

ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РАСХОДЫ: УРОВЕНЬ, ТЕНДЕНЦИИ И ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

УДК 330.5

Игорь Константинович Беляевский, д.э.н., проф. кафедры маркетинга, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)
Тел.: 8 (499) 144-55-06; 8 (917) 521-63-80
Эл. почта: bellrita@mail.ru

Денежные доходы населения, их состав и динамика в значительной мере определяют уровень жизни. Однако, благосостояние населения в не меньшей степени обусловлено потребительскими расходами. В статье анализируется процесс формирования и использования денежных доходов на нужды потребления, тенденции их развития, а также социальная дифференциация потребительских расходов. Для исследования были использованы материалы государственной статистики за ряд лет, обработанные автором. Статья иллюстрирована диаграммами.

Ключевые слова: уровень жизни; благосостояние; денежные доходы и расходы населения; потребительские расходы; конечное потребление; домашнее хозяйство; товарооборот на душу населения; коэффициент дифференциации.

Igor K. Beliaevskiy, Doctorate of Economics, Professor, the Department of Marketing, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics
Tel.: 8 (499) 144-55-06; 8 (917) 521-63-80
E-mail: bellrita@mail.ru

POPULATION INCOME AND CONSUMERS EXPENDITURES: LEVEL, TRENDS AND DIFFERENTIATION

Money incomes of the population, their composition and dynamics determine considerably the standard of living. Nevertheless, human wellbeing also depends on the consumer spendings. The article deals with analysis of forming and using of money incomes for consumption, trends of their development, as well as the social differentiation of consumer spendings. The author uses the data of government statistics in a few years.

Keywords: standard of life, wellbeing, cash income, private consumption, consumer spending, final consumption, trade turnover per capita, household, coefficient of differentiation.

1. Введение

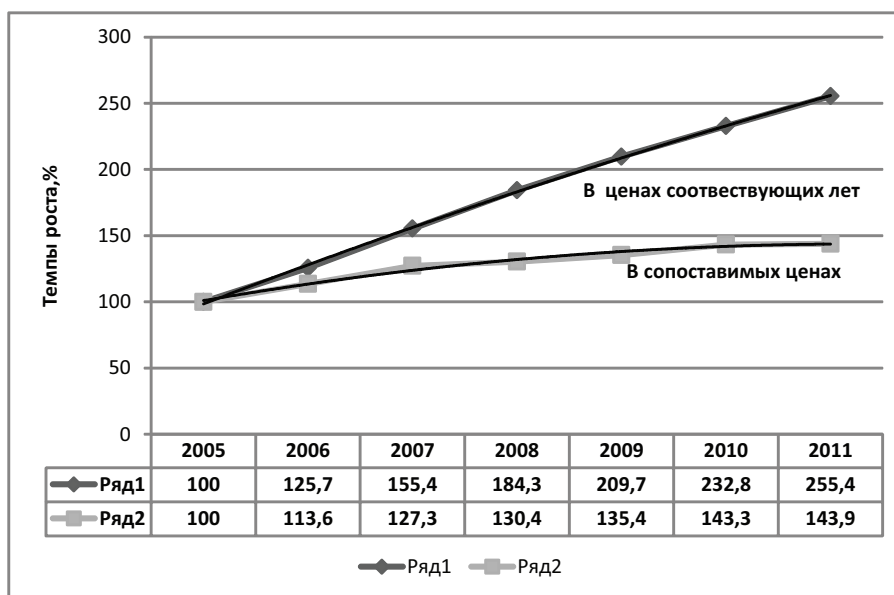
Благосостояние населения определяется не только и не столько доходами людей, сколько их расходами. Расходование денег – это и экономический, и социальный процесс, обусловленный потребностями людей и их возможностями. Возможности выступают как ограничитель бесконтрольного (для самого потребителя) расходования наличных денежных средств и сбережений. В качестве такого ограничителя выступают доходы.

Общий объем денежных доходов населения в 2010 г. вырос с 13,8 трлн. руб. до 35,2 трлн. руб. в 2011 г. В среднем на одного человека приходилось в 2005 г. 96,3 тыс. руб./чел., а в 2011 г. – 248,4 тыс. руб./чел. Доходы населения постоянно росли, даже в посткризисный период. Так, средний доход 2011 г. был больше уровня 2005 г. в 2,6 раза. Правда, и покупательная способность рубля в результате инфляции значительно сократилась. Поэтому реальные душевые доходы выросли (в сопоставимых ценах) только на 37,9% [7, С. 77, 159; 9, С. 31, 123; собственные расчеты автора].

2. Доходы населения в системе показателей уровня жизни

Уровень доходов в расчете на одного потребителя (на душу населения) можно рассматривать в качестве ведущего показателя уровня жизни, поскольку именно он обеспечивает возможность материального и духовного развития человека. На следующей диаграмме (см. рис. 1) показано развитие уровня среднедушевых доходов населения с 2005 по 2011 г.

Достоверность модели подтверждается очень высоким коэффициентом аппроксимации. Уровень среднедушевых денежных доходов населения рос практически линейно (с крайне малым замедлением). В среднем за год он увеличивался на 16,9%. Однако, влияние инфляционных процессов значительно замедлило реальный рост доходов. С учетом этого фактора среднегодовой темп роста денежного дохода на душу населения (в сопоставимых ценах) составил всего 6,2% (почти в 3 раза медленнее), то есть реально среднедушевой доход развивался по параболической модели – с достаточно заметным замедлением. Динамическая модель среднедушевых денежных доходов представлена следующими трендовыми моделями:



[9, С. 123 и собственные расчеты автора].

Рис. 1. Динамика среднедушевых денежных доходов населения в 2005–2011 гг.

Темпы роста среднедушевых доходов (в ценах соответствующих лет, % к базисному периоду):
 $Y_{t(\text{факт.})} = 67,58 + 31,52t - 0,66t^2; R^2 = 0,999.$

Темпы роста среднедушевых доходов (в сопоставимых ценах, % к базисному периоду):
 $y_t = 86,35 + 15,70t - 1,073t^2; R^2 = 0,984.$

Теоретически доходы всегда равны расходам (плюс-минус прирост финансовых активов), но в принципе можно расходовать деньги, изъятые из ранее сделанных сбережений и, наоборот, взятые в долг. Денежные сбережения населения рассматриваются как доход после уплаты налогов, не израсходованный на приобретение потребительских товаров. По существу сбережения – это неиспользованная за определенный период часть денежного дохода населения (включая доходы предшествующих поколений, а также накопленные проценты за кредит). Они образуют финансовые активы населения.

Вклады (депозиты) физических лиц, привлеченных кредитными организациями, составляли на начало 2011 г. – 9,8 трлн. руб., а объем кредитов, предоставленных физическим лицам, составлял 4,1 трлн. руб. Эти деньги могли бы покрыть примерно половину стоимости проданных в 2011 г. товаров и услуг [11, С. 100–101 и собственные расчеты автора].

Из чего складываются денежные доходы населения? Ответ на этот

вопрос дает таблица 1, где рассматривается структура доходов.

Денежные доходы населения складываются, прежде всего, из оплаты труда и социальных выплат. Номинальный объем платы наемных работников вырос в 2,7 раза, а рост средней заработной платы составил – 2,8 раза. Однако реальное увеличение реальной заработной платы (в сопоставимых ценах и тарифах) происходило значительно медленнее – на 55%. Доля оплаты труда в доходах населения колеблется в пределах 63–68% и не обнаруживает четкой тенденции изменения. Доля социальных выплат населению, так же как и их общая сумма постоянно увеличивались, их объем вырос в 3,7 раза или в среднем за год – на 24,1%. Это означает, что социальные выплаты росли в 1,4 раза быстрее, чем доходы.

