фирмы Union Cold Storage Co Ltd. Эта фирма, имеющая 2.356 розничных магазинов, продолжала поглощение других конкурирующих предприятий. Вместе с тем, она продолжала усиливаться и в оптовом сбыте, сохраняя благодаря своим холодильникам решающее значение на рынке. Отчет отмечает с некоторым недоумением удивительное однообразие цен, устанавливаемых по стране из оптового центра мясного рынка — Смифсфолда.

Быть может, наиболее показательными для организации снабжения городов являются условия ценообразования на третьем, интересующем нас рынке — молочном. Мы здесь не будем останавливаться на значении этого продукта для питания городского населения, в частности, детского. Общеизвестными являются и те особенности этого продукта, которые делают организацию его сбыта делом «деликатным» и сложным, требующим специального оборудования и умения.

Калькуляция одной кварты молока в Нью-Йорке (сорт В) в 1915 и 1916 гг. представляется в следующем виде:¹

	В центах	В % к %
Цена фермера	3,8	42,2
Расходы на селе	0,6	6,6
Пастеризация	0,4	4,5
Бутылки и упаковка	0,2	2,2
Доставка	2,4	26,7
Фрахт	0,9	10,0
Расходы по управлению	0,3	3,3
Всего расходов	4,8	53,3
Прибыль	0,4	4,5
Розничная цена	9,0	100,0

Более поздняя калькуляция, относящаяся к 1919 г. (Вашингтон), показывает увеличение доли производителя в цене товара (в соответствии с отмеченным в главе I отставанием роста розничных цен):

	Цент.	% к %
Производитель	7,25	48
Транспорт	0,75	5
Распределение:		
На селе	1,00	7
В городе	6,00	40
Розничная цена	15,00	100

От каких же факторов зависит уровень розничной цены на молоко? «Распределение молока в городе часто приводится как пример расточительной конкуренции», — начинает свой специальный обзор доклад Federal Trade Commission. «Картина 15 или 20 молочных фургонов, разезжающих по одной и той же улице, стоит перед глазами населения и вызывает к осуждению этой траты сил».²

Интересное исследование, получившее широкую известность, провел в г. Рочестере д-р Вильямс в 1911—12 гг. Он опросил 5000 домов или 1/10 всех домов города и получил исчерпывающую картину. По его подсчету, молочные фургоны проходят в обследованных 14 районах в день 420 миль, а могли бы, при единой системе сбыта, ограничиться 33,7 милью (только 8%). В одном из районов, например, 273 дома снабжаются 27 фирмами, которые делают объезд в 25 миль, в то время как при наличии одной фирмы достаточно было бы 2,6 миль.

Как это отражается на цене молока? Д-р Вильямс сделал следующий подсчет:

	При действующей системе	При единой системе	Экономия
Число занятых лиц	356	90	266
„ занятых лошадей	380	50	330
„ пройденных миль (в день)	2.509	300	2.209
Вложения в оборудование помещений (в долл.)	76.600	75.000	1.600

¹ По 5 крупным предприятиям в Нью-Йорке. Заимствовано из «Report of the Federal Trade Commission on Milk Products», 1921, стр. 175. Следует иметь в виду, что основной формой розничного сбыта молока за границей является доставка на дом.

² Там же, стр. 117.

	При действующей системе	При единой системе	Экономия
Вложения в транспортные средства (в долл.)	108.000	30.750	77.250
Стоимость распр. за день (в долл.)	2.000	600	1.400
Стоимость распр. за год (в долл.)	720.000	220.000	500.000

Возможная экономия в полмиллиона долларов составляет 2 цента на кварту или 26⁰/₁₀₀—таковы выводы, к которым пришел д-р Вильямс.

