

Ю. А. Кірієнко,
аспірант, Львівський національний університет ім. І. Франка

ДО ПИТАННЯ ПРО ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ КАТЕГОРІЇ "ТОВАР"

Для більш ефективного економічного аналізу суті товарної форми виробництва у сучасних умовах необхідно чітко визначити зміст категорії "товар". Здійснено ретроспективний аналіз категорії "товар" та пов'язаних із нею понять, та запропоновано власне бачення економічного блага як такого.

The economic matter of category "good" is necessary to be precisely determined for more efficient economic analysis of goods' production in modern conditions. The retrospective analysis of category "good" and related notions is done in the paper and the author's own view on economic good is suggested.

Ключові слова: продукт, предмет, благо, економічне благо, неекономічне благо, товар, операція купівлі-продажу, задоволення потреб.

ВСТУП

Товарний спосіб виробництва є домінуючим у світовій економіці. Як відомо, його виникнення пов'язане з поглибленням суспільного поділу праці, економічною відокремленістю виробників та з виникненням обміну готовою продукцією через її купівлю-продаж. Тому логічно, що об'єктом дослідження у товарній економіці став результат виробничої діяльності у формі товару. У економічній науці з цією категорією маємо справу досить часто, не залежно від того, на позиціях якої школи економічної думки стоїть той чи інший учений. Загалом можна вважати, що товар — це досить зрозуміла емпірична категорія, яка не потребує особливого тлумачення. Але, з іншого боку, вважаємо, що сьогодні виникає необхідність глибшого дослідження цієї категорії, постає необхідність напрацювання однозначних підходів до розуміння внутрішнього змісту цієї категорії, що може уможливити економічний аналіз. Світова економіка переходить до нового етапу розвитку — постіндустріального чи, як його ще називають, інформаційного. Відбуваються незворотні зміни у підходах до ведення господарської діяльності, виникають нові її види, що загалом є наслідком постійного процесу зростання людських потреб.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Для ефективного охоплення науковою думкою результатів товарної форми виробництва, на нашу думку, необхідно глибоко та всебічно проаналізувати категорію "товар". Наприклад, проведемо ретроспективний аналіз цієї категорії та пов'язаних з нею понять, таких як "річ", "предмет", "продукт", "благо". Розглянемо окремі з них детальніше.

РЕЗУЛЬТАТИ

Ще у працях давньоримських мислителів можна знайти категорію товару, яким вважали об'єкт торгівлі або речі, які пропонуються для продажу [5, с. 66]. Як бачимо, вже у той період акцентується увага на тому, що річ стає товаром у процесі купівлі — продажу. З іншого боку, підгрунття до здійснення таких операцій не розглядалися, тобто питання виникнення людських потреб та їх задоволення за допомогою товарів не виникало. Класики економічної науки, наприклад, А. Сміт вказував на те, що товаром є та річ, яка ще не перебуває у власності кінцевого споживача [5, с. 66]. Питання власності справді виступає вагомим фактором при визначенні товарності певної речі, оскільки зрозуміло, що коли річ не є об'єктом операцій купівлі-продажу, то вона стає благом, яке задовольняє певну потребу.

На думку Д.Рікардо, виріб, продукт чи товар є результатом виробничої діяльності, який виставляють на продаж [5, с. 66]. Хоч представники класичної школи і розглядали питання визначення вартості товару (теорія трудової вартості), але сама категорія "товар" не стала об'єктом ґрунтовного дослідження.

К. Маркс вважає товаром зовнішній предмет, річ, яка здатна задовольняти ту чи іншу потребу людини, обмінюватися в певних кількісних пропорціях на інші речі [5, с. 66]. По-суті, у такому визначенні чітко розмежовані дві ознаки товару — споживча вартість та мінова. Але в такому трактуванні відсутня конкретизація власника цієї речі чи предмету, крім того, не акцентують увагу на тому, що товар є результатом виробничої чи невиробничої діяльності.

