

(Nadaljevanje z 19. strani)

posameznik neodvisno od množice svojih tekmecev, pogosto pa tudi neposredno proti njim in s tem prav povzroča, da je občutiti njihovo medsebojno odvisnost, medtem ko nastopa močna stran nasproti nasprotniku vedno bolj ali manj kot strnjena celota. Če je za to določeno vrsto blaga povpraševanje večje od ponudbe, kupci v določenih mejah tekmujejo in tako dražijo blago vsem nad tržno vrednost, medtem ko si na drugi strani prodalci prizadevajo, da bi ga prodali po visoki tržni ceni. Če pa je nasprotno ponudba večja kakor povpraševanje, bo eden izmed prodalcev začel prodajati ceneje, drugi pa mu bodo morali slediti, medtem ko si kupci skupno prizadevajo, da bi tržno ceno znižali čim bolj je mogoče nižje od tržne vrednosti. Skupna stran zanima vsakogar le tako dolgo, dokler dobi z njo več kakor proti njej... Posameznik učinkuje tu samo kot del neke družbene sile, kot atom množice in tudi to je oblika, v kateri konkurenca dokazuje družbeni značaj proizvodnje in potrošnje. (Kapital III, str. 151.)

Gibanje tržnih cen okoli vrednosti blaga je vedno posledica nesorazmerja gibanja ponudbe in povpraševanja in odtod učinkovanja konkurence. Učinek pa, ki tako nastane, vpliva urejajoče na proizvodnjo. Razvija jo... s težnjo po uravnoteženju ponudbe in povpraševanja... in po zmanjšanju tržne cene na njeno pravo osnovo, vrednost. Toda to je samo stalna težnja, ki v skrajni posledici usmerja proizvodnjo, gibanja ponudbe in povpraševanja, ki pa jo nasprotni činitelji vedno znova prekršijo.

Zaradi okolnosti, o katerih smo govorili, imata ponudba in povpraševanje stalno neenakomerno gibanje. Zato je njuna skladnost naključna. Praktično je to lahko le prehodni trenutek njenega gibanja, ne skladnosti, odmikanja. Znanstveno lahko štejemo, da skladnosti nikoli ni. Zakonito je, da se ponudba in povpraševanje ne krijeta. Sedaj pri tej, nato pri drugi blagovni vrsti ali vrsti družbenih potreb je vedno neka stran močnejša, prevladuje.

Da bi pa razumeli bistvo vrednostnega zakona, torej tudi njegov mehanizem in njegovo vlogo, moramo pa vendarle izhajati iz podmene skladnosti med ponudbo in povpraševanjem. Izhajati moramo iz tistega, kar je racionalno načelo gibanja in rezultat... v stalni težnji učinkovanja vrednostnega zakona. Odmiki ponudbe in povpraševanja, kakor vidimo, ne pojasnjujejo vrednostnega zakona — končno niti same tržne cene — temveč odmike teh cen od vrednosti.

Prva podmena

Vzemimo na primer izdelovanje čevljev. Izdelanih jih je toliko, da ravno zadovo-

OBVESTILO

Odgovarjamo na vprašanja naših bralcev in jim

sporočamo:

Prvi del tečaja politične ekonomije je izšel kot posebna knjiga pod naslovom: Osnovi politične ekonomije. Založnik »Narodna prosvjeta«, Sarajevo — Predstavništvo Beograd, Terazije 38.

ljujejo družbene potrebe. Ponudba — milijon parov. Tolikšno je tudi povpraševanje. Krijeta se. Pri izdelavi je bilo potrošena dela — deset milijonov ur. En par — deset ur. Če vzamemo, da je vredna ena ura družbenega dela 200 din, je to 2000 din na par čevljev.

Družba bo torej kupila vse čevlje. Cena — 2000 din za par. Točno po vrednosti. Vsa količina dela, ki so ga potrošili proizvajalci, je priznana kot družbeno potrebno delo. Priznana je kot vrednost, to je cena: 2000 krat milijon — dve milijardi dinarjev.

Ta primer je idealno sorazmerje med potrošeno delo pri izdelovanju čevljev in med družbenimi potrebami ter delovno storilnostjo. Tudi proizvodnja čevljev popolnoma realizira svoje delo v zamenjavi z drugimi področji. Kot posebno področje proizvodnje čevljev niti ne dobi več, niti ne izgubi. To pa ni tako tudi pri posameznih proizvajalcih. Celotno ob tej idealni podmeni ne bodo posamezniki enako uspešni. Nasprotno.

Družbeno potrebni delovni čas za par čevljev je 10 ur. To ustreza povprečnim pogojem delovne storilnosti. Ta se tudi krije z individualnim delovnim časom večjega števila proizvajalcev. Toda ne pri vseh. Vrsta proizvajalcev uspe izdelati par čevljev v 8 urah. Drugi del pa porabi celo vseh 12 ur.

Kaj se potem dogaja pri njih, posameznikih?

