

ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОДХОД В ТОРГОВЛЕ

О. В. Королёва

Воронежский государственный институт физической культуры

Поступила в редакцию 15 апреля 2011 г.

Аннотация: в статье обоснована функциональная роль торговли в терминологии теории воспроизводства, выделены и раскрыты функции торговли, соответствующие фазам воспроизводства. Сформирован состав частных функций розничной торговли и дано их теоретическое обоснование.

Ключевые слова: торговля, товарное обращение, воспроизводство, функции.

Abstract: trade functional role in the terminology of reprocessing theory is substantiated in the article, also trade functions, which are suitable for reprocessing stages, are pointed out here. The structure of particular retail trade functions is formed and their theoretical justification is represented.

Key words: trade, goods circulation, reprocessing, functions.

Розничная торговля выполняет ряд функций, которые во многом определены ее сущностью как формы товарного обращения. Известно, что торговля является конечным звеном, где происходит смена формы стоимости, общественное признание затрат на производство и доведение товаров до потребителя.

Следует отметить, что функция и роль товарного обращения представляют собой не разнородные явления, а различные ступени познания одного и того же объективного процесса. В данном случае мы разделяем точку зрения о том, что функция непосредственно выражает сущность явления и определяет роль категорий, которые ее осуществляют.

Проблема анализа функций торговли, несмотря на наличие множества научных работ по этому поводу, до настоящего времени остается дискуссионной.

В традиционных теоретических представлениях одни экономисты считают основной функцией торговли производственную функцию [1], другие – функцию обслуживания [2], третьи – функцию реализации продукции [3].

Основное противоречие состоит в том, что является первичным для сферы товарного обращения: функция реализации продукта или функция удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах. Мы считаем, что для разрешения этого противоречия функции торговли следует рассматривать с позиций теории воспроизводства.

Вещественной основой фазы обмена выступает движение совокупности произведенных за оп-

ределенный период потребительных стоимостей от мест их производства до мест конечного потребления с учетом действительных потребностей. Исходя из этого, роль торговли в экономике следует рассматривать в процессе кругооборота (оборота) всего общественного продукта: на стадиях производства, распределения, обмена и потребления, которые тесно связаны между собой.

Общеизвестно, что начальной стадией общественного воспроизводства является материальное производство. Оно составляет основу существования и развития общества, определяет распределение, обмен и потребление. Потребление выступает в качестве завершающей стадии общественного воспроизводства.

Начальной формой товарного обмена, возникшего на базе первого крупного общественного разделения труда и еще неразвитого товарного характера производства, был непосредственный товарообмен (Т–Т), т.е. обмен одной потребительной стоимости на другую, имеющий в своей основе стоимостную пропорцию.

Развитие товарно-денежного обмена не только создало условия для возникновения торговли, но и сделало ее появление необходимостью. Обмен становится исключительной функцией группы хозяйствующих субъектов, появляется особая отрасль хозяйственной деятельности.

С возникновением денег простой обмен товаров сменился товарным обращением, которое является развитой формой товарного обмена, осуществляемого посредством денег (Т–Д–Т). Это означает, что вместо одноактного процесса обмена товаров происходят два относительно самостоятельных

акта: продажа (Т–Д) и купля (Д–Т), которые могут разделяться во времени и пространстве.

В соответствии с данными положениями торговля представляет собой такой вид товарно-денежного обмена, который характеризуется обособлением купли-продажи в особую посредническую отрасль деятельности (Д–Т–Д).

Торговля как форма товарного обмена является одной из фаз расширенного воспроизводства и в организационном плане одновременно является отраслью народного хозяйства, своеобразной подсистемой экономики. Отсюда очевидно, что роль торговли не может быть оценена однозначно.

По мнению К. Маркса, которое мы разделяем, обмен выступает как «опосредствующий момент между производством и обусловленным им распределением, с одной стороны, и потреблением, с другой стороны» [4, с. 725]. Категориями этого процесса являются товарообмен, товарное обращение, торговля.

Выступая связующим звеном между производством и потреблением, торговля является необходимым условием непрерывности процесса воспроизводства и кругооборота общественного продукта.

Обращение (обмен) вызвано к жизни материальным производством и является результатом общественного разделения труда между фазами (стадиями) общественного воспроизводства. Основной процесс обращения – процесс обмена общественного продукта, созданного в сфере материального производства. В процессе обмена обще-

ственного продукта и проявляются функции торговли как формы товарного обращения.