Представники історичної школи економічної науки, зокрема Карл Кніс вважав, що товарами є ті блага, які залишились для обороту [5, с. 68]. З цього визначення можемо зробити висновок, що товарність блага визначається лише відносинами між людьми з приводу купівлі — продажу. Такі відносини виступають, як можна це помітити із попередніх визначень, необхідною, але не достатньою умовою товарності речей чи благ. Вільгельм Рошер наводить дещо подібне визначення товару як будь-якого блага, призначеного для обміну [5, с. 68].

ґрунтовним дослідженням суті товару займалися представники австрійської школи економіки. Карл Менгер розрізняє категорії "предмет", "благо" і "товар". Він наголошує на тому, що причинне співвідношення між предметом та задоволенням потреб людини становить основу визначення сутності блага. Предмет стає благом за таких умов:

- 1) існує потреба споживача у цьому предметі;
- 2) наявність таких властивостей предмета, на основі яких його можна вважати таким, що задовольняє певну потребу;
- 3) усвідомлення споживачем причинного зв'язку між властивістю предмета та задоволенням його потреби;
- 4) можливість розпорядження предметом таким чином, щоб споживати його для задоволення потреб [5, с. 66].

На думку Менгера, лише коли усі ці умови виконуються одночасно, можна вважати певний предмет благом. Автор також наводить власну класифікацію благ. Він поділяє їх на матеріальні та корисну людську діяльність, основу якої становить праця, тобто послуги. Також Мен-

гер поділяє блага на блага першого порядку — призначені для безпосереднього задоволення людських потреб. Інакше кажучи — споживчі блага. Він наголошує і на тому, що існують блага, які також пов'язані із задоволенням потреб, тобто певні предмети, які можна вважати благами. Але зв'язок між цими благами та потребами є опосередкованим. Такі блага отримали назву благ другого порядку (промислового призначення у сучасній термінології), тобто це товари, які задовольняють потреби шляхом виробництва благ нижчого (першого) порядку [5, с. 72].

На основі рідкісності Менгер поділяє блага на економічні — потреба в яких перевищує їх доступну на певний момент кількість, та неекономічні — кількість яких перевищує існуючу на певний момент часу потребу [5, с. 68]. При цьому загалом наголошує на тому, що межа між ними є досить умовною. Оскільки з розвитком суспільства блага, які раніше були неекономічними, поступово стають економічними. Межа між економічним та неекономічним благами, на думку Менгера, полягає не тільки у питанні рідкісності, але і приватної власності. Тобто, коли особа має такий вплив на не рідкісне благо, що інші особи не можуть вільно ним користуватись, тоді благо стає економічним. Загалом на основі визначених понять блага та економічного блага Менгер пропонує вважати товаром економічне благо, призначене для продажу [5, с. 70]. При цьому автор розглядає різні визначення. Він вважає, що така риса товару, як спроможність переміщатись у просторі від однієї особи до іншої, наштотувала вчених на думку про необхідність розмежування поняття товару в повсякденному і науковому сенсі слова. Ті продукти, що торгівець або виробник тримає наготові для обміну, які відносяться до переміщуваних речей, називають товаром у повсякденному розумінні. Товари у науковому розумінні — це економічні блага, незалежно від їхньої спроможності до переміщення, незалежно від осіб, що пропонують їх для продажу, від їхньої матеріальності, від їх характеру як продукту праці, призначені для обміну. Отже, Менгер загалом розширив існуючі на той час трактування товару, заклавши при цьому основи для врахування і нематеріальної сфери виробництва.

У неокласичній теорії зустрічаємо трактування товару як економічного блага, призначеного для обміну. Загалом сучасна наука пропонує багато визначень понят-

тя товару. У економічній науці товаром вважають продукт праці, який задовольняє певні потреби людини і виготовляється для продажу чи обміну [2, с. 365]. У товарознавстві пропонується така дефініція: товар — це продукт природи, продукт природи і людської праці або тільки людської праці в матеріальній, нематеріальній субстанції та у формі послуг, який завдяки своїм властивостям спроможний задовольняти наявні чи передбачувані суспільні потреби та призначений для обміну й купівлі-продажу [9]. Сучасна економічна енциклопедія пропонує таке визначення товару: "це продукт праці, що задовольняє певну потребу людини та виготовлений для обміну" [6, с. 475]. У підручнику за редакцією академіка А. А. Чухна товар — це форма продукту праці, який має певні риси:

1) він призначений не для власного споживання, а для обміну, продажу;

2) має здатність задовольняти певну потребу, тобто має споживчу вартість;

3) необхідною умовою перетворення продукту праці на товар є суспільна споживна вартість, тобто споживча вартість для усіх членів суспільства;

4) продукт праці стає товаром, коли він має здатність обмінюватись на інші товари, тобто має мінову вартість [10, с. 102].

Маркетинг як окрема галузь економічних знань також оперує визначенням категорії "товар". Наприклад, Ф. Котлер розглядає товар як все, що може бути запропоноване для задоволення людських потреб. А саме: товар може бути представлений як матеріальний продукт, послуга чи ідея [5, с. 34]. Товари, які пропонуються на ринку, містять матеріальні об'єкти, послуги, досвід, заходи, образи, індивідуальність, місця, об'єкти власності, організації, інформацію та ідеї [5, с. 407]. У такому визначенні товару вже не спостерігаємо чіткого розмежування між товарами та послугами, отже, послуги можна вважати також товарами, тільки у нематеріальній формі. Також розгляд інформації, ідей, досвіду вже наближає науку до розгляду такого нового явища, як мереживні блага, тобто товари, які є результатом діяльності певної мережі. Економіка мережі є новим явищем, притаманним постіндустріальному суспільству. Мережа перетворюється на основну організаційну форму, яка стрімко розвивається завдяки використанню новітніх технологій і досягненню таким чином значно більшої ефективності.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши підходи до визначення товару можемо узагальнити. Товар є економічним благом, оскільки це такий вид благ, які є у обмеженій кількості. При цьому такі економічні блага повинні мати споживчу та мінову вартість. Разом з тим товарність економічного блага передбачає існування певних відносин між людьми, які виникають у момент здійснення операції купівлі-продажу. Враховуючи той факт, що товаром у сучасних умовах можна вважати також послуги, ідеї, інформацію, виникає необхідність розширення саме розуміння економічного блага. Економічне благо, на нашу думку, це благо, яке існує у обмеженій кількості, має матеріальну чи нематеріальну форму (предмети чи послуги) і використовується для задоволення прямих чи опосередкованих способам потреб індивіда та суспільства.

Література:

1. Економічна теорія: підручник. / За ред. В.М. Тарасевича. — Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2005. — 784 с.
2. Енциклопедія: бізнесмена, економіста, менеджера / За ред. Р. Дяківа. — К.: Міжнародна економічна фундація, 2000.
3. Кардаш В. Я., Павленко І. А., Шафалюк О. К. Товарна інноваційна політика: підручник. — К.: КНЕУ, 2002. — 266 с. — Доступний з: <http://studentbooks.com.ua/content/view/94/54/1/2/>
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ.; под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н.Каптуревського. — СПб: Питер, 2000. — 752 с.
5. Менгер К. Избранные работы. — М.: Издательский дом "Территория будущего", 2005. — 496 с.
6. Мочерний С. Вартість товару. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3 / С.Мочерний, М.Павлишенко. — К.: Академія, 2000. — С. 640.
7. Райсберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А.Райсберг, А.Ш.Лозовский, Е.Б.Стародубцева. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 480 с.
8. Постоловський Р.М. та ін. Теорія економіки. — Київ: НМЦВО, 2004. — 542 с.
9. Пугачевський Г.Ф., Михайлова Г.М. Дефініція товару як об'єкта товарознавства // Вісник ДонДУЕТ Серія "Технічні науки". — 2006. — № 1(29). — Доступний з <http://www.donduet.edu.ua>
10. Основи економічної теорії: підручник / А.А. Чухно, П.С. Єщенко, Г.Н. Климко та ін.; за ред. А.А. Чухна. — К.: Вища шк., 2001. — 606 с.

Стаття надійшла до редакції 06.09.2009 р.