

ЦЕНА: ПОИСК АДЕКВАТНОГО ВЫРАЖЕНИЯ СУЩНОСТИ

Бияк Сергей Александрович
Старший научный сотрудник,
Институт экономики РАН,
Москва, Россия

PRICE: SEARCH FOR THE ADEQUATE EXPRESSION OF THE ESSENCE

S. Bilyak

Annotation

Existing ideas about the essence of price lead to the corresponding understanding of the mechanism of the market price generation, scale and form of possible influence from the side of government. The second one is especially important to correct disproportions appeared in the Russian economy and to reduce effect of economic crisis 2008 – 2009 yr. It determines the importance of searching adequate expression of the price's essence. There are two basic scientific concepts of the price analyzed in this article: expense–labor and utility.

Keywords: price, cost, utility, demand, supply, marginal utility

Аннотация

Из существующих представлений о сущности цены вытекают соответствующие понимания механизма функционирования рыночного ценообразования, степени и формы возможного воздействия на него со стороны государства. Последнее особенно важно для целей исправления диспропорций, возникших в экономике России и минимизации последствий экономического кризиса 2008 – 2009 гг. Этим определяется актуальность поиска адекватного выражения сущности цены. В настоящей статье анализируются две основные научные концепции цены: затратно–трудовая и полезности.

Ключевые слова:

цена, стоимость, полезность, спрос, предложение, предельная полезность.

Из существующих представлений о сущности цены вытекают соответствующие понимания механизма функционирования рыночного ценообразования, степени и формы возможного воздействия на него со стороны государства. Последнее особенно важно для целей исправления диспропорций, возникших в экономике России, а также минимизации последствий экономического кризиса 2008 – 2009 гг. и сокращения сроков выхода на траекторию роста. Этим и определяется актуальность поиска адекватного выражения сущности цены. В настоящей статье анализируются две основные научные концепции цены: затратно–трудовая и полезности.

Цена – это синтетическая экономическая категория, в которой пересекаются практически все основные проблемы, связанные с производством и распределением товаров и услуг, с воспроизводством и развитием экономики в целом. Поэтому адекватное представление о цене и механизме ее формирования и изменения позволяет найти ключ к пониманию деятельности всего воспроизводства, в том числе к пониманию таких макроэкономических категорий, органически связанных с ценой, как производство, потребление, товарно–денежное обращение, национальный доход, ВВП.

Под ценообразованием будем понимать способ установления и правила формирования новых цен и изменения действующих.

Как известно, в трактовке цены и стоимости, начиная с XVIII века, сложились и преобладали две основные научные концепции: затратно–трудовая и полезности. Они послужили основой для сформировавшихся в 19 веке в

политической экономии двух ведущих ветвей: классической традиции, основанной на трудовой теории стоимости и неоклассической, основанной на теории предельной полезности. Обе эти ветви сохранились, хотя и в разной мере представлены в течениях и школах современной экономической мысли.

Согласно затратно–трудовой концепции, стоимость товара определяется затратами на его производство плюс прибыль предприятия, а цена, являясь денежным выражением стоимости товара, формируется рынком под воздействием спроса и предложения. Цена отдельного товара может отклоняться от его стоимости под влиянием случайных рыночных факторов.

Сторонники концепции полезности считают, что стоимость товара определяется его полезностью в глазах потребителя и поэтому цена товара представляет собой сумму денег, которую покупатель готов заплатить за товар определенной полезности. Исходя из концепции полезности, цену можно интерпретировать, как денежное выражение потребительной стоимости.

Некоторые авторы рассматривают еще меновую стоимость товара, как его способность к обмену в определенных количественных пропорциях. Хочется тут же ввести и понятие меновой цены, как денежного выражения меновой стоимости. Но при этом у автора возникает чувство некорректности такого подхода. Дело в том, что меновая стоимость не является концептуальным понятием внутренне присущим товару, а возникает только в процессе его обмена на рынке под воздействием спроса и предложения, т.е. является фактором конъюнктуры. Но на рынке формируется не меновая стоимость, а меновая

цена (она же просто цена, по которой товар обменивается на определенное количество денег), а меновая стоимость самостоятельно как бы и не существует, как практически не существует у нас натуральный обмен. Следует оговориться, что приведенные рассуждения относятся к подавляющему большинству товаров, из которых возможно следовало бы исключить отдельные, если можно так выразиться, более обмениваемые товары (золото, серебро и др.), которые благодаря такому свойству ранее использовались в качестве денег.