Vsak bo prodal po enaki ceni — 2000 din za par. Pri tem nastopijo nato razlike.

Tisti, ki porabijo 12 ur dela, dobijo plačilo po ceni, kakor da bi bili porabili 10 ur. Dobijo tudi samo 2000 dinarjev.

Tisti, ki porabijo 10 ur, dobijo plačano po ceni, ki tej porabi ustreza.

Tisti, ki porabijo 8 ur, dobijo prav tako plačano, kakor da so porabili 10 ur, prav tako dobijo 2000 dinarjev.

Ura individualnega dela je pri vsaki skupini drugače plačana. Pri prvi znaša plačilo... približno 166 din; pri drugi... natanko 200 din; pri tretji pa celih 250 din. Rekli pa smo: ura družbeno potrebna dela je vredna le 200 din.

Praktično se torej zgodi: pri zamenjavi izgubi prva skupina po dve uri svojega dela na vsak par čevljev; njej dve uri nista priznani kot družbeno delo. Druga skupina dobi družbeno priznanje za vse svoje delo. Tretja skupina... pa ne dobi delo bilo družbeno, temveč se ji ta družbenost dela prizna celo po višji stopnji, kakor je dejansko potrošila dela. Individualno so proizvajalci te skupine porabili po osem ur dela; kot družbeno delo pa se jim prizna 10 ur dela. Za vsak par čevljev dobijo po dve uri družbenega dela več. Ali: ura njihovega individualnega dela velja toliko kakor ura in četrt družbeno potrebna dela.

Odtod te razlike? Te razlike izvirajo iz razlik v delovni storilnosti individualnih proizvajalcev. Samo srednja skupina ima povprečno delovno storilnost; samo njeni pogoji izražajo pogoje družbeno potrebna dela. Druge skupine kažejo odmike. Prva skupina ima manjšo, tretja pa večjo delovno storilnost. Od tod tudi razlika pri priznanju družbenega značaja njenih del.

To dejstvo ima bistven pomen za položaj in usodo teh proizvajalcev. Očitno je, da je položaj prve skupine težaven. Stalno izgublja. Bliža se propadu. Tretja skupina pa dobiva zaradi večje delovne storilnosti stalno več. Ima vse pogoje za nadaljnji pospešeni napredek. Omamljena z dobičkom, ki ji doteka, še naprej izboljšuje proizvodne pogoje, povečuje delovno storilnost. Tako povečuje tudi svoj delež v proizvodnji čevljev.

Preprosto povedano, prva skupina blagovnih proizvajalcev postaja siromašna in propada kot samostojen proizvajalec. Tretja skupina pa bogati in se krepi. Povečuje delovno storilnost in obseg proizvodnje. Druga skupina pa mora, če hoče obstajati, prav tako povečevati delovno storilnost. Dokler je družbeno potrebni delovni čas 10 ur za par čevljev, še lahko vztraja. Toda, kako dolgo bo tako ostalo? Okolnosti, ki jih povzroča učinek vrednosti, silijo k spremembam.

Druga podmena

Isti primer. Ponudba in povpraševanje se krijeta. Družba priznava proizvodnjo milijona parov čevljev in plača ves za njihovo izdelavo porabljeni čas. Proizvajalci so... tri skupine. Toda sedaj pritegnemo novo važno stran. Delež tretje skupine, ki porabi le osem ur za par, je v skupni proizvodnji največji.

Torej:

	parov	skupna poraba časa
I. skupina	100.000	1.200.000 ur
II. skupina	300.000	3.000.000 ur
III. skupina	600.000	4.800.000 ur
Skupaj	1.000.000 parov čevljev v	9.000.000 ur

družbenega dela.

Skupni delovni čas se je v tej podmeni zmanjšal. Sedaj absorbira vsa proizvodnja čevljev le 9.000.000 ur družbenega dela. To je posledica povečanja proizvodnje tretje skupine, ki ima najnižji individualni delovni čas.

(Nadaljevanje sledi)

Uredniški odbor

»NAŠE SKUPNOSTI«

Nikola Balog, Tone Vratuša, Todor Vukasinović, Danilo Vuković, Dušan Vuković, Kiro Gligorov, Ašer Deleon, Milun Ivanović, Petar Tivčević, Jovan Janković, Jovan Martinović, Ljubisav Marković, Nikola Miljanić, Miroslav Mirović, Ante Novak, Vojin Popović, Zdenko Has, Nikola Cobelić, Rajko Skaljak

Predsednik uredniškega odbora

KIRO GLIGOROV

Glavni in odgovorni urednik

RAJKO SKALJAK

UREDNIŠKI ODBOR ZA SLOVENIJO

Jože Cigler, Ivo Klemenčič, Viktor Kotnik, Tine Lah, Svetozar Polić, France Potisek, Dane Robida, Mile Smolinsky

Predsednik uredniškega odbora

za Slovenijo

DANE ROBIDA