Необходимо сделать акцент на том, что рыночная система хозяйствования требует создания конкурентоспособной торговой системы, ориентированной на рынок и нацеленной на раскрепощение экономической инициативы, максимальную мобилизацию ресурсов, использование различных форм товарного обращения.

Торговля предназначена не только решать проблемы распределения, но и осуществлять настоящий товарно-денежный оборот и, таким образом, принимать активное участие в процессе современного расширенного воспроизводства.

Таким образом, функциональное предназначение торговли с учетом изменения ее роли в рыночной системе хозяйствования позволяет нам рассматривать функции торговли с позиций теории воспроизводства, каждая фаза которого обуславливает наличие определенной группы функций торговли (рис. 1).

Рассмотрим выделенные нами группы функций более подробно.

С точки зрения экономической теории распределение, обмен и потребление сущности производства не представляют, ибо, сколько бы общество ни обменивалось продуктами труда и деятельности, сколько бы ни распределяло средства и продукты производства, никакой потребительной стоимости при этом не создается. Относящиеся к производству процессы распределения, обмена и потребления играют по отношению к нему формальную, но не содержательную роль.

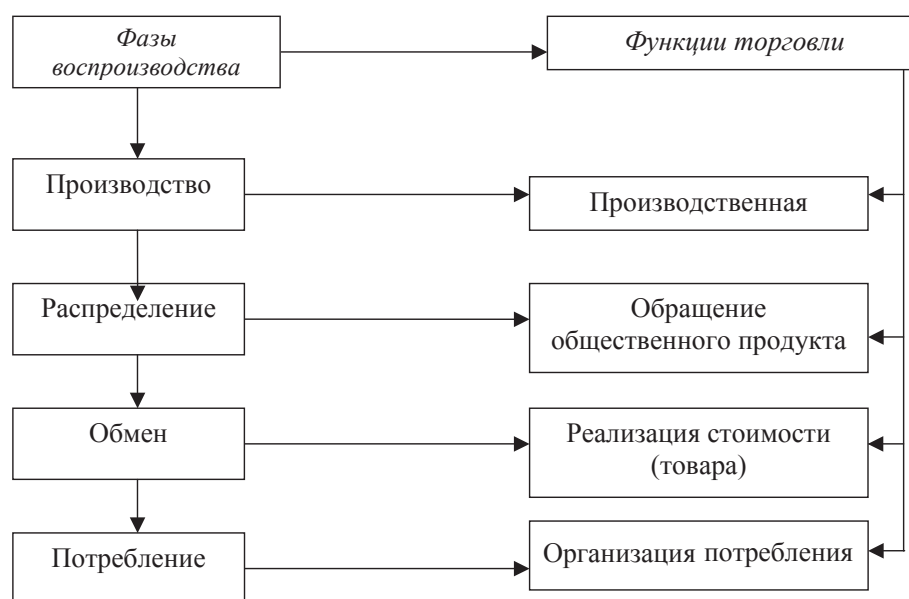


Рис. 1. Функции торговли с позиций теории воспроизводства

Данные теоретические посылки определяют функции торговли, проявляющиеся в процессе воспроизводства в результате тех отношений, которые складываются между всеми фазами воспроизводства по поводу обмена, осуществляемого при посредстве денег [5].

Производственные функции торговли включают в себя отношения, связанные с допроизводством продукции (фасовка и пр.) и распределением (перераспределение уже распределенного). Производственные операции, выполняемые в торговле, являются вспомогательными к основному процессу – процессу обращения – и состоят не в доработке и расфасовке материальных благ, а в доведении их до потребителя и реализации товара, чтобы продукт труда мог проявить свою потребительную стоимость.

Если в торговле и выполняются операции по доработке продукции, то это не является ее непосредственной функцией, а выступает результатом недостаточного развития материально-технической базы отраслей материального производства.

Изложенное говорит о том, что торговля порождена материальным производством, а ее функции, как и степень развития производства, обусловлены потребностями воспроизводства общественного продукта и необходимостью обеспечения его нормального цикла.

Особо следует обратить внимание на сущность распределительной функции, которую торговля не выполняет, так как основной процесс сферы товарного обращения – процесс обращения – может начинаться лишь тогда, когда продукт произведен и уже распределен в форме конкретного денежного дохода, полученного населением в порядке распределения по труду. В процессе распределения торговля реализует населению товары и услуги в обмен на их денежные доходы.