Важным источником дохода в постреформенную эпоху стали предпринимательская деятельность и собственность населения. Однако, если доля оплаты труда остается в основном стабильной (с небольшими колебаниями), то доля дохода от предпринимательской деятельности и от собственности имеет четкую тенденцию к сокращению. В 2011 г. общая сумма доходов от собственности и предпринимательства составила 495 млрд. руб., что равно 12,8% общего дохода. Однако, в общем объеме денежных доходов доля этих доходов снизилась вдвое. [9, С. 31–22, 123; 13, Уровень жизни]. Вероятно, проявляет-

ся недостаточная заинтересованность и мотивированность населения в развитии собственного бизнеса.

Причин этому много. Во-первых, люди еще не вполне морально подготовлены к бремени ответственности, который налагает бизнес, во-вторых, не все, желающие вступить в сообщество предпринимателей, обладают необходимыми знаниями и хотят учиться хотя бы основам менеджмента. Наконец, в-третьих, сказываются многочисленные бюрократические административные барьеры на пути малого и среднего предпринимательства. Нередко обнаруживается нежелание учитывать справедливые интересы предпринимателей, часто выявляются факты коррупции и волокиты, особенно при выделении земельных участков для строительства предприятий, проявляется слабая заинтересованность ряда органов местного самоуправления в развитии субъектов малого и среднего предпринимательства, в ряде случаев обнаруживается тенденция к росту платных услуг и т.д. Основание для такого рода выводов дают проведенные в последние годы некоторые обследования и мониторинги, в том числе проведенные такой авторитетной организацией как ОПОРА России (общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства — общественное объединение, включающее около 400 тысяч предпринимателей и иных граждан, объединяющее более 143 отраслевых союзов, ассоциации и гильдии) [14]. Предприниматели в нашем обществе все еще не чувствуют себя уверенно, – признал в феврале 2012 г. В.Путин [15].

Конечно, за средними цифрами дохода, которые были приведены ранее, скрывается очень широкий диапазон различий доходов жителей нашей страны. На эти различия указывают данные о распределении населения по денежному доходу за месяц (табл. 2).

В 2011 г. наиболее низкий доход на душу населения – до 5 тыс. руб. в месяц – имело 7,2% населения. Для сравнения укажем, что в 2005 г. наиболее низкий доход – до 2,5 тыс. руб. получали 12% жителей [10, С. 135]. Строго говоря, рассматривать распределение населения по доходу в динамике не вполне корректно, так как при этом сказывается инфляционная составляющая. Следовательно, эти показатели не вполне сопоставимы.

Таблица 1. Объем и структура денежных доходов населения в 2005 – 2011 гг.

Годы	Всего денежных доходов	в том числе:				
		доходы от предпринимательской деятельности	оплата труда	социальные выплаты	доходы от собственности	другие доходы
Млрд. руб.						
2005	13819,0	1580,3	8782,1	1755,6	1424,6	276,4
2006	17290,1	1915,1	11237,1	2080,4	1720,7	336,8
2007	21311,5	2133,8	14381,9	2477,7	1892,6	425,5
2008	25244,0	2583,6	17255,7	3333,3	1565,7	505,8
2009	26697,5	2536,3	17967,4	3951,2	1708,6	534,0
2010	32485,3	3021,1	20985,5	5782,4	2046,6	649,7
2011	35605,7	3168,9	23357,3	6515,8	1851,6	712,1
В процентах к общему объему доходов						
2005	100,0	11,4	63,6	12,7	10,3	2,0
2006	100,0	11,1	63,0	12,0	10,0	1,9
2007	100,0	10,0	67,5	11,6	8,9	2,0
2008	100,0	10,2	68,4	13,2	6,2	2,0
2009	100,0	9,5	67,3	14,8	6,4	2,0
2010	100,0	8,9	65,2	17,7	6,2	2,0
2011	100,0	8,9	65,6	18,3	5,2	2,0

[7, С. 159; 13, Уровень жизни]

Таблица 2. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов (в процентах к итогу)

Среднедушевые денежные доходы населения, руб. в месяц	2005 г.	2011 г.
Все население	100,0	100,0
до 3500,0	23,2	2,8
3500,1–5000,0	16,5	4,6
5000,1–7000,0	17,6	8,1
7000,1–10000,0	17,1	13,5
10000,1–15000,0	13,9	19,8
15000,1–25000,0	17,1	24,8
25000,1–35000,0	...	12,1
свыше 35000,0	...	14,3

[9, С. 134].

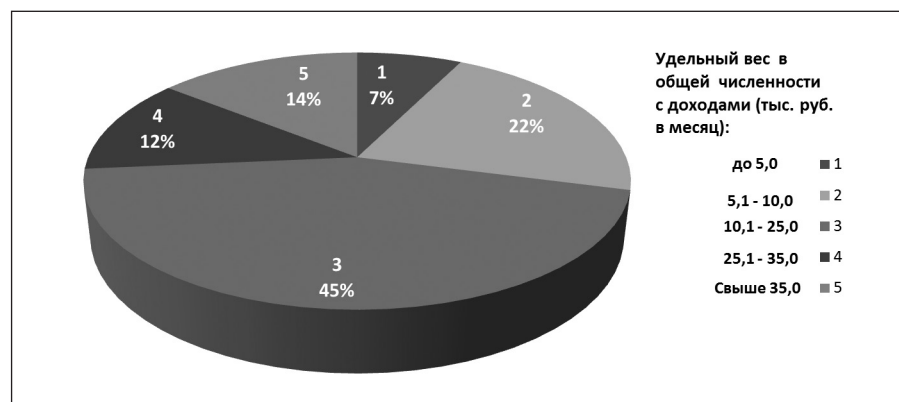


Рис. 2. Распределение населения по величине среднедушевого денежного дохода в 2011 г.

В 2011 г. сравнительно невысоким доходом – от 5 до 10 тыс. руб. – располагала немногим более пятой части 21,6% жителей. Средний класс, если ориентировочно к нему относить людей с душевым доходом от 10 до 25 тыс. руб. занимал 44,6% всего населения. Верхний слой среднего класса с доходом 25–35 тыс. руб. занимает в общей численности населения 12%. И, наконец, наиболее обеспеченные слои населения, со среднедушевыми доходами свыше 35 тыс. руб. занимают 14%. Для наглядности приводится секторная диаграмма (см. рис. 2).

Таким образом, в структуре доходов уже проявляется высокая степень гетерогенности (т.е. неоднородности) благосостояния населения. Наибольший уровень среднедушевых доходов более, чем в десять раз превышает их нижний уровень. Естественно это не соответствует принципам социальной справедливости и создает социальную напряженность в обществе.

Высокая степень социальной неоднородности доходов подтверждается квинтильным коэффициентом дифференциации доходов, который рассчитывается как соотношение денежных доходов 10% наиболее и 10%

наименее обеспеченного населения (в разгах). Он вырос с 2005 по 2011 г. с 15,2 раз до 16,1 раз. Однако, в период после кризиса 2008 г. проявилась тенденция сокращения этого разрыва [9, С. 126; 13, Уровень жизни]. См. табл. 3.

Данная таблица представляет собой модель социальной неравномерности в распределении денежных доходов населения. Разрыв между минимальным и максимальным уровнями доходов характеризуется соотношением между средними уровнями 20% наиболее бедного населения и 20% наиболее обеспеченного населения (квинтиль-

Таблица 3. Распределение объема денежных доходов населения в 2005–2011 гг.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Денежные доходы – всего, процентов	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
в том числе по 20-процентным группам населения:							
первая (с наименьшими доходами)	5,4	5,3	5,1	5,1	5,1	5,2	5,2
вторая	10,1	9,9	9,7	9,8	9,8	9,8	9,9
третья	15,1	14,9	14,8	14,8	14,8	14,8	14,9
четвертая	22,7	22,6	22,5	22,5	22,5	22,5	22,6
пятая (с наибольшими доходами)	46,7	47,3	47,9	47,8	47,8	47,7	47,4
Коэффициент дифференциации доходов (коэффициент фондов), в разгах	15,2	16,0	16,8	16,8	16,7	16,5	16,1

[11, С. 126; 13].