В 1919 г. совет г. Рочестера повторил обследование и пришел к следующим выводам о возможной экономии:

Расходы на 1 кварту (в центах)

	При действующей системе	При единой системе	Экономия
Фрахт или развозка	0,59	0,53	0,06
Труд	2,58	1,40	1,18
Прочие расходы	2,21	1,45	0,76
Потери на непроданное молоко	0,42	0,35	0,07
Всего расхода	5,80	3,73	2,07
В долларах за год	1.641.254	1.056.105	505.149

В данном случае экономия на расходах составляет 36⁰/₁₀₀ против 70⁰/₁₀₀ в подсчетах д-ра Вильямса. Возможно, сообщает комиссия, что здесь сказались происходившая в течение истекших семи лет концентрация молочной торговли.

Любопытно, по каким статьям затрат на труд происходит экономия.

	При действующей системе	При единой системе	Экономия
Раз'езды в розничном и оптовом сбыте	1,05	6,6	37
Прочие расходы на труд	1,53	7,4	52

Концентрация сбыта создает более выгодные условия, вопреки ожиданию, для производственных операций (затраты труда на упаковку, мытье посуды, пастеризацию, охлаждение и пр.), чем для распределительных.

Аналогичные расчеты были сделаны и для других городов. Так, в Нью-Йорке (1917) было признано возможным при единой системе уменьшить количество розничных фургонов с 4978 до 1650 и оптовых—с 1522 до 300. В Сан-Франциско один фургон делает (1917 г.) 40 миль в день; одну и ту же улицу он проезжает 8 раз в день, обслуживая в среднем двух потребителей в квартале. Бывают случаи, что он проходит $\frac{3}{4}$ мили, для того чтобы доставить молоко одному потребителю. При единой системе он мог бы обслужить не менее 5 кварталов и сэкономить 35 миль. Но дело не в одних только раз'ездах. Одновременно в сбыте участвует целая армия вояжеров, продавцов, агентов по рекламе, не учтенных в рочестерском обследовании. По подсчетам нью-Йоркского комитета, эти расходы по одному только предпринятию составили 200 тыс. долл. в год.

Такова достаточно яркая картина сбыта молока в С.-А.С.Ш. Она сама по себе служит объяснением развития концентрационного процесса в молочной торговле. В Филадельфии еще в 1918 г. шесть фирм доставляла 43,4⁰/₁₀₀ всего молока. В Рочестере в течение 8 лет (с 1911 по 1919 гг.) удельный вес крупных фирм увеличился с 24⁰/₁₀₀ до 47⁰/₁₀₀ при со-

кращении общего числа торговцев с 173 до 136. Менее 5 крупных компаний покрывают в 1927 г. 74⁰/₁₀₀ всей потребности Бостона в молоке.

Новым фактором явилось выступление на рынке многолавок, торгующих за наличные и без доставки молока на дом. Это давало им возможность торговать молоком дешевле, чем прежними фирмам; последние вынуждены были идти в свою очередь на снижение цен. Разница в ценах (в пользу многолавок) составляла в Бостоне в 1922 г. 3,4 цента и упала в 1927 г., постепенно снижаясь, до 2 центов. В свою очередь это ускорило процесс концентрации основных снабжающих город фирм.¹

Те же проблемы стоят и перед молочной торговлей в Европе. Недавно опубликованные результаты обследования в Швейцарии² дают обстоятельное освещение этого вопроса.

Нормальным наращением цены на молоко в Швейцарии, согласно оценке проф. Петера, являются: 15—20⁰/₁₀₀ при покупке в сельской молочной, 20—30⁰/₁₀₀ при доставке на дом крестьянином или обычным розничником, 30—45⁰/₁₀₀ при доставке на дом из ближайшей ж.-д. зоны, 45—60⁰/₁₀₀ при доставке из средней и дальней зоны, 100—150⁰/₁₀₀ при доставке из средней и дальней зоны и продаже из бутылок.