В процессе воспроизводства между начальной стадией движения совокупного продукта (производством) и его конечной стадией (использованием) формируется особая, промежуточная, стадия, в рамках которой происходит образование различных форм денежных доходов и их перегруппировка. Вне этого механизма (или минуя его) процесс распределения материальных благ в условиях товарно-денежной формы общественного воспроизводства не может быть осуществлен.

Указанная стадия движения совокупного общественного продукта выступает в качестве важнейшего звена всего распределительного процесса. Поэтому торговля не может осуществлять распре-

делительную функцию, а лишь обеспечивает обмен уже распределенного общественного продукта в целях удовлетворения потребностей.

Отсюда можно сделать вывод, что основная функция торговли в процессе воспроизводства состоит в обмене товаров посредством купли-продажи, и этот обмен товаров осуществляется при помощи функций движения товара от производства до конечного потребителя (покупателя) (вещественный обмен товаров) и реализации стоимости товара (смена форм стоимости).

Отношения обмена экономистами часто исследуются в аспекте анализа его конкретно-хозяйственных форм. Обмен рассматривается в узком смысле, т.е. как процесс реализации товаров, их купли-продажи, а сфера обращения (обмена) – как совокупность особых хозяйственных подразделений (организаций), за которыми в силу общественного разделения труда закрепляются функции товарного обращения (торговли).

Вместе с тем эффективное функционирование национальной экономики требует органического единства процесса производства, распределения, обмена и потребления.

Функции торговли проявляются через кругооборот (оборот) капитала, т.е. стоимости, авансированной на производство и обращение, и призваны служить единой цели – с наименьшими затратами времени и средств осуществлять обращение общественного продукта.

Именно поэтому основной функцией товарного обращения (торговли) является функция реализации стоимости (товара). После реализации товаров они вновь приобретают денежную форму (сумму): часть денежных средств представляет собой первоначально авансированные средства (стоимость) на производство и обращение, часть – реализованный прибавочный продукт.

Осуществляя реализацию общественного продукта (товара), торговля, таким образом, обеспечивает возмещение затрат живого и овеществленного труда в производстве различного рода материальных ценностей (товара), получение прибавочного продукта и этим создает условия для продолжения процесса производства в прежних и расширенных масштабах; реализуя товар населению, торговля создает условия для поддержания жизнедеятельности населения. В конечном счете чем быстрее протекает процесс обращения товаров, тем меньше связанные с этим затраты, тем полнее удовлетворяются производственные и личные потребности.

Материальной основой функции обмена является время обращения общественного продукта, т.е. продолжительность пребывания товара в сфере обращения.

По К. Марксу, «время обращения не является положительным моментом, создающим стоимость; если бы оно равнялось нулю, то создание стоимости дошло бы до высшего предела» [6, с. 31].

Именно через ускорение обращения общественного продукта и следует рассматривать функции торговли и ее влияние на эффективность производства. Эффективность предопределяется скоростью кругооборота (оборота) капитала, авансируемого на производство и обращение. Чем быстрее оборачивается капитал, тем чаще прибавочная стоимость принимает денежную форму и, следовательно, может быть использована как добавочный капитал для расширения производства. Продолжительность оборота капитала определяется суммой времени производства и времени его обращения.

Отсюда следует, что накопление средств в товарных запасах или денежных средств, не задействованных в обороте, «омертвляет» средства и замедляет воспроизводственный процесс. Время накопления средств производства как для потребления, так и для реализации находится не только в зависимости от технологических факторов производства, но и от их движения через сферу обращения.

Таким образом, влияние времени обращения общественного продукта на время производства проявляется через ускорение кругооборота (оборота) производственных фондов предприятий в период их нахождения в производственной, товарной и денежной формах. В свою очередь, это приводит к ускорению времени производства и времени обращения, чем достигается экономия и рациональное использование трудовых и материальных ресурсов, а в конечном итоге – к расширению производства, росту его масштабов и эффективности. Именно через этот фактор и проявляется эффективность реализации функций торговли. Однако данный фактор слабо учитывается в исследованиях экономистов [7].

Воздействие времени обращения на время производства и его эффективность не ограничивается пределами непосредственного производства. Основная функция торговли в процессе воспроизводства состоит в ускорении оборота товарных фондов, подавляющая часть которых находится в сфере обращения, посредством высвобождения

средств (стоимости) из обращения для продолжения производства и расширения непродуцированной сферы.