ным коэффициентом дифференциации доходов). Выявилась любопытная тенденция: в первых четырех группах – менее обеспеченного и среднеобеспеченного населения – доля доходов в общем их объеме снижается, хотя и незначительно и не вполне последовательно, а в последней группе – с наиболее высоким уровнем дохода – наоборот, имеет тенденцию к росту.

Коэффициент дифференциации доходов после кризиса 2008 г. обнаружил общую тенденцию к уменьшению. Сейчас трудно сказать, насколько устойчива эта тенденция, но государство планирует ряд мер по смягчению социального неравенства, в частности, повышение минимального уровня заработной платы, рост пенсий, государственная помощь семьям в связи рождением и воспитанием детей, проведение политики социального партнерства и т.п.

Еще одним подтверждением факта социальной дифференциации дохода населения служит оценка отклонения среднего уровня дохода от минимального уровня дохода, который в мировой практике считается необходимым для обеспечения достойного уровня жизни. В 2012 г. в России проживало 18,1 млн. чел. или 12,8 % населения, находящегося ниже черты бедности [9, С. 125]. Правда, этот показатель последнее десятилетие обнаруживает тенденцию к снижению. В 2013 г. предполагается, переход на новую методику расчета размера потребительской корзины [16]. Другой показатель бедности – дефицит денежного дохода малоимущего населения – в 2011 г. составлял 426,9 млрд. руб. или 1,2% к общему объему доходов против 286,9 млрд. руб. или 2,1% в 2005 г. [9, С. 124–125; 13 и собственные расчеты автора].

3. Потребительские расходы населения

Таким образом, население располагало в 2011 г. 35,2 трлн. руб., которые могли быть израсходованы. На какие же цели и нужды расходуются денежные доходы населения, и как эти расходы сказываются на его благосостоянии? На этот вопрос отвечают следующие статистические данные, где приведены показатели структуры использования денежных доходов населения (см. табл. 4).

Основная часть денежных средств населения расходуется на покупку товаров и услуг. Доля рыночных расходов в общей их сумме приблизительно составляла почти 70%, за исключением кризисного 2008 г. и 2011 г., когда их доля превысила этот уровень примерно на 4%. Обязательные платежи составляют примерно 10–12% общей суммы расходов, однако, четкой тенденции их места в общей сумме расходов не обнаружено: удельный вес обязательных платежей рос вплоть до 2008 г. включительно. В посткризисный период он упал почти на 2 пункта и изменяется неравномерно. За счет прироста финансовых активов расходы населения составили 12%, однако, после 2005 г. и их абсолютная сумма и удельный вес сокращались. Важной составной частью этих активов являются сбережения населения, которые следует рассматривать как фактор уровня жизни. Однако, характеристика изменений финансовых активов – крайне сложная и неоднозначная процедура. Так, сокращение активов в 2011 г. на 1,2 трлн. руб., или на 4,9 процентных пункта можно интерпретировать как прирост потребительских расходов населения, а можно –

как снижение уровня сбережений (накоплений) населения.

На покупку недвижимости население тратило очень небольшую часть своих средств. Правда, в 2005–2008 гг. проявилась некоторая тенденция к росту, а результате кризиса доля этих расходов сжалась в полтора раза, но затем снова начала расти, приближаясь к прежнему уровню.

Процесс расходования денежных средств населением, прежде всего, связан с личным конечным потреблением (англ. *final consumption*), то есть использованием товаров и услуг для удовлетворения собственных потребностей населения. Причем, из общего объема расходов на конечное потребление выделяются расходы домашних хозяйств и расходы некоммерческих организаций, обслуживающих домашних хозяйств. Домохозяйство (англ. – *household*), как известно, следует рассматривать как самостоятельный хозяйствующий субъект экономической деятельности. Домашнее хозяйство – это группа физических лиц, совместно занимающихся экономической деятельностью и потреблением. Оно может состоять как из нескольких лиц, совместно проживающих, так и из одного лица. Однако, члены домохозяйства совместно принимают экономические решения и обеспечивают собственное потребление. Необходимо подчеркнуть, что домохозяйство является участником рыночных – товарно-денежных отношений: покупает и продает товары, делает сбережения и т.д.

К конечному потреблению домашних хозяйств товаров и услуг относятся: стоимость товаров, купленных на рынке, и аналогичных товаров, полученных в качестве подарка, сель-

скохозяйственных и продовольственных товаров, произведенных для собственного потребления; товаров, полученных работниками в качестве оплаты за труд (в том числе труд домашней прислуги) [17].

Таким образом, расходы населения на конечное потребление представляют собой затраты, связанные с удовлетворением материальных и духовных благ, а также с формированием личных сбережений. Общий объем расходов на конечное потребление домашних хозяйств составлял в 2011 г. 32,1 трлн. руб., а его доля в общем объеме валового внутреннего продукта – 57,6%. По сравнению с 2005 г. конечное потребление выросло в полтора раза. В расчете на душу населения это составляет 20701 руб./чел. Поскольку денежные расходы и сбережения населения оцениваются общей суммой 35,2 трлн. руб., то конечное потребление превышает сумму доходов на 2,4 трлн. руб. Из этой суммы на долю расходов домашних хозяйств приходится 27,2 трлн. руб. (84,9%). [7, С. 158; 9, С. 31, 127, 129; 13 и собственные расчеты автора].

Можно сделать вывод, что основной формой потребительских расходов является продажа товаров через каналы розничной торговли. В 2010 г. в розничной торговле было продано населению товаров и услуг на сумму 16,5 трлн. руб., а в 2011 г. – 19,1 трлн. руб. На долю каждого человека в среднем приходилось соответственно 115,2 и 133,4 тыс. руб. Платные услуги населению оценивались в 2010 г. суммой в 4,9 трлн. руб., а в 2011 г. – 5,4 трлн. руб. Это составило в расчете на душу населения соответственно 33,9 тыс. руб. и 37,9 тыс. руб. [9, С. 33; 13].

Из общего объема продажи товаров в 2010 г. 48,5% расходовалось на покупку пищевых продуктов, напитков и табачных изделий, а 51,5% – на приобретение непродовольственных товаров (тканей, одежды, обуви, предметов домашнего обихода, бытовой техники, товаров для организации отдыха и культурных мероприятий, медикаментов, парфюмерии и т.д.), в 2011 г. – соответственно 47,7% и 52,3%. Считается, что рост доли непродовольственных товаров в общем объеме расходов на покупку товаров является прогрессивным явлением и свидетельствует о повышении жизненного уровня.

В общем объеме платных услуг в 2011 г. на первом месте стоят жи-

Таблица 4. Структура денежных расходов в 2005–2011 гг.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Денежные расходы и сбережения							
всего – млрд. руб.	13819	17980	21312	25244	28708	32100	35193
покупка товаров и оплата услуг	9614	11928	14832	18716	20046	22440	25974
обязательные платежи и разнобразные взносы	1390	1813	2504	3095	3003	3158	3551
приобретение недвижимости	352	572	834	1195	839	1077	1461
прирост финансовых активов	2463	2977	3142	2238	4820	5425	4207
в процентах к итогу	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
покупка товаров и оплата услуг	69,6	69,0	69,6	74,1	69,8	69,9	73,8
обязательные платежи и разнобразные взносы	10,1	10,5	11,8	12,3	10,5	9,8	10,1
приобретение недвижимости	2,5	3,3	3,9	4,7	2,9	3,4	4,1
прирост финансовых активов	17,8	17,2	14,7	8,9	16,8	16,9	12,0

[7, С. 185; 13].

