

Същност и функции на цените

Цената е икономическо понятие, чието значение и роля в икономическия живот са изключително големи и важни. Високата цена означава, че не всеки е в състояние да я заплати, което предполага ограничаване на потреблението на дадената стока, а ниската цена, обратно, предполага по-големи възможности за потребление. Цените и цялата им съвкупност са не само нещо индивидуално, лично, но и обществена, социална категория. Те регулират както отделните покупки и продажби, така и икономическите процеси като цяло – производство, разпределение, обмен и потребление. Така всички цени, взети заедно, при отчитане на тяхното формиране и промени действат като общ, единен, цялостен ценови механизъм.

Цените са гъвкав инструмент и в същото време мощен лост за управление на икономиката, макар техните реални възможности за въздействие върху икономиката да са много по-малки от надеждите, които се възлагат на тях и на ценовия механизъм.

В *ценовия механизъм* следва да се разграничават и отделят две взаимно свързани части. От една страна, това са самите *цени* – видове, структура, величина и динамика на промени, а от друга страна – *ценообразуването* като начин, правила за установяване, формиране на нови цени и промяна на действащите.

Ценообразуването, с което потребителите са запознати много по-малко, отколкото с цените, е активната страна в целия ценови механизъм. То, собствено, и предопределя величината на цените. Но най-често ценообразуването остава скрито за потребителите, а цените се виждат. Цените и ценообразуването в своето единство формират ценовия механизъм.

Да се даде общо, единно определение на понятието “цена” е толкова сложно, както и да се намери всеобща дефиниция на понятието “пари”. Още повече, че тези понятия са тясно свързани по между си, а и понятието “цена” е производно от понятието “пари”. За потребителите такова твърдение може да се окаже странно. От позициите на купувача, получаващ стоки по определени цени, всичко изглежда пределно ясно. За него цената е количеството пари, които му се налага да заплати за единица стока, вещ, услуга. За продавача – това е количеството парични единици, които може да получи срещу продажбата. По принцип, тези естествени, емпирични определения са напълно коректни.

Обаче, подобни опростени представи и определения не дават възможност да се отговори на въпросите каква трябва да бъде цената, как тя се поражда, защо и как се променя, как действат ценовият механизъм и т.н.?

Цената, както и парите, е историческа категория, възникнала и формирала се в процеса на зараждането и развитието на обмена. Още в хода на най-простия натурален обмен се налага да се използват цените като обменни пропорции, осигуряващи еквивалентност на обмена, а не както се казва “кон за кокошка”. Когато древните занаятчии обменят, например, една каменна брадва за две глинени гърнета, са изхождали от това, че цената на брадвата е две гърнета, когато и двамата се съгласявали с това съотношение. Това са били своеобразни стокови цени, проявяващи се в пропорциите на обмена.

Появата на стоковите, а след това и на металните и книжните пари създава възможност цената да се изразява в едни и същи единици стоков еквивалент, използван в качеството на платежно средство. Сега вече и продавача, и купувача виждат в цената на стоката определено количество парични единици, които могат да получат или се налага да платят за единица стока.

Паричната цена, като че ли, поставя всичко на своите места. Но възниква нов, но този път, видимо, вечен проблем – колко парични единици от един или друг вид следва да се заплатят за единица една или друга стока? Наложило се да се търси начин за определяне на цените. И самото понятие “цени”, като пропорция при обмена, попада под силното влияние на методите за тяхното определяне, т.е. на механизма на ценообразуване.

За цените започва да се говори и пише не толкова от позициите на тяхната същност и

назначение, колкото от гледна точка на начините на тяхното формиране. Възприемането на цените все повече се асоциира с епитети, съпровождащи цената – държавна, пазарна, твърда, договорна и т.н. Смесът на цената така или иначе се свързва с ценообразуващите фактори, влияещи на нейната величина.

На практика се използват *два подхода* за формиране на цените – *пазарен и производствен (разходен)*. При първия подход, определящ фактор за ценообразуването е пазарната конюнктура, търсенето и предлагането на стоката. При втория – за основа на цената се вземат производствените разходи, свързани със създаването на стоката.

В рамките на *пазарния подход*, цената се възприема като форма на изразяване на ценността на благата, проявяваща се в процеса на техния обмен. При тази формулировка са налице *два основни акцента*. *Първо*, подчертава се непосредствената връзка на цената на стоката с ценността, полезността, която тя притежава като обект на потребление. *Второ*, цената на стоката се проявява в своята икономическа същност само в условията на нейния обмен за пари или друга стока. Така че за всичко, което е извън пазара, не може да се говори за цена, тъй като само пазарът е способен да установи цената.