Конечно, наряду с рассмотренными здесь двумя концепциями цены и механизма ценообразования имеется множество их разновидностей: институциональная теория ценности, теория экономической ценности, символической ценности, информационная теория экономической ценности, концепция социальной стоимости и т.д. Можно согласиться с мнением П. Лабзунова, что названные теории "чаще всего представляют модификации маржинализма, дополняя его отдельными ценообразующими факторами, которые лишь несущественно меняют акцент в понимании категории цены" [1].

Разработка затратно-трудовой концепции цены относится к ранней стадии развития капитализма (конец XVIII – начало XIX в.). Среди ярких сторонников этой концепции можно назвать основателей классической школы политической экономии У. Петти, А. Смита и Д. Рикардо. Именно они заложили основы затратно-трудовой теории цены, согласно которой стоимость товара определяется количеством труда, необходимого для его производства.

Наиболее последовательным сторонником затратно-трудовой концепции цены является К. Маркс – один из завершителей классической политической экономии, который, в отличие от основателей классической школы, рассматривал стоимость как определенное экономическое отношение, представленное в товаре и находящееся в процессе развития. Такой диалектический подход позволил проследить закономерности зарождения и основные этапы развития стоимости, в том числе – закономерности возникновения и развития денег, превращения денег в капитал и развития капитала. К. Маркс раскрыл двойственную природу труда, заключенного в товаре и этим разрешил противоречия трудовой теории стоимости, имевшие место у его предшественников. К. Маркс ввел понятие абстрактного труда как объективной субстанции стоимости, определяющей пропорции обмена товарами (или купли-продажи). Сущность его концепции заключается в признании существования двух экономических категорий – "стоимости" и "цены", каждая из которых имеет собственную характеристику и содержание. Стоимость – это воплощенные в товаре общественно полезные затраты труда или затраты времени, которые требуются "для изготовления какой-либо потребительской стоимости при наличии общественно нормальных условий производства и при среднем в данном обществе уровне умелости и интенсивности труда" [2]. А поскольку всякий товар есть результат труда, то это делает все товары качественно однородными, а, следовательно, сопоставимыми и соизмеримыми. При таком подходе труд,

воплощенный в товарах, также становится качественно однородным, трудом "вообще", лишенным конкретики или абстрактным.

Цена товара, по Марксу, есть денежное выражение его стоимости: "Выражение стоимости товара в золоте х товара А = у денежного товара, есть денежная форма товара, или его цена" [2]. Таким образом, стоимость товара у Маркса является имманентной его характеристикой – его содержанием, а цена является его формой, в которую товар облекается на рынке. Поэтому цена товара может отклоняться от его стоимости под влиянием случайных рыночных факторов.

В теории стоимости Маркса регулятором общественно необходимых затрат труда является потребительная стоимость или полезность. В третьем томе "Капитала" К. Маркс отмечает, что "закон стоимости в действительности проявляется не по отношению к отдельным товарам или предметам, но каждый раз по отношению ко всей совокупности продуктов отдельных обособившихся благодаря разделению труда общественных сфер производства; так что не только на каждый отдельный товар употребляется лишь необходимое рабочее время, но и из всего общественного рабочего времени на различные группы употреблено лишь необходимое пропорциональное количество. Ибо условием остается, чтобы товар представлял собой потребительную стоимость. Но если потребительная стоимость отдельного товара зависит от того, удовлетворяет ли он сам по себе какую-либо потребность, то потребительная стоимость известной массы общественных продуктов зависит от того, адекватна ли она количественно определенной общественной потребности в продукте каждого особого рода и, следовательно, от того, пропорционально ли, в соответствии ли с этой общественной, количественно определенной потребностью распределен труд между различными сферами производства" [3]. Таким образом, степень полезности (величина потребительной стоимости) влияет на количество абстрактного труда, необходимого для удовлетворения определенной общественной потребности. Как об этом же пишет В. Вишневский, "для Маркса вовсе не представлялось загадочным и необъяснимым, когда покупатели предпочитают товар с более интенсивной полезностью, хотя он обходится им в данный момент дороже, чем его менее качественный аналог. Но он дороже не потому, что более полезен (это объективная видимость явления), а потому что удовлетворяет большую долю совокупной потребности и фактически уменьшает (при вышеназванном условии) затраты покупателей труда на удовлетворение единицы последней" [4].