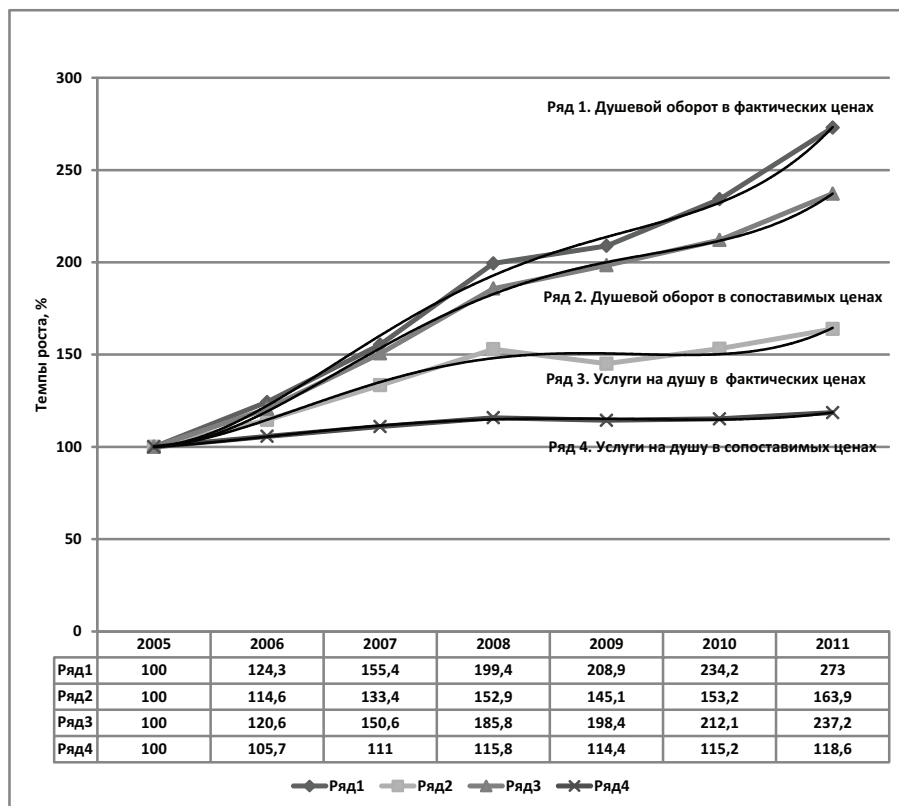


Рис. 3. Динамика продажи товаров и услуг на душу населения в 2005–2011 гг.

лично-коммунальные услуги – 29,5% (включая услуги гостиниц), на втором и третьем месте – услуги транспорта и связи – соответственно 20,3% и 19,2%, на четвертом месте – бытовые услуги (9,4%). Платные услуги медицины и санаторно-оздоровительного комплекса, включая физкультуру и спорт, составляют – 7,0%, системы образования – 6,3%, туризма – 1,8%, культуры – 1,6%.

Проблема платности социальных услуг остается остро дискуссионной, причем, высказываются полярные суждения. Так, например, председатель Ассоциации частных клиник Санкт-Петербурга Надежда Алексеева считает, что все здравоохранение можно вытянуть, если дать инициативу частному бизнесу, дать ему льготные кредиты под гарантии государства. Причем, частное здравоохранение выгодно государству, ведь оно не просит денег, как госучреждения, оно просит займы [18]. В 2012 г. принято Постановление правительства, которое включает в себя перечень условий, необходимых для предоставления платных медицинских услуг [19]. Однако, многие специалисты придерживаются мнения, что должна существовать и расширяться система обязательного медицинского страхования, которое

представляет собой форму социальной защиты интересов населения в сфере охраны здоровья [20].

Продажа товаров и услуг населению развивалась достаточно быстро, хотя на темпах роста негативно сказались проявления кризиса 2008 г. и посткризисного периода. В следующей диаграмме (см. рис. 3) показаны тенденции развития рынка товаров и услуг в период 2005–2011 гг.

Достоверность полученных характеристик подтверждается высокой степенью коэффициента аппроксимации. Ниже приводятся математико-статистические характеристики рассматриваемых моделей:

Модели динамики среднедушевых расходов населения на покупку товаров и услуг

Темпы роста расходов населения на покупку товаров (в ценах соответствующих лет; на душу населения):

$$y_{11} = 131,5 - 74,01t + 52,21t^2 - 10,04t^3 + 0,644t^4; R^2 = 0,995.$$

Темпы роста потребительских расходов населения на покупку товаров (в сопоставимых ценах; на душу населения):

$$y_{12} = 130,3 - 69,09t + 47,42t^2 - 8,937t^3 + 0,554t^4; R^2 = 0,998.$$

Темпы роста потребительских расходов населения на покупку услуг (в ценах соответствующих лет; расчете на душу населения):

$$y_{13} = 114,1 - 39,13t + 30,94t^2 - 6,470t^3 + 0,428t^4; R^2 = 0,979.$$

Темпы роста потребительских расходов населения на покупку услуг (в сопоставимых ценах; расчете на душу населения):

$$y_{14} = 100,7 - 6,482t + 7,270t^2 - 1,641t^3 + 0,112t^4; R^2 = 0,992.$$

Выбор данного типа модели (параболы 4-й степени) объясняется тем, что в рассматриваемый период происходили определенные колебания рынка, вызванные кризисом и его последствиями: рост до 2008 г., резкий спад в 2009 г. и последующее медленное наращивание утраченных позиций. Это и следовало отразить в модели тренда. В среднем за год денежные душевые расходы на покупку товаров увеличивались на 18,2%, а реальная покупка товаров (в сопоставимых ценах) – на 8,5%, то есть в 1,7 раза медленнее. Расходы на услуги росли значительно медленнее, чем расходы на приобретение товаров, которые в среднем за год выросли только на 15,5%, причем, в сопоставимых ценах еще меньше – всего на 2,9%.

В общем объеме конечного потребления домашних хозяйств выделяются два вида расходов: рыночные расходы, то есть расходы на покупку товаров и услуг, о которых шла речь выше, и денежная стоимость товаров и услуг, полученных в натуральной форме. Это важный социальный показатель, потому что натуральное потребление, главным образом, ориентировано на более бедные слои населения (преимущественно деревенского), что позволяет ему повысить уровень удовлетворения своих потребностей. Так, в 2010 г. в общем объеме располагаемых ресурсов доля натуральных поступлений продуктов питания в городской местности составляла 1,7%, а в сельской местности – 8,3%, почти в 5 раз больше, тогда как доля натуральных поступлений непродовольственных товаров и услуг в городах и сельской местности мало различалась и была крайне незначительной – соответственно 0,7% и 0,8% [11, С. 255 и собственные расчеты автора].

4. Структура потребительских расходов

Благосостояние населения в значительной степени зависит от структуры потребительских расходов домашних хозяйств, т.е. от того, на какие нужды тратятся деньги потребителей, какие товары и услуги они приобретают, и

Таблица 5. Потребительские расходы в 2005, 2010 и 2011 гг.: состав и структура расходов

	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2005 г.	2010 г.	2011 г.
Потребительские расходы – всего	4239,2	10128,9	11284,5	100,0	100,0	100,0
в т.ч. по целям потребления:						
питание	1520,9	3243,4	3609,1	35,9	35,4	32,0
одежда и обувь	452,9	1094,6	1136,5	10,7	10,8	10,1
предметы домашнего обихода, бытовая техника, уход за домом	305,6	625,4	729,0	7,2	6,2	6,5
организация отдыха и культурных мероприятий	423,7	1023,9	1123,9	10,0	6,8	9,9
здравоохранение, образование	182,4	459,2	525,2	4,3	4,5	4,6
услуги ЖКХ, транспорта и связи	1152,3	3051,5	3484,6	27,2	30,1	30,9
другие товары и услуги	201,4	630,9	676,2	4,7	6,2	6,0

[9, С.137 и собственные расчеты автора].