Производственият подход изхожда от други позиции, основаващи се на връзката на цената с производствените фактори, като цяло, и с главния фактор – труда. За този подход *цената е парично изражение на стойността на стоката*. В това определение ударението се поставя върху понятието “стойност”. Съгласно трудовата теория за стойността, водеща своето начало от А.Смит и Д.Рикардо и след това развита от Карл Маркс, *стойността се определя от разходите на труд за нейното производство*, т.е. има трудова природа. За да преодолее многобройните трудности, свързани с количественото измерване на стойността в нейното трудово възприемане, Маркс е принуден да въведе понятията “абстрактен” и “конкретен труд”, “обществено необходими разходи на труд”. Въпреки това стойността продължавала да остава теоретична категория.

Практическата връзка между стойността и цената се осъществява посредством прилагането на разходния принцип, в рамките на който величината на цената (себестойността) се определя чрез измерване на сумарните разходи на всички производствени фактори за единица стока в парично изражение. Добавянето към тях на величината на печалбата води до установяване на продажната цена.

Следва да се отбележи, че “стойностният” подход към цената в неговата трудова трактовка притежава естествена ограниченост, вследствие приложимостта му само към продуктите на труда. На основата на този подход не е възможно да се определи цената на предмети, вещи, които не са продукт на човешкия труд – земята, природните богатства, радио- и телевизионните честоти и др. В това отношение пазарният подход е по-универсален и конструктивен.

Същността на цените се разкрива чрез анализиране на техните функции, характеризиращи ролята, която цените играят в икономиката. При това следва да се държи сметка, че *функциите на цените* и начините за тяхната реализация се различават, в зависимост от природата на икономическата среда, в която действат.

Първична функция на цената е *измерителната*. Благодарение на цената е възможно да се измери стойността на стоката, по друг начин казано, да се определи какво количество пари купувачът е трябвало да заплати, а продавачът да получи за продадената стока. Цените позволяват на парите, като платежно средство, да придобият количествена определеност при акта на покупко-продажба.

Друга функция на цените, близка до измерителната, е *съизмерителната*, която позволява да се съпоставят цените на различните стоки. Ако цената отразява адекватно полезността, то тя може да се използва и при съпоставяне не само на паричната ценност, но и на полезността на стоките.

Благодарение на измерителната функция, цената притежава и *отчетна функция*. По един начин изглеждат нещата, когато се отчита имуществото на предприятието като 20 струга, и по друг начин, когато то се отчита като 20 струга с цена на всеки по 2 млн. парични единици

и обща сума 40 млн. парични единици.

От посочените функции на цената произтича възможността за тяхното използване в качеството им на *инструмент за регулиране на икономическите процеси*. В пазарната икономика цената е основен инструмент за уравнивяване на търсенето и предлагането.

Цената може да изпълнява и *разпределителна функция*, заключаваща се във възможността чрез цената да се влияе на преразпределение на търсенето на един или друг продукт, а следователно и върху предлагането на стоката, върху разширяване на производството на недостигащите стоки и намаляване на производството на излишните стоки. В крайна сметка, по този начин инвестициите се насочват преимуществено към съвременните отрасли и области на производството при едновременното им съкращаване в морално остаряващите отрасли.

Цените изпълняват и много важни *социални функции*. С тях са свързани структурата и обемите на потребление на благата и услугите, разходите, жизнения минимум и жизненото равнище и потребителския бюджет на семейството. В битовия смисъл на икономическите процеси хората смятат, че увеличаването на цените намалява жизнения им стандарт, а намаляването – го подобрява. При това, обикновено, не се вземат под внимание другите, не ценови фактори на жизнения стандарт – доходите, наличието на стоки на пазара, качеството на стоките, структурата на потреблението и др.

Цените имат и *стимулираща функция*. Повишаването им влияе върху заинтересоваността на производителите да повишават обема на производството и качеството на продукцията, с цел увеличаване на доходите от продажбите. Механизмът на това влияние минава през стремежа на производителите към по-високи доходи и печалби, които са свързани непосредствено с цените на продукцията.

Многообразието от функции на цените, а също така и противоречивостта на целите и задачите за прилагането на отделните функции, водят до това, че успешната реализация на всички функции е невъзможна, т.е. понятието оптимални цени е невъзможно. По-точно е да се говори за такова тяхно съчетание, при което всяка функция се реализира в определена степен, като някои от тях се извеждат за водещи.

Цените са обективна категория, но тяхната величина е обусловена от действието на обективни и субективни фактори. От една страна, ако на икономиката се натрапват “справедливи”, “разумни”, “добри”, “необходими” цени, ще се влезе в противоречие с икономическите закони и стопанската конюнктура ще реагира на подобна намеса с инфлация, спекулация, непредвидимо социално поведение, принудително разпределение - изгодни за едни и неизгодни за други. От друга страна, невъзможно е напълно да се игнорира регулативното въздействие на държавата върху цените, ценовия механизъм и ценовата политика.