В рамках этих цифр уложились и итоги обследования комиссии по ценообразованию, охватившего 3 города: Цюрих, Берн и Базель (в сант. за литр):

	Цюрих	Берн	Базель	
			На дом	Из лавки
Цена производителя	22,09	22,70	21,91	21,91
Оптовая наценка (включая страх. наценку) ³	6,91	5,17	7,14	7,14
Розничная наценка	6,00	6,22	5,95	4,95
Вся наценка	12,91	11,39	13,09	12,09
Розничная цена	35,00	34,00	35,00	34,00

Наценка в ⁰/₁₀₀ к цене производителя

Со страховой наценкой	58	50	60	65
Без нее	54	46	55	50
После 1 мая 1927 г. наценка составляла ⁴	11,34	11,31	12,89	11,89
В ⁰ / ₁₀₀ со страховой наценкой	48	48	56	51
В ⁰ / ₁₀₀ без нее	44	44	51	47

Оптовая наценка наиболее низка в Берне, так как Берн лежит в центре молочного района и значительная часть молока здесь же поступает в переработку. По обратным причинам наиболее высока наценка в Базеле.

¹ См. A. Schoenfeld, „Some [Economic Aspects of the] Marketing of Milk and Cream in New England“ (Dep. of Agricultural Circ. № 16, Oct. 1927).

² См. выше, глава I. Заимствовано нами из журнала „Schweizerischer Konsum Verein“ за 1927 г. (№№ 39 и 40).

³ Введена временно в целях уравнивания с ценой молока, идущего в переработку.

⁴ Наценка снизилась вследствие более близких районов снабжения и роста цен производителей.

В ‰ к розничной цене отдельные элементы составили:

	Цюрих	Берн	Базель
Цена производителя . . .	63,1	66,8	62,6
Оптовая наценка	19,7	15,2	20,4
Розничная наценка . . .	17,1	28,0	17,0
Всего . . .	100,0	100,0	100,0

Отличие от С.-А.С.Ш., прежде всего объясняется районом тяготения, являющимся для такого малотранспортабельного товара, как молоко, одним из существеннейших элементов цены.

Далее, среди оптовых расходов следует отметить два момента: 1) все растущую долю молока, поступающего в переработку (охлаждение, очистка) в крупных городах, что становится необходимым по мере увеличения поступления молока из более отдаленных пунктов и 2) расходы по регулированию поступления молока; союзы производителей организовали специальные молочные (Ausgleichmolkereien), являющиеся, по выражению обзора, „буфером“ между производством и спросом, перерабатывающие возвращенное молоко и т. д.

В отношении розничной торговли обзор отмечает те же дефекты, что и американские обследования. Комиссия предлагает распределение продавцов по кварталам, прикрепление их к квартирам и аналогичные меры, долженствующие процентов на 50% увеличить нагрузку продавцов и этим сократить издержки. Обзор относится к этим мерам скептически и констатирует пока растущую дезорганизацию сбыта.

Любопытно, что аналогично американской многолавке в Базеле конкурентом выступает потребительское общество со своим более дешевым сбытом из лавок. Издержки лавок составляют на 1 литр молока всего 4,95 сант. против 5,95 при доставке на дом.

III

Приходится, с сожалением, отметить, что, как показывают использованные нами материалы, имевшие место до настоящего времени исследования далеко не с достаточной полнотой и глубиной вскрывают структуру цены на рынке и, в частности, условия образования розничных цен. Тем менее освещенными остаются те социальные явления в области торговли, которые оказывают решающее влияние на положение потребителя. Из отдельных замечаний, сделанных выше (в гл. II), видно, что эти вопросы частично затрагиваются официальными обследованиями, но совершенно естественно, что сколько-нибудь широкого освещения они в них получить не могут.

Между тем, послевоенные годы характеризуются значительными сдвигами в структуре торговли и в его социальной природе. Эти сдвиги шли по двум линиям: растущей капиталистической концентрации, с одной стороны, и развития кооперации, в частности потребительской, с другой.

Концентрация капиталистической оптовой торговли — явление не новое: ¹ немногие фирмы держат в своих руках важнейшие мировые рынки. Общеизвестна роль пяти американских компаний, составляющих Американский мясной трест, и английского треста группы бр. Вестей,

владеющих Union Cold Storage Co Ltd и его дочерними предприятиями. С другой стороны, вопреки официальному утверждению Королевской комиссии по пищевым продуктам, согласно заявлению члена комиссии В. Смит, вся торговля зерном с Индией находится в руках трех фирм и с Южной Америкой — от трех до пяти фирм. Мировая торговля пшеницей концентрируется в руках 7—8 фирм (Бунге, Дрейфус и др.).

