

ЦЕНАТА, КАТО ОБЕКТИВНА ИКОНОМИЧЕСКА КАТЕГОРИЯ

Ваня Хаджиева

Нов български университет, 1618, София, ул. Монтевидео № 21,
България, vhadjieva@nbu.bg

PRICE AS AN OBJECTIVE ECONOMIC CATEGORY

Vania Hadjchieva

New Bulgarian University, 1618, Sofia, 21 Montevideo Str., Bulgaria

Abstract

Price as a major economic category affected by mnog.zhestvo and a variety of factors involved, while it performs some basic economic functions in the process of exchange of goods

Key words: price, category, economic crisis

Същност на цената

Всеки от нас има свое собствено тълкувание за смисъла на понятието „цена“, но какво се разбира, когато твърдим, че цената на някакво благо е(123,56 лв.)? Следва да бъде направено уточнението, че благата (активите) могат да бъдат разгледани в 4 групи – стоки, услуги, права и деривативи, за които е характерно:

- променлива във времето и пространството цена,
- неравномерно търсене и предлагане във времето (пазар)
- задоволяват някаква потребност (виж Фиг.1).

БЛАГА (Активи)	}	стоки	} Имат:
		услуги	
		права	
		деривативи	
			- променлива цена
			- неравномерно Търсене/Предлагане
			- задоволят различни потребности

Фиг.№1 Характеристики на благата

Много и разнообразни са класификациите и дефинициите за блага в научната литература, показаната класификация позволява благата да се разграничат в четири групи:

- стоките са блага с материален характер,
- услугите са блага, които имат нематериален (невеществен) характер
- правата са блага, които също като услугите имат нематериален характер и дават право потенциалния потребител да се възползва от някаква възможност за да задоволи

потенциална потребност, като това не е задължително (различните застрахователни продукти и т.н.)

- деривативите са права върху вече учредени права (търговията с квоти на CO₂).

Общото за всички блага (активи) е, че те имат променливо търсене и предлагане във времето и пространството, променлива цена, задоволяват някаква потребност и размяната се реализира на пазара.

Пазарът е друга икономическа категория, чиято дефиниция през годините се променя съобразно развитието на стопанския живот. Изхождайки от действащите икономически реалности в началото на XXI век, пазарът може да се опише като – място (не винаги обвързано с конкретно физическо местоположение – електронните пазар в Internet), където се срещат търсене и предлагане в резултат на което се осъществява размяната на блага на равновесната пазарна цена.

Цената е основна икономическа категория, която се отнася към всички икономически процеси. В литературата, както и в икономическите взаимоотношения съществува ясно разграничение между понятията цена и себестойност. Общото между двете категории, е че се измерват в пари (парите са универсален измерител на ценността на благата, и изпълняват следните по-важни функции – разчетна - сметна единица, средство за размяна, средство за плащане, средство за натрупване)¹, но по същество изразяват различни неща. Така например понятието „себестойност“ в най-общ смисъл изразява сумата на разходите (разходи за суровини и материали, труд, енергия, панетни и лицензи и т.н.) направени за създаването на съответното благо, тоест колко струва производството, добива или обработката на съответен актив. Докато „цената“ е паричния израз на ценността на съответното благо т.е. каква парична равностойност е склонен да даде потенциалния купувач(потребител) за да притежава съответното благо и ползите, които то ще му донесе.

Цената разгледана в социално-икономически аспект

Освен като икономическа категория, цената има и социално-икономическа значимост, която може да се разгледа в контекста на основните участници в стопанския живот:

- ***за държавата категорията „цена“*** има двааспектно значение. От една страна цените са измерител на националното благосъстояние, посредством набор от основни икономически показатели - БВП², минимална работна заплата, средна работна заплата и др. От друга страна цената е основен икономически инструмент за провеждане на конкретна държавна политика - регулиране на активността на населението и стопанските субекти посредством данъци, акцизи, социални помощи, данъчни преференции и др.

- ***за населението категорията „цена“*** също има два аспекта – от една страна посредством цената на труда (работната заплата) всички ние

¹Радков, Р., „Пари, банки и парична политика“, изд. Мартилен, С., 2001 г., 23

²БВП - е мярка за количеството произведени блага за определен период от време в даден географски район. Това е един от начините за измерване на националния приход и продукция - показател за стандарта на живота на определена нация. Брутният вътрешен продукт е крайната стойност на всички блага, произведени в границите на определена географска територия за известен времеви период (обикновено една година). Трябва да се прави разлика между БВП и брутен национален продукт, в който влизат и приходите от инвестиции в чужбина.

измерваме собственото си благосъстояние (жизнено равнище), което превръщаме в блага. Цената на труда е критерии за социално-икономическото ни разграничаването в социални групи – бедни, средна класа, заможни и т.н. От друга страна категорията „цена“ е измерител на усилията, които сме склонни или не да положим за да притежаваме някакво благо, тоест цената е математическия измерител на необходимото усилие за постигането на някакъв желан резултат.

- **за стопанските субекти категорията „цена“** има фундаментално значение, от една страна е основен измерител на потребителната стойност на благата и паралелно изпълнява функцията на ефективността на всяка стопанска дейност посредством себестойност и цена, като критерии.

Теоретични основи на цената

В специализираната литературата съществуват две основни концепции за същността на цените:

Теория на пределната полезност – според която в процеса на размяна на практика се разменя стойност (полезност³), обект на размяната са благата или по-точно тяхната потребителна стойност измерена в пари посредством категорията цена. Цената на размяната отразява точно представата на потребителя за полезността, която ще получи придобивайки съответното благо.