Таким образом, теория Маркса усматривает в стоимости объективную основу цены. Экономико-математические и статистические исследования, проводимые К. К. Вальтухом, подтверждают "высокую объясняющую и прогнозную силу теории Маркса". [5] Поэтому использование трудовой теории стоимости особенно необходимо для научного обоснования государственных прогнозов и программ социально-экономического развития страны, создания механизма государственного регулирования эко-

номики, обеспечения ее определенной социальной ориентированности. Именно в затратно-трудовой трактовке цены ее свойство как регулятора пропорций обмена имеет максимальное выражение, что очень важно в свете стоящей перед экономикой России необходимости исправления накопившихся ценовых диспропорций, а также в целях планирования концентрации ресурсов на приоритетных инновационных направлениях развития экономики и создании в этой связи крупных вертикально-интегрированных государственных корпораций.

Разработка концепции полезности нашла свое отражение в маржинализме – направлении в экономической теории конца XIX века, заключающейся в оценке благ на основе их субъективной полезности для конкретного потребителя. Кроме того, был использован принцип предельности (маржинальности), что выражалось в переходе от анализа совокупных и средних величин к анализу предельных, т.е. дополнительных величин. Переход к анализу последовательных изменений предельных величин (т.е. прироста или убыли этих величин, что в математике выражается дифференциалом) открыл дорогу применению в экономической теории математических методов и способствовал приданию наукообразия экономическому анализу.

По концепции маржиналистов формирование цены (через теорию предельной полезности) увязывается с потреблением продукта, т.е. с учетом того, насколько изменится потребность в оцениваемом продукте при добавлении единицы этого продукта. В этом случае рыночная цена товара зависит не столько от затрат изготовителя, сколько от субъективной оценки полезности таких затрат покупателем, оценивающим предельную полезность последней единицы приобретаемого им товара.

Из того, что цена любой единицы приобретаемого товара оценивается предельной полезностью последней его единицы, П. Самуэльсон говорит о "дополнительной выгоде, достигающей потребителя" [10] как о чем-то реально существующем. То, что мы как потребители не ощущаем этой дополнительной выгоды говорит о степени адекватности теории действительности. Кроме того, закон убывающей полезности не является универсальным. Он распространяется только на круг предметов, которые имеют для отдельного человека границу насыщения (например, хлеб, вода, жилище и др.). Данный закон неприменим к многочисленным непродовольственным товарам и тем более к средствам производства.

В развитии маржинализма можно выделить 2 этапа:

1 этап - (70-80 гг. XIX в.) – связан с именами Уильяма Стенли Дживонса – основателя математической школы и Карла Менгера – основоположника австрийской школы, с которой связывается разработка теории предельной полезности. Для этого этапа, получившего название "субъективного направления", характерно определение стоимости товара субъективной ценностью (полезностью) конкретного блага для конкретного человека, а определение цены – суммой денег, которую покупатель

готов заплатить за товар определенной полезности. Таким образом, имеет место монистический подход, при котором единственным основанием цены признавалась полезность товара.

Субъективное основание цены не позволяет формализовать ее расчет, так как субъективная полезность не имеет и не может иметь какого-либо количественного выражения что, по мнению автора, лишает субъективное направление теории предельной полезности практической пользы. Более того, по мнению П. Лабзунова, субъективное основание определения цены не позволяет рассматривать его как научное: "Определения цены у западных ученых обычно носят описательный характер и ограничиваются количественным описанием: цена приравнивается к сумме денег, которую покупатель уплачивает продавцу в условиях рыночного обмена. Это не сущностное определение, а потому излишне рассматривать и анализировать его как научное" *.

