



# ТОВАР

Авторы: В. Л. Тамбовцев

---

ТОВАР, предмет продажи или обмена. Понятие «Т.» в экономич. теории относится в числу фундаментальных. Т. в широком смысле – любое благо (вещь, услуга, действие, социальный статус, должность, идея, эмоциональное состояние человека и т. п.), становящееся предметом обмена или купли-продажи. Превращение чего-либо в покупаемый и продаваемый Т. получило назв. «коммодификация» (от англ. commodity – товар). Так, в РФ можно наблюдать коммодификацию услуг образования и здравоохранения. Т. в узком смысле – предмет, услуга или работа, созданные специально для обмена (продажи). Все объекты, становящиеся Т. в обоих смыслах, имеют свойства, обуславливающие их полезность – способность удовлетворять те или иные потребности покупателя. Полезность возникает при взаимодействии Т. и потребителя: в отсутствие потребителя объект не имеет полезности.

С понятием «Т.» в узком смысле связано разграничение двух типов хозяйства – натурального и товарного. В натуральном хозяйстве, которое ведёт обычно большая семья, необходимые для жизни продукты питания, одежду, услуги, работы по ремонту инвентаря, жилья, хозяйств. построек и т. п. производят члены семьи и распределяют для потребления и использования без актов обмена. При этом объём произ-ва таких благ и услуг определяется исходя из потребности и возможности произвести их, лишних благ в натуральном хозяйстве обычно не бывает. В товарном хозяйстве вещи и услуги производятся сверх потребности в них непосредственно у производителя для обмена на др. вещи или услуги (бартер) или продажи за деньги. Круг производимых вещей и услуг в товарном хозяйстве меньше, чем в натуральном, специализация на произ-ве Т. позволяет изготавливать их с большей эффективностью. Переход от натурального к товарному хозяйству означал начало становления рыночной экономики. Товарному произ-ву присущи массовость и стандартизированность производимой продукции, в этом случае реализуется преимущество товарного произ-

ва – экономия на масштабе.

В последние годы прослеживаются новые тенденции в произ-ве Т.: 1) «кастомизация» (от англ. customer – покупатель) – индивидуализация производимых Т., непосредственное приспособление их к нуждам конкретных потребителей при сохранении общей технологии массового произ-ва (напр., автомобили выпускают небольшими партиями, отличающимися как внешним видом, так и разнообразием встроенных устройств); 2) продажа покупателю не отд. объекта, а комплекса взаимосвязанных услуг, определяющих возникновение у потребителя положительного опыта. Иногда говорят, что товаропроизводители производят не Т., а опыт потребителя, что неточно, поскольку в строгом смысле опыт производится самим потребителем, а товаропроизводитель способен создать условия для этого.