Характерной чертой последних лет является все усиливающееся регулирование цен розничного рынка со стороны промышленности и оптовой торговли. Это явление теперь характерно не только для Соед. Штатов; выше мы приводили примеры и для английской торговли печеным хлебом. Комиссия Бальфура в своем последнем (IV) томе констатирует, что так называемые „proprietary goods“, т. е. товары, цены которых устанавливаются производителями, „охватывают большую часть товаров: автомобили, мотоциклетки, велосипеды, электрические лампы, мыло, патентованные средства, табак и кондитерские изделия; они обнимают также значительную часть торговли обувью, железными товарами и предметами домашней обстановки; точно также и в бакалейной торговле известная часть артикулов продается по цене, установленной производителями“.¹

Это капиталистическое регулирование цен является важнейшим фактом, с которым приходится иметь дело правительственным исследовательским комиссиям. Королевская комиссия по ценам на пищевые продукты осуждает эту систему, считая, что она удерживает цены на хлеб на слишком высоком уровне, но в виде конкретного предложения указывает лишь, что эта система требует „близкого и постоянного наблюдения и вмешательства, когда цены становятся неоправданными“. В отношении мясной торговли комиссия предлагает обязательную регистрацию розничных лавок и опубликование статистических данных о размерах запасов в холодильниках.

Кроме предложения об организации совета по пищевым продуктам в целях наблюдения за рынком и проведения указанных и аналогичных им мер комиссия ничего не выдвигает.

Не менее значительным фактом является рост концентрации розничной торговли, достигшей в последние годы грандиозных размеров. „В 1927 году концерн универсальных магазинов в Сильфридже сливается с одним из своих самых мощных конкурентов — фирмой Вайтли. Капитал Сильфриджа (акционерный капитал, резервный фонд, облигации) составляет 3,8 млн. фунт. стерл., капитал Вайтли — 2,1 млн. фунт. стерл. Оба слившихся концерна объединяют в своих руках более 1/3 капитала всех лондонских универсальных магазинов. Их годичный оборот оценивается в 12—15 млн. фунт. стерл. Дивиденды составляют 20%. По дальнейшим сведениям обороты 15 универсальных магазинов Лондона составляли в год (1924) около 40 млн. фунт. стерл. В конце 1927 г. произошло слияние пищевого треста Стар и Ко, имеющего более 500 лавок по всей стране, с фирмой Колин Купер „International Tea Co Stores“, имеющей капитала приблизительно в 15 млн. фунт. стерл.“²

Не менее быстрым темпом идет концентрация торговли в С.-А.С.Ш., в Германии и др. странах. Обороты многолавок в С.-А.С.Ш., достигшие

¹ См. об этом Ю. Гирш, „Экономика торговли“, стр. 65—66.

¹ „Further Factors of Industrial and Commercial Efficiency“, прим. к стр. 111.

² См. журнал „Международная кооперация“ № 2 за 1928 г.

за последний год 6 млрд. долл. ($\frac{1}{10}$ всего розничного оборота), показали по отдельным отраслям грандиозный рост: в колониальной торговле — $230\frac{0}{10}$, в „аптекарской“¹ — $120\frac{0}{10}$, в торговле сигарами — $50\frac{0}{10}$, обувь — $35\frac{0}{10}$, в предприятиях с едиными ценами — $150\frac{0}{10}$.² Отсюда ясен темп прироста их удельного веса в розничном обороте.

На ряду с ростом концентрации идет развитие новых форм торговли. Швейцарская кооперация жалуется на конкуренцию крупных фирм, торгующих в развоз — с автомобилями-лавками; в С.-А.С.Ш. развиваются Piggly-Wiggly — лавки — магазины самообслуживания и т. д.