*Возможна ли вообще денежная оценка желаний? Д. Рикардо утверждает: "...Ничто не может быть мерой стоимости, если само не обладает стоимостью" (см.: Д. Рикардо - Т. Мальтусу от 3 августа 1823 г. Рикардо Д. Соч. Т. 5. - М. 1961. С. 142). Кроме того, само желание приобретения конкретного товара определяется не только предельной его полезностью, но и предельной полезностью других товаров, которые необходимо приобрести потребителю, уровнем дохода потребителя, умением мыслить рационально, как предписывает экономическая теория, здравомысленно воспринимать внушения рекламы, не находиться в состоянии шопинговой болезни и пр. (замечание автора).

2 этап - (90-е годы XIX в.) – связан с именами Альфреда Маршалла – основателя кембриджской школы, с которым связывают становление неоклассического направления в экономической теории, и Джона Бейтса Кларка – основателя американской школы.

Для этого этапа характерен отказ от "субъективного направления" и отвержение только психологического аспекта оценки полезности вещей. Именно на этом этапе А.Маршаллом была обоснована необходимость совместного изучения спроса и предложения, осуществлена попытка синтеза достижений теории маржинализма и классической школы.

Концепцию ценообразования А.Маршалла в самом общем виде можно сформулировать следующим образом. Спрос на товар зависит от предельной полезности товара, а цена спроса – денежная оценка желаний. Далее А.Маршалл вводит понятие цены предложения товара, которая определяется издержками его производства. Затем в графической форме представляется функциональная зависимость от цены спроса и предложения. Цена равновесия (естественная цена) устанавливается на пересечении кривых спроса и предложения. В экономический анализ А.Маршалл вводит понятия эластичности спроса и предложения, а также фактор времени, т.е. краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды.

Предлагаемый А.Маршаллом синтез трудовой теории стоимости и теории предельной полезности стремится показать движение стоимости товаров как единый двухфакторный процесс, содержащий в себе объективный (издержки) и субъективный (оценка полезности) факторы. И тот и другой факторы, по мнению А.Маршалла, одинаково участвуют в образовании рыночной цены товара,

хотя в конкретной ситуации может доминировать один из них. Именно постоянное сравнение полезного эффекта продукта и затрат на его производство и осуществляет рынок через действие закона стоимости.

В неоклассической трактовке цены спрос и предложение представлены сопоставимыми по значимости факторами.

Однако, со стороны предложения выступают вполне осязаемые, менее изменяемые, имеющие стоимостное измерение, затраты предприятия, включая всевозможные налоги, плюс предпринимательский доход.

В тоже время со стороны спроса выступают субъективно-психологические, более изменяемые, безразмерные (не стоимостные) оценки полезности товара, его качества, дефицитности, престижности и пр. плюс факторы, относящиеся не к товару, а к субъекту такие, как внушаемость, подверженность шопингу и пр. К тому же, перечисленные выше факторы, выступающие со стороны спроса, могут формироваться рекламой, т.е. стороной предложения.

Поэтому говорить о возможности достижения равновесия столь не соизмеримых, не сопоставимых и изменчивых со стороны спроса факторов не приходится.

В современной экономике несопоставимость факторов спроса и предложения существенно усилилась. На стороне предложения стоят мощные транснациональные компании и торговые сети, фактически формирующие стиль жизни большинства населения, а на стороне спроса – отдельные индивидуумы в лучшем случае объединенные в союзы потребителей, влияние которых на сторону предложения едва ощутимо.

Таким образом, цену равновесия (естественную цену) лежащую на пересечении кривых спроса и предложения надо рассматривать как чистую абстракцию, имеющую весьма отдаленное отношение к реальному механизму рыночного ценообразования. Подтверждением этому может послужить анализ движения мировых цен на сырую нефть во время финансово-экономического кризиса 2008–2009 годов. Цены на сырую нефть с середины 2008 г. до начала 2009 г. упали в 4 раза, (со 160 долл./бар. до 40 долл./бар.), в то время как мировой спрос, мировое потребление и мировое предложение нефти практически не изменились.

