

вость материалов. Она снижает энергозатраты человеческого тела, способствуя тем самым увеличению трудовой производительности.

3. Возрастание спроса на высокотехнологичные нетканые материалы для рабочей одежды, такие, как Tyvek, производимый компанией «Dupon». Он состоит из миллионов тонких непрерывных нитей полиэтилена высокой плотности, полученных методом сверхскоростного формования и скрепленных под воздействием высоких температур, обеспечивающих достаточную воздухо- и паропроницаемость. Одновременно Tyvek дает более высокий уровень защиты от физического проникновения опасных частиц и жидких химикатов по сравнению не только с текстильными, но и с большинством нетканых материалов, имеющих более разреженную структуру.

Возможности применения данного материала широки. Это авиационная, нефтедобывающая промышленность, сельское хозяйство, точное машиностроение, фармацевтика, утилизация отходов, перевозка опасных грузов и т.д.

Таким образом, в последние годы для получения современных материалов для спецодежды и увеличения спроса на них отечественные и зарубежные фирмы используют различные химические волокна и новые типы отделок, а также большое внимание уделяют разработке новых технологий (например, ткани с мембранным слоем) и модернизации оборудования.

Н.М. Ильин, канд. экон. наук, профессор

БГЭУ (Минск)

ТОВАР И ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ В ОБЩЕСТВЕННОМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕ

Производство материальных благ, удовлетворение материальных потребностей субъектов любой общественной формации являются необходимой основой и условием их существования и жизнедеятельности. Абсолютное большинство материальных благ выступает в виде конкретных предметов потребления.

Искусственное вещное окружение, созданное человеком, является той средой, в которой он непосредственно существует и в постоянной взаимосвязи с которой он формирует и утверждает себя. Элементарное отношение «вещь—товар—человек» следует рассматривать как сложнейшее общественно-социальное явление, выражающее особенность функционирования общества и его общественного воспроизводства.

В организации общественного воспроизводства современное общество характеризуется использованием товарно-денежных отно-

шений. Эти отношения между производителями благ и потребителями осуществляются на рынке, который опосредует превращение созданного продукта в товар.

Важнейшая составляющая общественного воспроизводства — потребительские товары. По сути они являются основным конечным продуктом общественного воспроизводства, в решающей степени определяя условия жизни людей.

В общественном воспроизводстве товары имеют ряд функций. Во-первых, первоначально товар выступает как потребность, своего рода нужда человека в предметах потребления. Эта потребность проявляется как определенные образы предметов, которые необходимы для создания условий жизнедеятельности. Соответственно формируется мотив человеческой деятельности в создании продуктов, отвечающих потребностям и способам их удовлетворения.

Во-вторых, важнейшей особенностью товара является его функционирование как конечный результат производства. Как продукт производства он воплощает в себе результат целесообразной человеческой деятельности в создании предмета, соответствующего потребностям человека, необходимого и желанного для него. Созданные товары удовлетворяют потребности оцениваются с позиций соответствия требованиям, выявления достоинств и определенных недостатков.

В-третьих, товар выступает как определенный материальный предмет с соответствующей химической, физической и биологической природой. Эта природа, определяя материальную сущность товара, проявляется посредством многообразия естественно-природных свойств. Познание указанных свойств служит основанием оценки товаров с позиции их полезности, ценности для человека и формирования потребительной стоимости. Последняя отражает главную сущность товара — быть полезным для человека и обеспечивать удовлетворение его потребностей.

На рынке проявляется *четвертая* функция товара — быть средством обмена между производителями и потребителями. Здесь осуществляется оценка соответствия производимых товаров, их ассортимента и качества общественным потребностям через механизм признания их потребительной стоимости. Прежде чем товар получит признание как потребительная стоимость, он должен получить признание как стоимость. Иными словами, соответствует ли его цена той ценности, которую он представляет для потребителя. Если потребительная стоимость становится невостребованной, то не реализуется ни стоимость, ни потребительная стоимость.

Использование товара людьми, способность его удовлетворить потребность человека является главной и заключительной функцией. Потребление замыкает движение товара, и производство находит конкрет-

ное завершение. При этом оно определяет уровень потребления, его структуру и в конечном счете — уровень благосостояния населения.

Таким образом, товар — центральная фигура, главное действующее лицо в современном общественном воспроизводстве. Именно с помощью производства, обмена и потребления товаров осуществляется воспроизводство человеческой жизни.

Д.А. Козырев, ассистент

БТЭУ ПК (Гомель)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕЙ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Одним из направлений совершенствования работы и повышения эффективности хозяйствования райпо в рамках Государственной программы совершенствования деятельности потребительской кооперации на 2005—2010 гг. проводится дальнейшее реформирование их организационных структур по четырем моделям управления: I модель — райпо без унитарных предприятий и обособленных структурных подразделений; II модель — райпо с унитарными предприятиями, но без обособленных структурных подразделений; III модель — райпо без унитарных предприятий, но с обособленными структурными подразделениями; IV модель — с унитарными предприятиями и обособленными структурными подразделениями.

Все эти модели управления райпо имеют как положительные, так и отрицательные стороны.

Результаты проведенного исследования оценки эффективности хозяйственной деятельности райпо с учетом моделей их организационных структур управления свидетельствуют о том, что в 2004 г. более эффективно осуществляли розничную торговлю райпо, избравшие в качестве организационной структуры управления III модель (без унитарных предприятий, но с обособленными структурными подразделениями). Только в этих райпо (в среднем по группе) была получена прибыль (см. таблицу). Причем удельный вес убыточных райпо в группе составил: по I модели — 50 % (3 райпо из 6); II модели — 50,9 (29 райпо из 57); III модели — 33,3 (4 райпо из 12); IV модели — 51,2 % (22 райпо из 43).

На наш взгляд, эффективность управления розничной торговлей райпо снизилась, так как их количество с III моделью управления уменьшилось за 2004 г. с 33 до 12. Это свидетельствует о том, что начатое реформирование должно продолжаться.