каковы пропорции (структура) покупок. В следующей таблице (см. табл. 5) рассматривается состав и структура потребительских расходов домашних хозяйств в 2005–2013 гг.

В таблице все потребительские расходы сгруппированы по целям потребления. Для того, чтобы вывить основные тенденции структурных сдвигов в потребительских расходах, были выделены четыре укрупненные группы расходов: питание; предметы личного и домашнего обихода, быто-

вая техника и т.п.; предметы и услуги социально-культурного назначения, включая гостиничный и ресторанный комплексы; услуги социально-бытовой инфраструктуры.

Проанализированы следующие структурные особенности этих расходов: во-первых, доля всех расходов на питание, предметы гардероба, домашнего обихода и быта, а также связанные с организацией отдыха и культурными мероприятиями, в той или иной мере сократилась; во-вторых, их место заня-

ла доля инфраструктурных расходов. Вероятно, это обстоятельство связано с тенденцией опережающего роста цен и тарифов на эти виды расходов. Одновременно увеличилась доля расходов на услуги здравоохранения и образования, что, безусловно, обусловлено расширением платного сегмента названных видов деятельности.

Структурные показатели проиллюстрированы следующей диаграммой (см. рис. 4.1–4.2):

Источником расходов на конечное потребление в домашних хозяйствах служат располагаемые ресурсы, которые домохозяйства используют для обеспечения своих денежных доходов и натуральных поступлений. Располагаемые ресурсы представляют собой сумму денежных средств, которыми располагали домашние хозяйства для обеспечения своих доходов и создания сбережений, а также стоимости натуральных поступлений продуктов питания и предоставленных в натуральном выражении дотаций и льгот. [16].

5. Дифференциация расходов и социальное неравенство

Размер и структура этих ресурсов сильно различается в зависимости от доходов потребителей. Это показывает следующая таблица (см. табл. 6).

Коэффициент дифференциации отражает степень различий потребительских расходов, которые, безусловно, обусловлены социальным расслоением денежных доходов населения, о чем шла речь ранее. Характер распределения расходов, по нашему мнению, подчиняется *закону Энгеля* (Закон Энгеля – экономический закон, характеризующий поведение потребителей: по мере роста доходов потребительские расходы изменяются непропорционально; Эрнст Энгель (нем. *Ernst Engel*; 1821–1896) – немецкий экономист и статистик.), который доказывает, что по мере роста доходов расходы на покупку товаров и услуг растут непропорционально: расходы на питание возрастают в меньшей степени, чем расходы на непродовольственные товары, особенно высокого качества и пользующиеся повышенным спросом. Следует отметить, что коэффициент дифференциации доходов (16,5 раз) в 2,1 раза выше коэффициента дифференциации потребительских расходов (7,7 раз).

Уровень дифференциации продуктов питания в 2,5 раза меньше, чем у



Рис. 4.1. Структура потребительских расходов в 2005 г.



Рис. 4.2. Структура потребительских расходов в 2011 г.

Таблица 6. Дифференциация расходов на конечное потребление в зависимости от среднедушевых располагаемых ресурсов в 2010 г.

Домашние хозяйства по децильным группам населения	Расходы на конечное потребление (в среднем на одного члена домохозяйства в месяц), руб.	в том числе:				
		покупка продуктов питания	покупка непродовольственных товаров	алкогольные напитки	оплата услуг	стоимость натурального потребления
Все домашние хозяйства	10513,4	4541,8	2260,4	126,2	2786,1	801,9
первая (с наименьшими ресурсами)	3398,0	1467,9	730,6	40,8	900,5	258,6
вторая	4765,3	1968,1	1134,1	61,9	1277,1	324,1
третья	5748,3	2299,3	1483,1	86,2	1506,1	373,6
четвертая	6706,0	2585,2	1844,1	107,3	1773,7	395,7
пятая	7715,1	2954,9	2229,1	120,3	1990,5	420,3
шестая	9149,4	3266,3	2900,4	146,4	2378,9	457,4
седьмая	11092,2	3571,7	3849,0	188,6	3017,0	465,9
восьмая	13578,1	4087,0	4874,5	230,8	3924,0	461,7
девятая	16762,8	4760,4	6453,4	301,7	4727,7	519,6
десятая (с наибольшими ресурсами)	26219,1	6004,2	13581,5	445,7	5558,4	629,3
$K_{\text{дифференциации}}$	7,72	4,09	18,59	10,92	6,17	2,47

[12, С.79 и собственные расчеты автора].

непродовольственных товаров, главным образом за счет наиболее обеспеченного населения. Естественно, сначала удовлетворяются основные, физиологические потребности, причем, предпочтение отдается наиболее дешевым продуктам. Затем, в соответствии с теорией иерархии потребностей А.Маслоу (Маслоу, Абрахам (*Maslow, Abraham Harold*, 1908–1970), американский психолог, выдвинул и обосновал теорию мотивации, указывающую, что потребности располагаются в определенном иерархическом порядке (обычно ее называют «пирамида потребностей», хотя сам Маслоу так ее никогда не называл.)), происходит возвышение потребностей и их стоимости. Количественный (физиологический) рост потребностей в потреблении пищи имеет свои естественные пределы (более того, с улучшением качества питания возникает тенденция к ограничению рационов). Последняя децильная группа наиболее обеспеченного населения в покупке продуктов питания дает прирост в 26%, тогда как у непродовольственных товаров рост составляет – 2,1 раза. Качественный рост питания и соответствующий рост его стоимости таких четких пределов не имеет. Увеличение расходов на покупку непродовольственных товаров имеет только два ограничителя, связанные с потребительским спросом – цену товара и покупательные возможности (доход и сбережения покупателя). Дополнительный стимул потребительско-

го спроса появляется с расширением масштабов туризма. Доля туристских услуг выросла с 1,5% в общем объеме услуг в 2005 г. до 1,8% в 2011 г. Продажа непродовольственных товаров, несмотря на воздействие кризиса 2008 г. и замедление темпов роста продажи в посткризисный период, росла быстрее, чем продажа непродовольственных товаров (в сопоставимых ценах) на 45 процентных пунктов [9, С. 369–370, 387; 13; собственные расчеты автора]. Вывод о характере распределения расходов подкрепляется анализом

статистической модели распределения среднедушевых потребительских расходов (см. рис. 5).

В группе ограниченных (как крайне бедных, так и малоимущих) расходов переход от минимального уровня расходов к более высокому, происходит с замедлением. Среднедушевые располагаемые ресурсы крайне бедных домашних хозяйств в 2010 г. составляли 2123 руб., а малоимущих домашних хозяйств – 4157 руб. (расходы на душу населения, как правило, выше расходов в среднем на одно домохозяйство, за

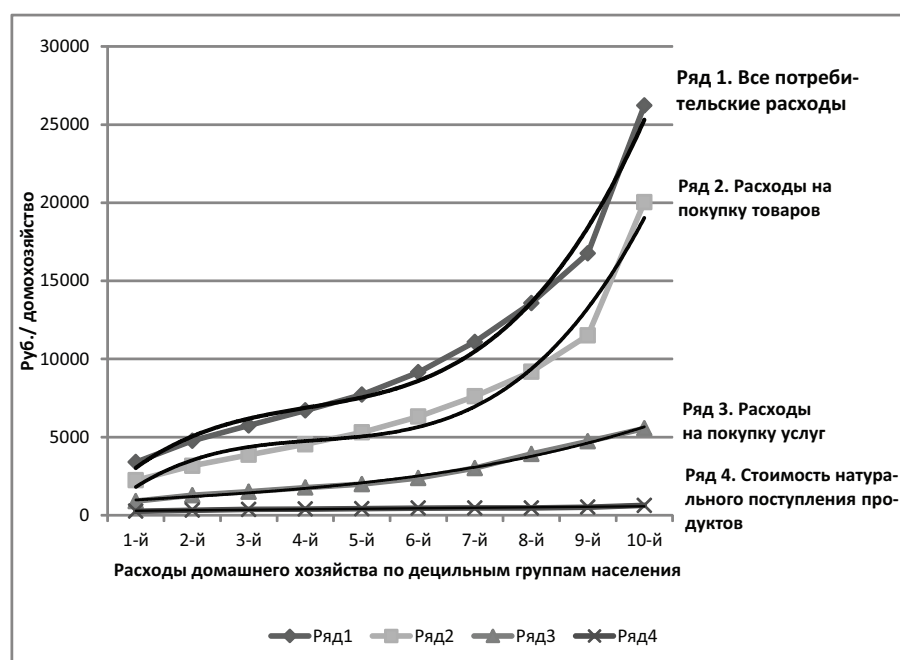


Рис. 5. Закономерности распределения потребительских расходов населения

Таблица 7. Распределение потребительских расходов по децильным группам населения в % к объему расходов каждой децильной группы в 2010 г.