В XX веке теория предельной полезности сосредоточила большое внимание на разработке теории выбора отдельного потребителя. В этот период были разработаны экономико-математические модели, позволяющие практически изучать динамику и структуру потребительского спроса, как по отдельным товарам, так и в агрегированном виде. В качестве важных элементов этих моделей используются коэффициенты эластичности спроса по ценам (включая и коэффициенты перекрестной эластичности) и коэффициенты эластичности спроса по доходам. Указанные модели, сосредотачиваясь в основном на анализе поведения субъектов рынка, отражают процесс их приспособления к рынку; анализируют, как формируются спрос, предложение и рыночные цены на отдельные товары при тех или иных предпосылках, фикси-

руют взаимосвязи цен на разные товары. Развитые теорией предельной полезности подходы в качестве общей идеологии могут, по мнению автора, как-то использоваться в товароведении и маркетинге. При этом центральным вопросом здесь по-прежнему остается адекватность моделей, используемых теорией предельной полезности, поведению реального потребителя на рынке. Учитывает ли потребитель то, что максимальная полезность (максимальное удовлетворение) от желаемых им товаров при существующем уровне его дохода достигается при равенстве предельных полезностей всех товаров на единицу цены каждого из них? На этот вопрос В. Вишневский отвечает следующим образом: "В свете действительной роли объективной полезности товаров в формировании величины их стоимости можно утверждать, что рациональное распределение дохода потребителем характеризуется не равенством взвешенных мнимых предельных полезностей, как это трактуется в маржиналистской теории, а максимизацией насыщения субординированных потребностей субъекта, доступных ему как обладателю определенного социального статуса и количественно определенного дохода, распределяемого им в соответствии со сформировавшимися у него индивидуальными предпочтениями." [4]. Не следует забывать также, что теория предельной полезности в ее современных трактовках не дает ответа на вопрос об объективной основе стоимости, не выводит на выяснение сущности денег, цен, доходов. Большинство ее выводов невозможно подтвердить фактами, поскольку в основу цены заложена субъективная величина, не поддающаяся объективному измерению.

Сторонники теории предельной полезности обвиняют стоимостный подход к цене в его затратно-трудовой трактовке в неспособности устанавливать цены на то, что не является плодом человеческого труда, скажем, на землю и другие природные богатства. По мнению автора, подобные затруднения общество может преодолеть, если объявит безнравственным продажу того, что как дар Божий является достоянием всего общества. Регулирование использования этого общего достояния должно осуществляться через рентные платежи в интересах всего общества.

В современной экономике в механизме ценообразования на конкретный товар всё более затушевывается и умалывается решающее значение затрат на его производство.

Связано это со следующими факторами:

- ◆ становится затруднительным расчет затрат производства сложных товаров, состоящих из тысяч (а иногда и десятков тысяч) комплектующих деталей, из-за быстрого изменения цен на комплектующие и условий их поставки, влияния колебаний валютного курса на цены импортных комплектующих. Ситуация усугубляется наличием десятков моделей и модификаций одной и той же продукции и необходимостью максимально быстрого их обновления для стимулирования спроса;

- ◆ крупные компании, производящие широкую номенклатуру товаров (включающую тысячи единиц), зача-

стую назначают цены на свою продукцию не пропорциональные затратам, а таким образом, чтобы максимизировать свою прибыль на всю выпускаемую продукцию в целом. Это может быть связано с выпуском новой продукции. Кроме того, зачастую занижается цена на основной продукт и завышается на расходные материалы к нему. Например, для принтера HP LaserJet Pro P1102, продаваемого в Москве по цене от 3222 руб. до 5115 руб., цена картриджа LaserJet HP CE285A колеблется от 1800 руб. до 2500 руб. Чтобы не возникало соблазна новый картридж покупать вместе с новым принтером, на новый принтер устанавливается картридж, заполненный порошком на 30%. По этой же причине цена электрических батареек в десятки раз выше затрат на их производство. Такой расходный материал, как щетки к электродвигателям некоторые компании не продают даже по завышенным ценам. Замена щеток для продукции таких компаний возможна только в гарантийной мастерской. После истечения гарантийного срока вместо замены щеток предлагается замена двигателя. В СССР запасные щетки к электродвигателям всегда входили в комплект поставки, а батарейки стоили копейки.