Эти новые формы сбыта — и особенно многолавки — означают, несомненно, внедрение более усовершенствованных типов розничной торговли, дающее возможность удешевить издержки торговли, и — в случае необходимости — торговать по более низким ценам.³ В материалах, опубликованных Международным бюро труда к Женевской экономической конференции, мы находим следующее сопоставление цен во Франции в предприятиях различного типа⁴ (в сант.):

Товары	Районы	Многолавка	Круп. бак.- колон. магазины	Мелкая колон. лавка	Кооператив
Шоколад обыкновен. (250 г)	Нижняя Нормандия . . .	{ 1.20 1.30	1.45	1.45	1.25
Шоколад Менье (1 кг)	Адур	6.80	—	{ 6.80 8.—	6.60
Фасоль сушен. ($\frac{1}{2}$ кг) . . .	Нижняя Нормандия . . .	{ 0.80 1.00	0.95	1.—	0.80
Фасоль (1 кг) .	Адур	{ 1.60 2.20	—	3.—	1.60
Керосин (литр) .	Нижняя Нормандия . . .	{ 1.15 1.40	1.15	1.35	1.15
" "	Адур	{ 1.40 1.50	1.60	1.70	1.40
Сахар (кг) . . .	Нижняя Нормандия . . .	{ 3.90 4.20	4.10	4.25	3.85
" "	Адур	{ 3.— 3.10	3.15 3.40	3.25 3.70	3.—
Сыр голл. (кг) .	Адур	{ 10.— 12.—	13.75	{ 12.— 14.—	9.—

Эта таблица живо иллюстрирует борьбу цен на розничном рынке, ведущуюся между кооперацией, крупной многолавкой и старым типом бакалейной торговли. Она с бесспорностью свидетельствует, что время мелкой и средней индивидуальной лавки прошло и что борьба разыгрывается между новыми высшими формами розничной торговли.

¹ В своеобразном американском понимании — смешанная торговля.

² „Schweizerischer Konsum Verein“, № 11 за 1928 г.

³ Подробное см. нашу статью в журн. „Вопросы торговли“ № 11 за 1928 г.

⁴ „Resultat de quelques-unes des enquêtes établissant la comparaison entre les prix de détail du commerce privé et ceux des sociétés coopératives de consommation“ стр. 8 и 15.

Успехи потребительской кооперации в послевоенные годы объясняются не только состоянием рынка (неустойчивостью цен, ростом дороговизны и т. д.), но и тем, что кооперация есть высшая организационная ступень торговли, соответствующая новым условиям хозяйства. При всей своей взаимной враждебности, капиталистическая многолавка и кооперация развиваются на общей основе — на растущей потребности в концентрации сбыта. С этой точки зрения Edeka Verein, эта оригинальная форма „кооперации“ розничников, построенная по типу кооперативного объединения, есть законное дитя времени, и совершенно не странно звучит, что организованные интернациональные объединения союзов розничной торговли. Мы этим не думаем ставить на одну доску потребительскую кооперацию с ее противниками — лжекооперацией и капиталистической многолавкой, но вместе с тем, приходится признать, что кооперация потребителей в капиталистических странах не есть тот орган защиты интересов потребителей, каким он должен быть.

Изучение потребительской кооперации, как ценообразующего фактора на розничном рынке в капиталистических странах, требует своего специального исследования; мы лишь бегло коснемся здесь этого вопроса. Это изучение тем более сложно, что здесь переплетаются два вопроса — образование конкретной продажной цены в потребительском обществе и размеры возврата премий члену общества. Как правило, потребкооперация торгует по средне-рыночной цене и ее выгода для потребителя, прежде всего, выражается в размере премии на забор. Если мы поэтому имеем в Германии и Англии наложение потребительских обществ как сейчас, так и до войны, в размере $20\frac{0}{10}$ к их обороту по продаже — наложение, примерно совпадающее с накидкой частной торговли или лишь несколько ниже ее, учитывая ассортимент потребкооперации, — то оценка этой величины должна, прежде всего, определяться ролью прибыли в ней и удельным весом торговых расходов потребобществ. Мы имеем здесь следующие показатели (в $\frac{0}{10}\frac{0}{10}$ к обороту):