Обращение имеет тесную причинно-следственную связь с конечной фазой процесса воспроизводства – потреблением. Эта связь так же, как и связь обращения с производством, носит двусторонний характер: через распределение и обращение происходит опосредование производства потреблением.

Поскольку через обращение реализуется качество удовлетворения производственных и личных потребностей, то сфера обращения призвана не только реализовать продукт, но и формировать потребности, регулировать соответствие предложения спросу, производства потреблению. И торговля, подчиняясь цели удовлетворения потребностей, призвана формировать рациональные потребности и создавать условия для их наиболее полного удовлетворения.

Таким образом, обеспечивая взаимоувязку производства и обусловленного им распределения с потреблением, торговля осуществляет экономические связи между производством и потреблением, а внутри этого процесса – экономические связи между хозяйственными звеньями, населением в отраслевом, территориальном и социально-экономическом аспектах.

Экономическая связь между производством и потреблением в товарном обращении обособляется в самостоятельную сферу национальной экономики и составляет стадию движения общественного продукта.

Кроме рассмотренных нами групп функций торговли, обусловленных фазами воспроизводства, особо следует остановиться на присущих только ей как специфической сфере частных функциях (рис. 2). Кратко охарактеризуем показанные на рис. 2 частные функции торговли.

Исполнение функции реализации произведенной потребительной стоимости (товаров) создает экономическую предпосылку воспроизводства совокупного общественного продукта, связывая производство с потреблением.

Выполняя функцию доведения предметов потребления до потребителей, торговля организует пространственное перемещение товаров от производителей и оптовых предприятий к потребителям, осуществляя при этом ряд операций по продолжению процесса производства в сфере обращения.

Функция организации хозяйственных связей с поставщиками товаров представляет собой выпол-