- ◆ рост доли бытовых учреждений и посредников в конечной цене товара до 70 и более процентов. Низкая доля затрат производства в конечной цене нивелирует усилия производителя по внедрению высокоэффективных технологий в целях повышения качества и снижения себестоимости продукции, что существенно тормозит их внедрение;

- ◆ спекулятивный характер финансовой системы, позволяющий ей "делать деньги" в отрыве от производства живя собственной жизнью, отодвигает само производство на задний план. Так, например, финансовые "пузыри", надуваемые вокруг жилищного строительства нивелируют затраты строителей в цене квартир.

С учетом упомянутых выше сложностей для целей отслеживания (или ценового регулирования) пропорций обмена выпускаемой продукции следует рассматривать товары и услуги:

- ◆ номенклатура которых менее подвержена быстрым изменениям;

- ◆ которые служат для удовлетворения насущных и постоянных потребностей людей;

- ◆ представляющие собой однородную продукцию массового производства;

- ◆ относящиеся к сельскохозяйственной продукции, приобретаемой по закупочным ценам;

- ◆ относящиеся к сырью, различным материалам, энергоресурсам, промежуточной продукции, используемой при межотраслевом обмене, и др., реализуемых по оптовым ценам.

Кроме того, своего отражения в трудовой теории стоимости требуют особенностей рыночных отношений в современной экономике, связанные с усилением господства монополий, развитием внутримонполистической плановности, вмешательством государства в экономику, интернационализацией производства. По мнению Водомерова Н.К. [7] существенный вклад в разработку перечисленных проблем внесли Е.С. Варга, В.Е. Мотылев, Л.А. Мендельсон, С.Л. Выгодский, А.А. Арзуманян, А.Г. Милейковский, Н.А. Цаголов, Н.В. Хессин, С.М. Меньшиков, С.М. Никитин, М.С. Драгилев, Г.Ф. Руденко, Г.А. Козлов, И.П. Фаминский, В.А. Шильдкурт, А.М. Коган и др., что свидетельствует о востребованности трудовой теории стоимости в реальных условиях современной рыночной экономики.

Таким образом, бесспорным является положение о том, что количественное определение затрат на производство и реализацию товаров и услуг было и остается объективной потребностью и реальностью в любой общественно-экономической формации. Эта потребность тем больше, чем ближе экономика к реальному производству. Ведь очевидно, что объективный процесс формирования затрат в условиях рыночных отношений происходит на базе рыночных цен и требует возмещения всех расходов (в полной мере только тех, в основе которых лежат общественно полезные затраты труда или абстрактный труд), связанных с осуществлением процессов производства и реализации товаров за счет доходов, полученных от их продажи. При этом потребительская стоимость (полезность) товара или услуги, также как и рыночная конъюнктура, должны приниматься во внимание на стадии принятия решения о целесообразности выпуска указанного товара или услуги [8, 552–553].

ЛИТЕРАТУРА

1. П. Лабзунов О многофакторной концепции цены. // Экономист. 2011. № 10. С.45
2. Карл Маркс Капитал, том 1, М., Политиздат, 1983, 736 стр.
3. Карл Маркс Капитал, том 3, часть 2, М., Политиздат, 1986, 416 стр.
4. Вишневецкий В. Теория стоимости в экономической науке // Экономист. 2007. № 5. С.39.
5. Вальтух К.К. Информационная теория стоимости. Изд-во "Наука", Сибирская издат. фирма РАН 1993 г., 406 стр.
6. Самуэльсон П. Экономика. Т. 2. – М.: НПО "АЛГОН" ВНИИСИ. 1992. 416 стр.
7. Водомеров Н.К. Использование трудовой теории стоимости в анализе современной рыночной экономики: Дис. д-ра экон. наук. – М.: МГУ, 2003, 292стр.
8. Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. 2-е изд. Т. 1., 723 стр.