		1903	1914	1925	1926
Потреб. общ. Германии	Расходы	9,57	12,45	16,78	16,28
	Прибыль	11,04	8,37	3,93	4,29
	Наложение . . .	20,61	20,82	20,71	20,57
Великобритания	Прибыль	14,0	13,6	—	—

Обследование Бальфуровской комиссии дало по 3 потребобществам Англии следующие результаты (в $\frac{0}{10}\frac{0}{10}$ к обороту):

	1913	1925
Расходы	7.8—12.6	10.4—16.5
Прибыль	8.4—10.4	6.3— 8.5
Наложение	18.2—21.0	18.9—22.8

Таким образом, прибыль в послевоенной кооперации значительно упала, а расходы ее возросли. Тем более серьезное значение имеет вопрос о ценах потребкооперации.

Упомянутый нами материал, собранный Международным бюро труда для Женевской конференции и посвященный сравнению кооперативных и частных цен, приводит не мало убедительного материала в пользу кооперации и ее влияния на уровень цен. Так, сопоставление в Швейцарии цен кооперативных с ценами предприятий, объединяемых

союзом швейцарских бакалейных торговцев, на ноябрь 1925 г., показывает, что у кооперации цены выше только на товар (мед), равны по 3 товарам и ниже по 25 товарам (от 1 до 14⁰/₁₀).¹

Любопытно исследование, сделанное для Швеции Г. Гейманом. Сопоставляя разные районы, экономически однородные, по степени кооперированности в них населения, он дает следующие ряды:²

Районы	Число членов кооп. на 1.000 чел. насел.	Сред. коэф. прод.	Рост розничных цен (в 0 ⁰ / ₁₀) (июль 1914 г. — июль 1926 г.)			
			Бакал. и проч.	Хлеб	Мясо	Рыба свежая
Швеция восточная (16 райоп.).	88,0	38,8	36,1	77,1	87,9	79,0
Швеция южная (10 райоп.).	78,2	42,6	32,8	75,4	91,7	63,8
Швеция восточная (6 райоп.).	44,4	43,6	41,0	103,9	96,5	80,9

Выводы из этой таблицы представляются в достаточной мере убедительными.

С другой стороны, и материалы, изложенные выше (в гл. II), говорят о полезной роли кооперации в Англии в отношении цен на печеный хлеб. Значительное мукомольное производство потребкооперации, более дешевое, чем частного мукомолья, как это показывает доклад Королевской комиссии, далее, наличие крупных и благоустроенных пекарен укрепляют ее положение на этом рынке. Цены на печеный хлеб в ней на $\frac{1}{2}$ до 1 пенса ниже, чем в частной торговле, и ее выступление нередко срывает политику фиксации твердых цен на рынке.

Однако, далеко не все факты говорят в пользу кооперации. Приведенные выше (в гл. II) таблицы, относящиеся к мясной торговле в Англии, свидетельствуют о более высоких накидках и расходах кооперативов по сравнению с частной торговлей разных типов; приложенный к докладу Королевской комиссии материал о розничных ценах на мясо подтверждает наличие, как правило, более высоких цен в кооперации (на 1—2 пенса). При этом следует [помнить, что потребкооперация вступила на Западе в тяжелый период. Ее конкурентом теперь является не мелкий частный торговец, а крупная капиталистическая розничная торговля, не боящаяся борьбы на почве цен. Успехи капиталистической торговли на рынке являются очень значительными; по размерам своих оборотов, а тем более по финансовым своим ресурсам, она превосходит кооперацию.³ Тем более заостряется теперь борьба за и против потребителя; к сожалению, защита интересов последнего не в надежных руках.

¹ „Resultats“, стр. 12.

² Там же, стр. 23.

³ Обороты одних универмагов в Англии составили в 1926 г. 300 млн. фунт. стерл., потреб. общ. — 185 млн., в Германии соответственно — 1,5 млрд. и 1 млрд. марок (6—7% всего оборота).