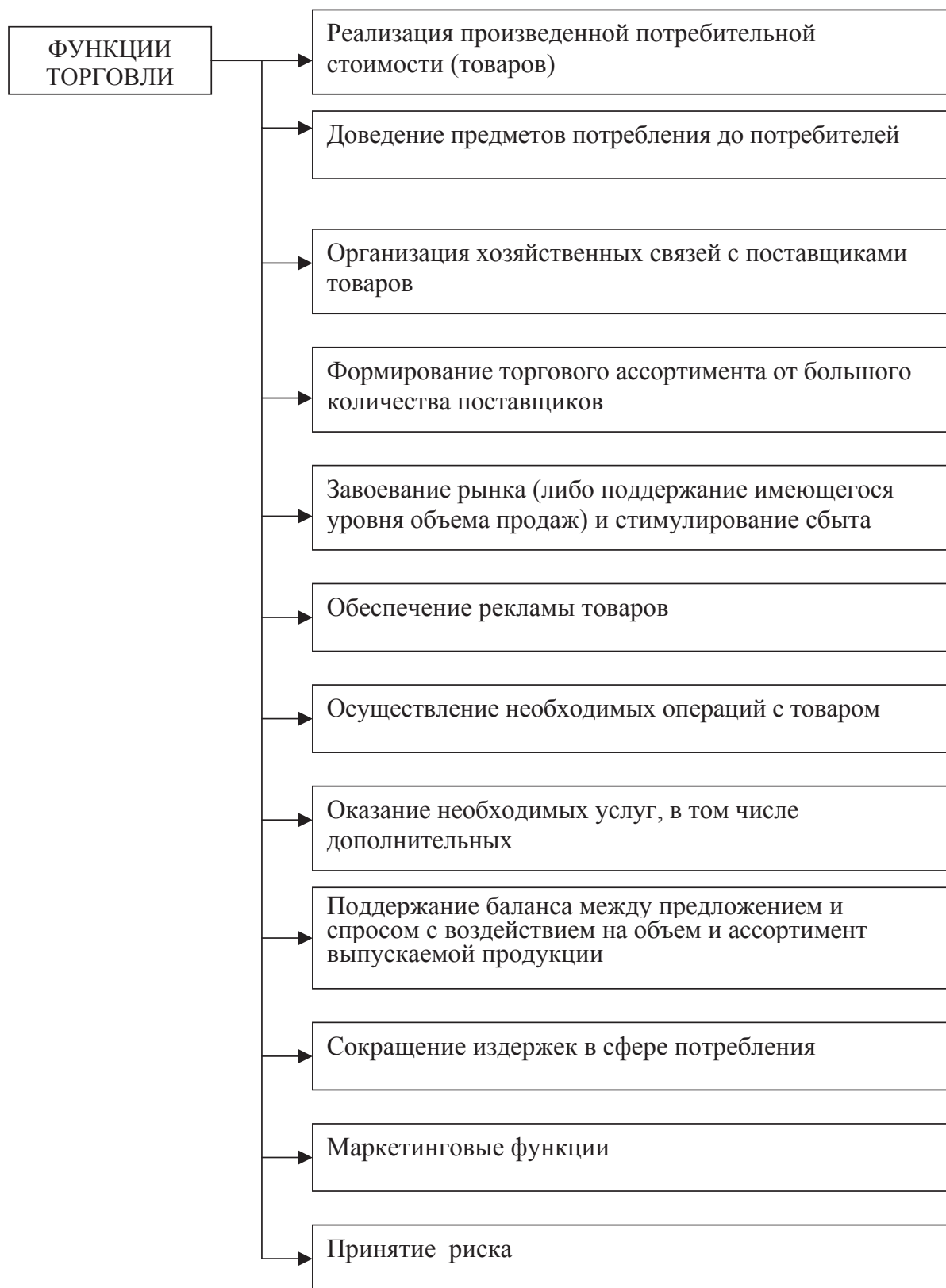


Рис. 2. Частные функции розничной торговли

нение ряда операций по изучению спроса, оптимальному выбору поставщиков и заключению с ними договорных отношений, а также дальнейший контроль за выполнением договоров.

Розничная торговля, собирая товары от различных поставщиков (производственных, оптовых предприятий), ориентируется на определенные требования конечных потребителей, поэтому в ней происходит подсортировка товаров по качеству, цене, типам, сортам, маркам, размерам, видам. В этом заключается содержание функции формирования торгового ассортимента от большого количества поставщиков.

В процессе функциональной деятельности розничная торговля использует различный арсенал стимулирующих факторов: это и гибкая система регулирования цен, и всевозможные скидки, активизирующие реализацию товаров. Для этого применяются прогрессивные методы и формы продажи (выставки, демонстрации товаров при продаже и т.п.) в процессе реализации функции завоевания рынка (либо поддержания имеющегося уровня объема продаж) и стимулирования сбыта.

Обеспечение рекламы товаров способствует увеличению объема продаж, информированию потребителей, формированию их вкусов и потребностей.

Прежде чем товар попадет в торговый зал, выполняется ряд технологических операций по его транспортировке, приемке, размещению и т.п., т.е. торговля выполняет функцию осуществления необходимых операций с товаром.

Суть функции оказания необходимых услуг, в том числе дополнительных, проявляется в процессе реализации товаров посредством обслуживания покупателей. Если под услугой понимается результат взаимодействия исполнителя и потребителя и собственная деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя, то под обслуживанием – деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги. При организации обслуживания учитывается тот факт, что спрос на обслуживание порождается спросом на товар. Высокий уровень обслуживания расширяет спрос на товар и повышает его конкурентоспособность.

Обслуживание, наряду с качеством и ценой товара, является основным мотивом для осуществления покупки. В зависимости от стадии обслуживания в розничной торговле можно выделить следующие основные виды услуг: предпродажные услуги; услуги, связанные с продажей товаров;

послепродажные услуги; услуги, связанные с созданием благоприятной обстановки в магазине.

Поддержание баланса между предложением и спросом с одновременным активным воздействием на производство в части объема и ассортимента выпускаемой продукции можно условно отнести к производственной функции торговли.

Не менее значимой функцией торговли является сокращение издержек в сфере потребления (затрат времени покупателей на приобретение товаров), которое происходит путем совершенствования форм и методов продаж, информационных услуг и пр.

Наиболее разнообразными являются маркетинговые функции розничной торговли, к которым можно отнести: рыночные исследования, выбор потребителей (определение целевого рынка, разработка стратегии, мониторинг требований и предпочтений потребителей), продвижение товаров (стимулирование сбыта, реклама, специальные программы), определение цены, создание служб сервиса.