Трудова теория за полезността – привържениците на тази теория приемат тезата, че трудът - усилията вложени за създаването/ придобиването на кое да е благо е първата „цена“ платена за придобиването на някакъв актив(благо). Благата са продукт на труда, като разход на физическа и ментална енергия.

Фактори, които определят движението на цените

Много и разнообразни са факторите, които оказват влияние върху ценовите флуктоации, в най-общ порядък те могат да бъдат разгледани в следните три групи:

Фактори, които влияят върху цените посредством измененията в стойността(стойностнообразуващи фактори). Факторите от тази група оказват влияние върху производителността на труда, себестойността, а от там и цената на създаваните блага:

- Техническа въоръженост на труда – пряко се влияе от научно-техническия процес, иновативността и рационализациите;
- Равнището на специализация, концентрация, коопериране, синхронизиране на производствения процес – организацията на производствения процес оказва директно влияние върху неговата ефективност;
- Естествени природно-климатични и географски дадености на производствения процес – при наличието/отсъствието на определни природни дадености производствения процес би могъл да поевтинява/се оскъпява;
- Квалификация, опит и умения на пероснала – наемането на служителите с по-висока квалификация, лични професионални компетенции и умения, прави производствения процес по-

³Виж по-подробно по този въпрос: Стойчев, И., Ценова политика, из-во на НБУ, 2007, стр. 12

ефективен и съответно неговата себестойност намалява;

- Териториално разпределение на производствените сили – дължината на пътя от производството до крайната реализация на всеки продукт съответно намалява/увеличава неговата крайна цена;
- Ефективността на външноикономическите връзки – движението на хора, стоки и капитали оказва пряко въздействие върху стойността на производствения процес.

Фактори, които влияят върху цените, като ги отклоняват от стойността. Факторите от тази група оказват влияние върху процеса на реализация на блага (обръщение), такива фактори са:

- Съотношението между търсене и предлагане – това е динамично отношение между очакванията и нагласите на търсещи и предлагачи, което оказва пряко влияние върху процеса на реализация на готовата продукция;
- Наличието на монополни структури на пазара – пречи „пазара“ свободно да определи реалната пазарна цена на блага, посредством срещата на търсене и предлагане в условията на свободна конкуренция;
- Потребителските свойства, качеството и техническото равнище на блага – оказват динамично влияние при формирането на цените на взаимозаменяеми стоки, а от там и върху потребителското поведение;
- Ограничаване/стимулиране на използването на дефицитни или особено ценни ресурси – когато посредством цената се търсенето (потреблението) се стимулира или ограничава;
- Стимулиране на определени отрасли от националното стопанство (подпомагане) – посредством преразпределение на реализирания доход;
- Привеждане на цените в съответствие с международните цени;
- Социалната значимост на блага – различната степен на социална значимост на блага налага отклоняване от реалната цена на блага с цел запазване на социалния баланс.

Парите, като фактор за движението на цените. Парите по своята същност са универсален измерител на ценността на блага, но същевременно подлежат на търсене и предлагане и имат собствена стойност (цена). Цената на стоката пари е в пряка зависимост от паричното обръщение, икономическата стабилност, инфлацията и др. Стоката пари има своя собствена цена, която оказва пряко влияние върху стойността на блага.

Фактори с териториално въздействие. Факторите, които оказват влияние върху цените в териториален аспект могат да бъдат класифицирани в три групи:

- Местни фактори (в страната) – политическа стабилност, организация на националното стопанство, данъчна политика и т.н.;
- Регионални фактори – които оказват влияние с регионален

мащаб – влизането на България в Европейския съюз доведе до синхронизирането на националните регулации (националната нормативна база) с тези регулациите действащи в рамките на общността;

- Световни фактори – политика, международни спогодби и договорености, които оказват влияние върху националното стопанство.

Функции на цените в националното стопанство

В качеството си на основна икономическа категория в процеса на размяната „цената“ изпълнява набор от икономически и социални функции:

Измерителна (отчетна) функция. В тази си функция категорията „цена“ се използва за съизмерване на различни потребителни стойности, на база оценка на ефективността на отделните производства (сравнение на разходите и резултатите на отделните производства).

Разпределителна функция. В случаите когато цената е по-висока от стойността определена от производителят, купувача акумулира допълнителен доход за производителя. Така на практика цените разпределят/преразпределят създадения национален доход, а когато са по-ниски от себестойността се преразпределят материалните разходи.

Стимулираща функция. Всяко отклоняване на цената от реалният ѝ размер води до стимулиране или рестрикция, което може да бъде реализирано в някое от следните направления:

- Стимулиране на научно-техническия процес – изконният стремеж на всеки производител е да оптимизира производството, да минимизира разходите, да повиши качеството и да предложи най-добрия продукт;
- Оптимизиране структурата на потребление – чрез прилагането на по-ниски/по-високи цени;
- Рационално разпределение на производителните сили – посредством прилагането на различни отстъпки и надбавки към цените на производителите в различни райони и т.н;

Функция балансиране на търсенето и предлагането. В условията на пазарно стопанство цената се формира като среща между търсене и предлагане, в условията на засилена (целенасочена) държавна регулация посредством различни данъчни и финансови инструменти (преки и косвени данъци) се постига желан баланс в потреблението на благата.

Заклучение

По своята същност цената е основна икономическа категория, както търсенето, предлагането, приходите разходите и т.н В условията на глобална финансова криза, цената може да се разгледа, като основен инструмент за провеждане на целенасочена икономическа политика с цел овладяване (регулиране) на икономическите процеси и излизане от кризата.

Литература

1. Радков, Р., 2001 г. „Пари, банки и парична политика“, изд. Мартилен, С.
2. Стойчев, И., 2007 г. Ценова политика, из-во на НБУ.