

image not found or type unknown



Вопросы, касающиеся сущности, функций, роли торговли потребительскими товарами, непосредственно связаны между собой: их не только невозможно противопоставить, но и разграничить. Развитие торговли, торговли отношений, обмена материальными и духовными ценностями между отдельными лицами, странами и народами всегда составляло важнейший источник жизнеспособности человеческого общества, роста материального и духовного уровня людей.

Отсутствие торговли, как известно, характеризовало состояние доцивилизованного, первобытного общества. Первые древнейшие цивилизации стали возникать в условиях первоначальных, во многом еще примитивных торговых операций - обменов излишками производимых продуктов. Те цивилизации и страны, которые всячески содействовали развитию торговых отношений, могли укреплять свое могущество, создавали богатство материальной и духовной культуры.

По моему мнению, торговля потребительскими товарами в соответствии с ее сущностью выполняет две основные функции: а) экономическую - реализация стоимости (смена форм стоимости) и б) социальную - реализация потребительной стоимости товара (доведение товара до потребителя товаров и услуг) и удовлетворение потребительского спроса. Исходя из названных функций, следует рассматривать их содержание.

Долгие годы в литературе велись споры по поводу того, какую из названных функций торговли считать главной. В экономической литературе в конце 50-х и начале 60-х годов превалировала точка зрения, согласно которой отдавалось предпочтение функции торговли по реализации стоимости (в сравнении с функциями торговли по реализации потребительной стоимости). В более позднее время (в конце 70-х годов) учеными-экономистами торговли поддерживалась такая же точка зрения.

На необходимость разрешения таких споров указывают, например, А.И.Левин и А.П.Яркин. Они отмечают: "Эта, кажущаяся на первый взгляд, суть - теоретическая проблема в действительности при более глубоком анализе имеет непосредственный выход на практику. Дело в том, что в зависимости от того, как она будет решена, какая из двух названных функций будет признана главной,

должна строиться и практика оценки деятельности хозяйствующих объектов, то есть сама система ..."

Имеет место смещение понятий задач торговли потребительскими товарами и ее функций. Так как основной задачей торговли потребительскими товарами является удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, то основной функцией торговли, по мнению ряда авторов, является реализация потребительной стоимости или доведение товаров до покупателей и удовлетворение их запросов.

Товар - это единство блага и стоимости. В товаре отражаются обе эти стороны. Они двуедины, взаимообусловлены и проявляют себя полностью в рыночных условиях. Стоимость товара может быть реализована при условии реализации потребительной стоимости - блага, которое заложено в товаре. Если эти условия не соблюдены, то продукт труда не может быть реализован.

Поэтому функции торговли потребительскими товарами являются связанными друг с другом, неразрывными, взаимозависимыми. В рыночной экономике осуществляется переход приоритета от производителя к потребителю (т.е. от продавца к покупателю). Потребитель получает возможность свободного выбора товара.