Торговля, закупая товары и создавая товарные запасы, принимает на себя риск, связанный с возможным снижением объема продаж. Возникают также риски, связанные с потерей качества товаров при транспортировке, хранении. Возможны риски в связи с хищениями, колебаниями цен, снижением платежеспособности покупателей и т.д. В минимизации последствий проявлений этих рисков состоит содержание такой функции торговли, как принятие риска.

На основании изложенного выше можно сделать ряд обобщающих выводов.

Торговля в процессе воспроизводства (в результате общественного разделения труда) выполняет две основные функции: реализацию товара конечному потребителю и организацию потребления. В этом едином процессе обращения внутри указанных функций выполняются вспомогательные операции: доработка товаров, сохранение их количества и качества, поддержание соответствия между спросом и предложением через рыночные отношения.

Функции торговли – реализация товаров и организация потребления – тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены, они воздействуют друг на друга в направлении ускорения обращения товаров. Таким путем, во-первых, ускоряется процесс возврата авансированных в процесс производства и обращения средств (стоимости), чем обеспечивается непрерывность процесса производства; во-

вторых, достигается наибольшее удовлетворение возрастающих потребностей населения в товарах и услугах, что создает условия для поддержания жизни человека и соответственно повышает производительность труда в смежных отраслях.

В названном двуедином процессе торговля активно воздействует на производство и потребление в направлении их расширения и совершенствования.

Деятельность торговли не ограничивается реализацией товара (обменом). Экономические границы обращения шире совокупности товарно-денежных отношений, а протекающие в торговле отношения обмена охватывают также и те, которые протекают в фазе потребления (в сфере обслуживания). Под влиянием торговли осуществляются экономия и рациональное использование свободного времени населения, что обратно воздействует на рост производительности труда и эффективность национальной экономики.

Таким образом, специфичность функций торговли можно выразить следующими основными положениями.

Во-первых, функции торговли предопределяются (если рассматривать с макроэкономических позиций) не только экономией общественного труда при производстве массы потребительных стоимостей в материальном производстве, но и экономией труда, затрачиваемого на товарное обращение.

Во-вторых, функции проявляются в сбережении в каналах обращения всей величины стоимости (товара), созданной в материальном производстве.

В-третьих, функции заключаются в экономии (сокращении) затрат времени населения на торговое обслуживание и быт (издержек потребления) и, соответственно, роста производительности труда в материальном производстве.

Воронежский государственный институт физической культуры

Королёва О. В., кандидат экономических наук, преподаватель

E-mail: ronja08@bk.ru

Тел.: 8(473)238-58-52

В-четвертых, структура реализуемой массы продукции (товара) должна обеспечивать непрерывный рост объемов производства, рост благосостояния (уровень жизни) населения.

Всё изложенное говорит о том, что функции торговли обусловлены обращением (обменом) общественного продукта, а ее деятельность должна оцениваться с точки зрения того, насколько эффективно торговля выполняет свои функции в процессе воспроизводства.

В связи с отмеченным функциональная роль торговли как отрасли отечественной экономики должна рассматриваться не с позиций производства или сферы обслуживания, а как составная часть всей национальной экономики, обеспечивающая воспроизводство совокупного общественного продукта, национального дохода, социальных и производственных отношений в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Жигалов В. Т.* Повышение эффективности труда в сфере товарного обращения / В. Т. Жигалов. – Киев : Вища школа, 1979. – 159 с.
2. *Ковалев В. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М. : ПБОЮЛ Гриженко Е. М., 2000. – 424 с.
3. *Загладина С. М.* США : обращение товаров и услуг в экономике / С. М. Загладина. – М. : Наука, 1975. – 271 с.
4. *Маркс К.* Соч. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М. : Политиздат, 1979. – Т. 12.
5. *Токарь Е. В.* Теоретико-методологические аспекты эффективности торговли товарами народного потребления : монография / Е. В. Токарь, О. Н. Скубина. – Белгород : Кооперативное образование, 2008. – 139 с.
6. *Маркс К.* Экономические рукописи 1857–1859 годов / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – 2-е изд. – Т. 49. – С. 28–417.
7. *Токарь Е. В.* Экономическая и социальная эффективность торговли : сущность, компоненты и методы их оценки : монография / Е. В. Токарь. – Воронеж : Центрально-Черноземное книжное издательство, 2005. – 240 с.

Voronezh State Institute of Physical Training
Korolyova O. V., Candidate of Economic Sciences,

Senior Lecturer

E-mail: ronja08@bk.ru

Tel.: 8(473)238-58-52