

§ 1. Pojem a znaky tržby.

Tržbou (obchodem v užším smyslu) rozumíme po živnostensku provozované prostředkování oběhu statků (na rozdíl od nakupování statků pro vlastní potřebu i od výroby prvotní nebo průmyslové spojené s prodejem vlastních výrobků).

K vysvětlení pojmu dlužno vytknouti:

1. Tržba záleží v pouhém prostředkování směny, obchodník nakupuje zboží, aby je bez podstatných jeho změn opět se ziskem prodal; není tedy obchodníkem v smyslu národohospodářském, kdo statky jen pro vlastní potřebu nakupuje, aniž výrobce, který jen vlastní výrobky prodává, byť i surovinu kupoval a ve formě zpracované dále prodával — ovšem v mnoha případech je činnost obchodní spojena s jinakou činností hospodářskou (na př. výrobce prodává kromě svých také cizí výrobky), obchodník provádí čištění, konservování, třídění, balení a zasilání zboží a v právnickém smyslu rozumí se obchodem i nákup zboží za účelem zpracování a dalšího prodeje.

2. Prostředkování směn děje se tu po živnostensku, t. j. za účelem dosažení trvalého výdělku. Nepřestává arci býti tržbou, když se očekávaný zisk v určitém případě nedostaví, nebo když výdělkový motiv podřízen jest výjimečně jinému účelu pospolitému (na př. obecní prodejny uhlí, mléka, bramborů, mořských ryb, ve středověku solí, tovární sklady potravin a j. potřeb pro dělnictvo závodu), nebo když spotřebovatelé zboží se sdruží ke společné nákoupi, aby uspořili zisk obchodnický — protože podstata tržebních funkcí se zde nezměnila.

3. Jsouc prostředkováním oběhu pro ukojení potřeb osob třetích je tržba nezbytně podnikáním, kdežto výroba podnikáním býti nemusí a nebyla, dokud se děla výhradně pro vlastní potřebu domácnostní. Toto tržební podnikání pak se vyvinulo, když vzájemné směny produktů staly se již tak častými, že bylo lze z jich prostředkování učiniti samostatnou živnost nevýrobnou, tedy teprv na vyšších stupních společenské dělby práce, dříve však než vlastní stav živnostenský.

Předmětem tržby může býti prostředkování nejen směny hmotných statků, movitých i nemovitých (obchod se zbožím, pozemky a domy), nýbrž i koupě a prodej cenných papírů.

Na rozdíl od tržby zoveme obchodem v širším smyslu všeliké vzájemné styky hospodářských subjektů, zakládající se na výměně hmotných statků a služeb i na poskytování úvěru (k obchodu v širším smyslu patří na př. i bankovníctví).

V ý z n a č n é z n a k y tržby jsou:

Výkony tržby spočívají daleko více na kapitálu nežli na práci, která záleží hlavně jen v místním a časovém shromáždění zásob tak, aby byly odběrateli po ruce v době, na místě a v množství jemu potřebném, především pak ve vyhledávání příhodných příležitostí nákupních i prodejních. Práce je zde tedy převahou duševní, spekulativní — průměrně víc než jiné obory hospodářské činnosti vyžaduje tedy tržba zvláště velké bystrosti, příčinnivosti a podnikatelského smyslu, jaké nejsou stejnou měrou dány ani všem lidem, ani všem národům (Foiničané, Arabové, židé, Arméni, Řekové).

Kapitál oběžný při tržbě má převahu nad stálým, tím větší, čím více tržba odloučena jest od dopravnictví a skladnictví a čím více se tedy tržba obmezuje na činnost specificky podnikatelskou (spekulativní, organizační a dispoziční). Přejít od oborů méně výnosných k výnosnějším je tudíž u tržby daleko snažší než u výroby, kde bývá v převaze kapitál stálý (v zemědělství, velkopřůmyslu).

§ 2. Národohospodářský a sociologický význam tržby.

Tržba, stopující místní a časové přebytky a nedostatky zboží, řídí zboží vyrobené v určitém obvodu v nadbytku opět tam, kde je ho poměrný nedostatek, a pečuje, aby zde bylo spotřebitelstvu pohotově v potřebném množství a čase. Vyrovnává tedy jeho nadbytky a nedostatky a tím i místní cenové rozdíly a umožňuje všestrannější, levnější a lepší ukojování potřeb, než by bylo možno bez jejího spolupůsobení.

Vyhledává nejlepší nákupní prameny pro spotřebitele i nejvýhodnější odbytové příležitosti pro výrobce, zprošťujíc tohoto starosti o odbyt, umožňujíc mu věnovatí se cele výrobě, zároveň však nutíc jej v zájmu svém i spotřebitelstva k »nejpřiměřenějšímu využívání nejpriznivějších podmínek výrobních« (Kaizl), k pokroku a zlacňování výroby.

Kde nelze pomocí tržby dosíci výhodnějšího odbytu pro výrobce a pro spotřebitele opět lepšího a levnějšího ukojování