	Потребительские расходы (в среднем на 1 члена домохозяйства в месяц)					
	Все расходы	в том числе:				
		на покупку продовольственных товаров	на непродовольственные товары	на алкогольные напитки	на оплату услуг	стоимость натурального потребления
	гр. 1	гр. 2	гр. 3	гр. 4	гр. 5	гр. 6
Все домохозяйства	100,0	31,4	37,2	1,6	25,7	4,1
в т.ч.:						
первая (с наименьшими доходами)	100,0	43,2	21,5	1,2	26,5	5,9
вторая	100,0	41,3	23,8	1,3	26,8	5,5
третья	100,0	40,0	25,8	1,5	26,2	5,3
четвертая	100,0	38,7	27,6	1,6	26,3	4,8
пятая	100,0	38,3	28,9	1,6	25,8	4,4
шестая	100,0	38,7	31,7	1,6	26,0	4,0
седьмая	100,0	32,2	34,7	1,6	27,3	4,5
восьмая	100,0	30,4	35,9	1,7	28,9	3,4
девятая	100,0	28,4	38,5	1,8	28,1	3,1
десятая (с наибольшими доходами)	100,0	22,9	51,8	1,7	21,3	2,4

[12, С.79].

счет демографического фактора – доли иждивенцев).

Средние расходы на покупку товаров (в расчете на одно домохозяйство) также описываются параболой 3-го порядка и практически повторяют тенденцию перехода от первой группы (с наименьшими ресурсами) к последующим группам. Расходы на приобретение услуг имеют более пологую траекторию развития, но также хорошо аппроксимируются параболой 3-го порядка. Резко отличается от них распределение по децильным группам стоимости натурального потребления. Доля натурального потребления в 2010 г. в общем объеме расходов на конечное потребление составила 4,1%.

Достоверность характера распределения потребительских расходов подтверждается максимальным значением коэффициента аппроксимации. Кривая распределения общего уровня расходов хорошо описывается параболой 3-го порядка. Исключение представляет модель стоимости натуральных поступлений, так как расходы этой потребительской группы увеличиваются линейно и очень медленно. Модели потребительских расходов отражены в графической форме и в виде системы уравнений:

Все потребительские расходы: $y_{x1} = -263,5 + 4092,0x - 859,1x^2 + 70,56x^3; R^2 = 0,989$.

Расходы на покупку товаров: $y_{x2} = -1164,0 + 3733,0x - 825,3x^2 + 65,40x^3; R^2 = 0,977$.

Расходы на покупку услуг: $y_{x3} = +760,4 + 225,5x - 11,46x^2 + 3,788x^3; R^2 = 0,995$.

Стоимость натурального поступления продуктов: $y_{x4} = 251,0 + 32,66x; R^2 = 0,920$.

Однако, рассмотренная модель приведена в стоимостных единицах, тогда как для оценки не только количественного, но и качественного характера распределения необходимо показать

структурные пропорции расходов в расчете на каждые 100 рублей, т.е. удельные расходы (долю, или удельный вес в общей совокупности). Эти относительные показатели позволяют оценить роль каждого вида расходов в их общем объеме.

В следующей таблице (см. табл. 7) приводится структура (в % к итогу) по каждой децильной группе населения (по материалам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств). Можно сказать, что если в основе таблицы 6 и соответствующей модели лежит вертикальный разрез расходов, то табл. 7 базируется на горизонтальной структуре расходов.

В процессе анализа таблицы были построены графические и математико-статистические модели, проверенные по минимуму отклонений от эмпирических данных. И в таблице, и на диаграмме (см. рис. 6) четко просматриваются две полярно противоположные тенденции доли двух основных потребительских групп: сокращения удельных расходов на покупку продуктов питания (гр. 2) и соответственно роста удельных расходов на приобретение непродовольственных товаров (гр.3). Удельный вес расходов на

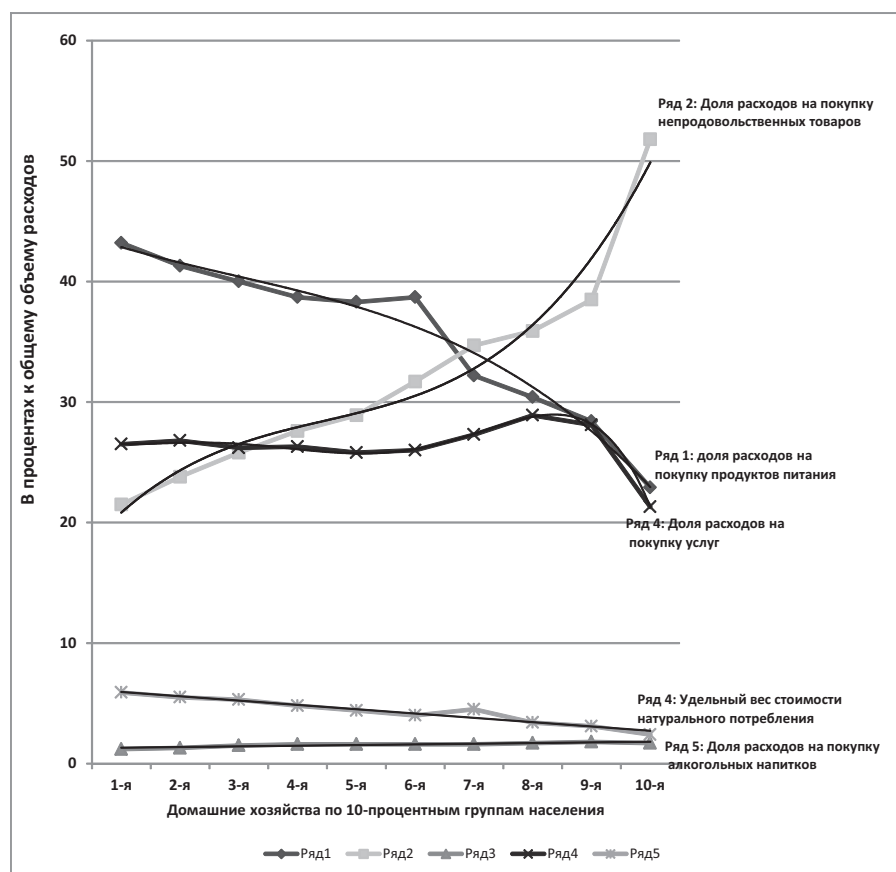


Рис. 6. Структура потребительских расходов в распределении по децильным группам населения в 2010 г.

Таблица 8. Структура потребительских расходов по 10-процентным группам населения

Домашние хозяйства по 10-процентным группам населения	1-я ¹	2-я	3-я	4-я	5-я	6-я	7-я	8-я	9-я	10-я ²
потребительские расходы в т.ч.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
продукты питания, безалкогольные напитки и табачные изделия, включая общественное питание	46,8	44,7	43,1	41,4	40,8	37,8	34,3	31,4	29,5	23,7
одежду и обувь	8,5	9,5	10,4	10,7	10,7	11,5	12,1	12,0	12,3	9,2
предметы домашнего обихода, бытовая техника и уход за домом	2,9	3,5	4,1	4,5	5,2	6,7	6,6	8,1	10,7	7,4
организацию отдыха и культурные мероприятия, включая гостиницы	2,8	3,2	3,6	4,4	5,1	5,6	6,5	8,1	9,1	8,9
жилищные услуги, транспорт и связь	25,5	25,0	23,8	22,8	21,6	20,3	18,4	17,6	17,1	13,0
социальные услуги (здоровоохранение, образование)	3,0	3,3	3,7	4,5	4,4	4,7	5,3	5,8	5,9	3,3
другие товары и услуги	4,9	5,1	5,1	5,2	5,4	6,2	6,9	6,5	6,8	6,6

¹ С наименьшими располагаемыми ресурсами
² С наибольшими располагаемыми ресурсами
 [Сайт gks.ru-Население: Уровень жизни в 2010 г.].

покупку алкогольных напитков имеет слабовыраженную тенденцию к росту. Вероятнее всего, это объясняется более высокими денежными доходами потребителей в этих группах.

Удельные расходы на покупку услуг имеют тенденцию к умеренному линейному росту (гр. 4). Конфигурация кривой, отражающей закономерности удельных расходов на оплату услуг, отличается сложностью (она описана параболой 5-го порядка, которая, впрочем, очень хорошо аппроксимирована эмпирическими данными ($K_{\text{аппр.}} = 0,993$). В первых 6-ти группах рост удельных расходов в сфере услуг происходит почти линейно. В 7-й и 8-й группах имеет место умеренный рост доли услуг, что представляется вполне логичным, а затем, начиная с 9-й группы, происходит ускоренное снижение доли. Это явление представляется алогичным. Важно и то, что в потребительских расходах меняется соотношение продуктов питания и непродовольственных товаров. Если у наименее обеспеченной группы потребителей на 1 рубль, израсходованный на питание, приходилось всего 50 коп., потраченных на покупку непродовольственных товаров, то в группе с наибольшими располагаемыми доходами на рубль, израсходованный на питание приходится 2 руб. 26 коп. Увеличение составляет – 4,7 раза.

По данным табл. 7 построены модели, характеризующие закономерности

децильного распределения удельных основных потребительских расходов (см. рис. 6). В 1-й, 2-й и 4-й моделях использованы параболические модели

с различным числом параметров, что объясняется сложным характером расходов.

Модели распределения доли потребительских расходов:

Продуктов питания: $y_{x1} = 44,47 - 1,824x + 0,237x^2 - 0,027x^3$; $R^2 = 0,969$.

Непродовольственных товаров: $y_{x2} = 15,47 + 6,464x - 1,195x^2 + 0,089x^3$; $R^2 = 0,968$.

Стоимости натурального потребления: $y_{x3} = 1,26 + 0,054x$; $R^2 = 0,807$.

Продажи услуг: $y_{x4} = 27,66 - 2,600x + 2,063x^2 - 0,682x^3 + 0,093x^4 - 0,004x^5$; $R^2 = 0,993$.

Алкогольных напитков: $y_{x5} = 6,3 - 0,358x$; $R^2 = 0,941$.

Целесообразно продолжить и углубить анализ структуры потребительских расходов, более детально рассмотреть закономерности децильного распределения удельного веса комплексов товаров и услуг в общем объеме расходов по каждой децильной группе. Такую возможность предоставляет анализ распределения удельных расходов (в процентах к итогу). См. табл. 8.

По данным табл. 8 построены модели децильного распределения

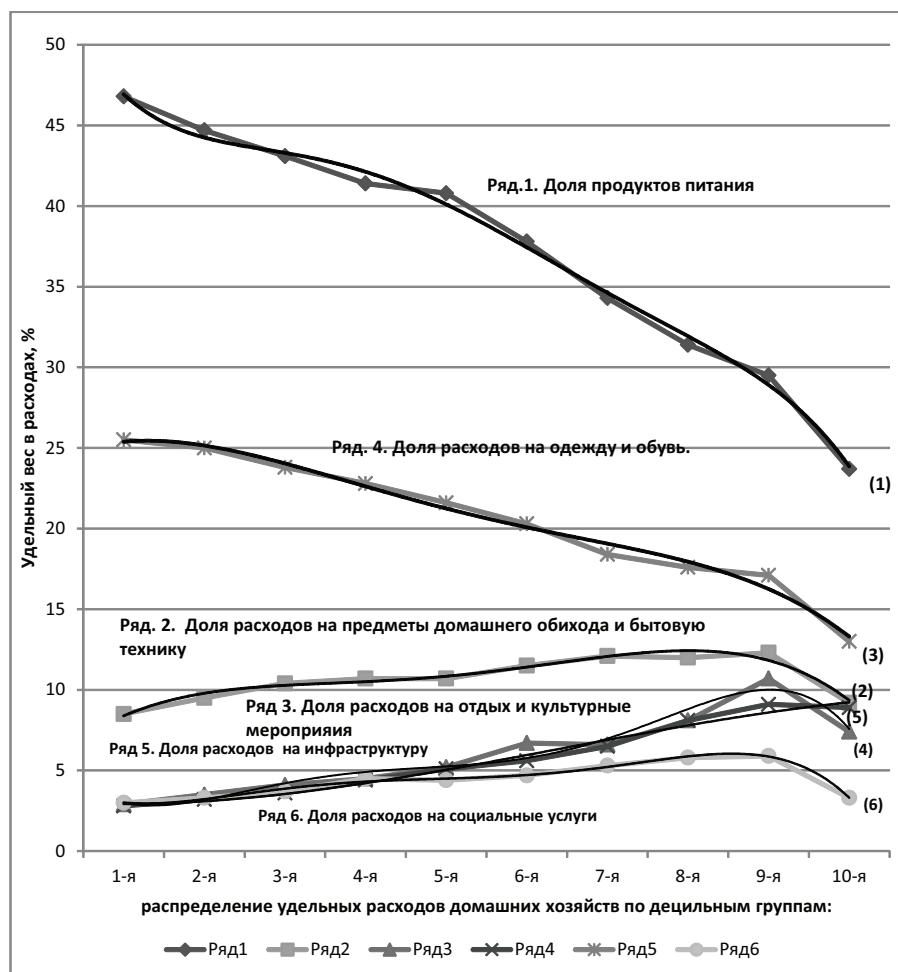


Рис. 7. Модели распределения удельных расходов домашних хозяйств в 2010 г., %

удельных расходов потребительских групп, скомпонованных по признаку потребительского назначения.

Модели децильного распределения удельных потребительских расходов

Продукты питания, безалкогольные напитки и табачные изделия, включая общественное питание:

$$y_1 = -0,004x^5 + 0,120x^4 - 1,248x^3 + 5,737x^2 - 12,82x + 55,16; R^2 = 0,995.$$

Одежда и обувь:

$$y_2 = -0,001x^5 + 0,035x^4 - 0,254x^3 + 0,631x^2 + 0,462x + 7,62; R^2 = 0,975.$$

Предметы домашнего обихода и бытовая техника, а также расходы по уходу за домом:

$$y_3 = -0,004x^5 + 0,120x^4 - 1,084x^3 + 4,364x^2 - 6,977x + 6,586; R^2 = 0,955.$$

Организация отдыха и культурные мероприятия, включая гостиницы:

$$y_4 = -0,002x^5 + 0,049x^4 - 0,449x^3 + 1,860x^2 - 2,869x + 4,24; R^2 = 0,997.$$

Услуги ЖКХ, транспорта и связи:

$$y_5 = -0,003x^5 + 0,085x^4 - 0,769x^3 + 2,942x^2 - 5,543x + 28,88; R^2 = 0,994.$$

Образовательные услуги и услуги здравоохранения:

$$y_6 = -0,002x^5 + 0,068x^4 - 0,617x^3 + 2,461x^2 - 3,801x + 4,906; R^2 = 0,990.$$

На рис. 7 представлена графическая версия данной модели:

Так, по мере увеличения располагаемых расходов (по децильным группам распределения) в домашних хозяйствах сокращается удельный вес доли группы расходов на питание. Это еще раз подтверждает закономерность, определяющую обратную зависимость между уровнем благосостояния и ролью комплекса продуктов питания в общем объеме потребления (потребительских расходов). Сокращается (и довольно значительно) в потребительских расходах место, которую занимают одежда и обувь, т.е. первоочередные потребности, спрос на которые в определенной степени зависит не от количества потребленных предметов, а от фактора качества, цены, престижности покупки. Это можно рассматривать как подтверждение действия закона Энгеля. Эти товары были вытеснены группами более высокого социального статуса.

В анализе удельных расходов проявилась тенденция повышения удельного веса расходов таких потребительских групп как предметы домашнего обихода и бытовой техники

и остальных видов расходов. Однако, обнаружилась важная особенность распределения: доля удельных расходов (с наибольшими располагаемыми ресурсами) таких как предметов домашнего обихода и быта, расходов на отдых и культурные мероприятия, услуг здравоохранения и образования резко сокращается. Трудно сказать, чем это вызвано, хотя можно предположить, что имеет место высокая насыщенность этих видов товаров и услуг в высокодоходных группах населения.

Исключение составляет группа удельных расходов на цели инфраструктуры, включая ЖКХ, транспорт и связь. Данная группа удельных расходов росла постоянно, хотя и достаточно умеренно, правда, на последнем этапе несколько замедлилась.

Таким образом, были рассмотрены характер и закономерности распределения потребительских расходов как в абсолютном (стоимостном) выражении, так и в виде структурных пропорций, что позволило осветить социально-экономические особенности и дифференциацию процессов нормирования и развития уровня жизни населения.

6. Заключение

Подводя итоги сказанному, еще раз приходим к выводу, что благосостояние населения зависит не только и не столько от их денежных доходов, сколько от расходов домашних хозяйств. В 2005–2011 гг. потребительские расходы в целом указывали на тенденцию роста благосостояния среднего класса и лиц с высоким уровнем дохода. При этом сказывалось влияние с комплекса социально-экономических факторов, сдерживавших поступательное развитие потребительских расходов, в т.ч. кризисные и посткризисные явления. В современный период экономика и социальная жизнь до сих пор не избавились от проявлений социального неравенства, значительного разрыва между богатыми и бедными. Конечно, это осложняет возможности поступательного развития современного российского общества, хотя проявляются некоторые осторожные проявления сближения уровня жизни населения с различным уровнем дохода.

Литература

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пос. Изд. 2-е перераб.

и доп. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2013. – 392 с.

2. Беляевский И.К. Маркетинг в коммерции: традиции и инновации: Монография. – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2011. – 315 с.

3. Беляевский И.К. Дифференциация маркетинга. – «Экономика, Статистика и Информатика». Вестник УМО № 6–2010, С. 132–140.

4. Беляевский И.К. Потребительский рынок как важнейший фактор благосостояния. – «Экономика, Статистика и Информатика». Вестник УМО № 6–2012, С. 96–105.

5. Беляевский И.К. Социология в маркетинге: взгляд статистика. – «Вопросы статистики» № 5 – 2009, С. 20 – 31.

6. Беляевский И.К. Социально-этические проблемы маркетинга. – «ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика» № 2 – 2011, С. 133 – 147.

7. Российский статистический ежегодник. 2011. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2011. – 795 с.

8. Россия. 2012. Стат. справочник./ Росстат. – М.: 2012. – 59 с.

9. Россия в цифрах. 2012. Крат. стат. сб. / Росстат. – М.: 2012. – 573 с.

10. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2007. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2007. – 505 с.

11. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2011. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2011. – 527 с.

12. Торговля в России. 2011. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2011. – 519 с.

13. Сайт gks.ru – Население: Уровень жизни.

14. opora.ru; aop-rb.ru/news/aop/3836 – мониторинг административных барьеров; opora51.ru/smallbprobs.html – Рекомендации по итогам проведения Северо-Западного Форума по поддержке малого и среднего бизнеса.

15. www.business-gazeta.ru/article/54138/ – Владимир Путин: «В России вызывающе велика дифференциация доходов». 13.02.2012.

16. bs-life.ru/makroekonomika/prozitochiy-minimum2013.html – Прожиточный минимум в России в 2013 г.

17. enc-dic.com/sociology/Konechnoe-Potreblenie-3410/ – Конечное потребление. – Энциклопедии & Словари. 2009–2013.

18. vz.ru/economy/2011/8/3/512207.html – «Взгляд» 03 авг. 2011 г.

20. www.dp.ru/a/2012/10/08/Prezident_utverdil_novie – Платная медицина.

21. proadvokat.ru/877.htm – Медицинское страхование. Домашний Юрист. 12 мая 2009 г.

References

1. Beliaevskiy I.K. Marketing Research: information, analysis, prognosis. POS. Ed. 2-nd revis. and expand. – M.: Course: Infra-M, 2013. – 392 p.
2. Beliaevskiy I.K. Marketing in Commerce: tradition and innovation: monograph. – M.: Publ.Center EAOI, 2011. – 315 c.
3. Beliaevskiy I.K. Marketing differentiation. – «Economics, Statistics and Informatics». – Herald UMO № 6-2010, p. 132 – 140.
4. Belyaevskiy I.K. Consumer market as an essential factor of prosperity. – Economics, statistics and informatics». Newsletter №. 6-2012 UMO, p. 96–105.
5. Belyaevskiy I.K. Sociology in marketing: view statistics. – «Statistical issues», № 5 – 2009, p. 20-31.
6. Belyaevskiy I.k. Socio-ethical issues of marketing. – ETAP: economic theory, analysis, practice, № 2 – 2011, p. 133–147.
7. The Russian statistical year-book. 2011. Stat. sat. /Rosstat. – M.: 2011. – 795 p.
8. Russia. 2012. Stat. Handbook/Rosstat. – M.: 2012. – 59 p.
9. Social status and standard of living of the population of Russia. 2007. Stat. sat. /Rosstat. – M.: 2007. – 505 p.
10. Social status and standard of living of the population of Russia. 2011. Stat. sat. /Rosstat. – M.: 2011. – 527 p.
11. Retail in Russia. 2011. Stat. sat. / Rosstat. – M.: 2011. – 519 p.
12. Site gks.ru – population: standard of living.
13. opora.ru; aop-rb.ru/news/aop/3836 – monitoring the administrative barriers to; opora51.ru/smallbprobs.html – Recommendations based on the results of the North-Western Forum on support of small and medium-sized businesses.
14. www.business-gazeta.ru/article/54138/ – Vladimir Putin: In Russia, defiantly high income differentials. 13.02.2012.
15. bs-life.ru/macroeconomika/prozitochiy-minimum2013.html – living standart in 2013 y.
16. enc-dic.com/sociology/Konechnoe-Potreblenie-3410/–Eventual consumption. Encyclopedias & Dictionaries.
17. vz.ru/economy/2011/8/3/512207.html – «View» 03 Aug. 2011y.
18. www.dp.ru/a/2012/10/08/Prezident_utverdil_novie/ - Paid medicine.
19. proadvokat.ru/877.htm – Medical insurance. Home Lawyer. 12 мая 2009 y.