

Fuchs, Kamil

Monopolní cena a monopolní zisk v soudobém kapitalismu

Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. G, Řada sociálněvědná. 1985, vol. 34, iss. G29, pp. [45]-55

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/111255>

Access Date: 29. 11. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

KAMIL FUCHS

MONOPOLNÍ CENA A MONOPOLNÍ ZISK V SOUDOBÉM KAPITALISMU

Monopolní cena a monopolní zisk patří k těm ekonomickým kategoriím, jejichž analýza je předpokladem správné interpretace jevů a procesů probíhajících v ekonomikách vyspělých kapitalistických zemí a projevujících se v zostřování rozporů kapitalistické zboží výroby. Dříve než se pokusíme odpovědět na otázku podstaty těchto kategorií, všimněme si alespoň základních metod cenové tvorby, jako ilustrace nových rysů ve vztahu mezi cenou a ziskem.

V předmonopolním kapitalismu byla výrobní cena, kolem které oscilovaly tržní ceny, výsledkem společenské objektivizace. Tržní cena vystupovala vůči výrobci jako exogenní faktor a maximalizace zisku byla vázána na snižování výrobních nákladů. Cíl výroby v podobě její ziskovosti zůstává zachován i v soudobém kapitalismu, ale mění se prostředky dosahování tohoto cíle.

1. ZÁKLADNÍ METODY CENOVÉ TVORBY

Metody cenové tvorby jsou různorodé, neboť vždy reagují na řadu faktorů, jejichž vzájemný vztah ovlivňuje volbu konkrétní metody. Mezi faktory ovlivňujícími výběr metody mají důležité místo především:

- odvětví a postavení firmy v rámci odvětví. Jde především o stupeň koncentrace výroby, ze které plyne i postavení ostatních firem v odvětví, případný vstup nových firem atd.
- charakter výrobku, stupeň nasycenosti trhu, vztah spotřebitelů.
- konkrétní tržní politika firmy.
- výrobní náklady výrobku. A to nejen skutečné, ale v určité časové řadě, jejich dynamika ve vztahu k nákladům (cenám) jiných výrobců, ale také ve vztahu k cenám jiných výrobků ovlivňujících postavení daného výrobku na trhu.

V úvahu se dále berou i takové faktory, jako je způsob prodeje, ceny náhradních dílů, výsledky analýzy chování spotřebitele.

V současných podmínkách jsou nejčastěji užívány metody úplných

a přímých nákladů. V obou případech existují varianty počítané z běžných, průměrných nebo normalizovaných nákladů.¹

První z metod, tj. metoda nákladů vycházejících z ukazatele úplných nákladů, spočívá v kalkulaci celkových výrobních nákladů na jednotku produkce. Veškeré náklady spojené se zhotovením výrobku se rozdělují na přímé (bezprostředně se vztahují k výrobkům, při výrobě jsou vynakládány a přecházejí do ceny) a nepřímé (ty se na jednotlivé výrobky přepočítávají proporcionálně podle různých kritérií). K celkové sumě úplných nákladů se potom připočítá přírážka, zpravidla stanovená v procentech, zabezpečující zisk.

V tzv. americké variantě se postupuje s tím rozdílem, že náklady na jednotku produkce se stanovují při neúplném využití výrobních kapacit, přičemž většina firem se pohybuje v rozmezí 75—85 %. Např. General Motors vychází z úrovně 80 %, stejně jako United States Steel.² Podle odhadů se touto metodou kalkuluje cena 50—75 % veškerého průmyslového zboží.

Druhá metoda vychází z ukazatele přímých nákladů, je označována jako složitější. Opírá se o více faktorů ve snaze podchytit široký komplex vlivů působících na cenu (včetně stavu poptávky a konkurence). V tomto přístupu již nejsou náklady jediným a hlavním faktorem tvorby ceny. Základem je rozlišení a analýza nákladů stálých (nezávisí na změnách objemu výroby) a proměnlivých, kterým je věnována hlavní pozornost. K těmto nákladům se potom připočítává přírážka. Rozdíl mezi cenou a proměnlivými náklady je zdrojem úhrady stálých nákladů. Tato metoda je využívána velmi často při vstupu firmy na nový trh.

Při všech modifikacích, kterými procházejí cenové konstrukce opírající se o náklady, je hlavní pozornost věnována zabezpečení rentability v podobě cílové míry zisku. Proto bývají tyto cenové konstrukce označovány jako cílové. Metoda cílové ceny je založena na rozhodnutí o míře zisku. Zde zisk není výsledkem, ale stává se východiskem. Je kritériem, kterému je cenová kalkulace podřízena. Kalkulace však přihlíží i k objemu prodeje nezbytnému pro udržení úrovně využití kapacit, stabilitě ceny a tržní strategii firmy. Úsilí o stabilizaci cen a zisků je průvodním znakem cílové míry zisku.

Na tyto základní metody cenové tvorby navazují metody složitější, které se snaží prohloubit vztah mezi cenou výrobku a technickým rozvojem. Rozlišovány jsou dva základní případy. První se spjat s výrobou již zavedených výrobků pomocí dokonalejší techniky nebo zavedením nové technologie výroby. Druhý případ se vztahuje k cenové kalkulaci nových výrobků.³

Snaha dlouhodobě dosahovat stabilního celkového zisku nutí firmu uvažovat i s faktorem času. Cenová tvorba je úzce spjata se „životním cyklem“ výrobku, v jehož jednotlivých fázích sleduje firma různé tržní

¹ Nikitin S. M.: Monopolističeskoe cenoobrazovanie, Moskva 1980, str. 131.

² Milejkovskij A. G., Nikitin S. M.: Ekonomický růst za monopolistického kapitalismu: problémy a rozpory, Praha 1978, str. 97.

³ S charakteristikou obou přístupů je možno se seznámit ve výše citované práci, str. 103—110.

i důchodové cíle a tomu odpovídají různé hladiny cen.⁴ Délka trvání cyklů je u různých výrobků rozdílná, stejně jako jejich dynamika. V zájmu stability dosahovaných zisků musí firma průběh cyklu jednotlivých výrobků posuzovat, ale také ovlivňovat ve vztahu k průběhu všech ostatních výrobků firmy. Tato skutečnost významně ovlivňuje volbu konkrétní cenové metody, stejně jako rozhodnutí o zavádění nových výrobků, či případné modifikaci těch výrobků, které se již nalézají za vrcholem cyklu. Modifikace vždy sleduje buď zvýšení poptávky existujícím okruhem spotřebitelů, nebo usiluje o přilákání dalších spotřebitelů rozšířením a obohacením spotřebních vlastností výrobku.⁵

Cenová politika je v současných podmínkách neoddelitelnou součástí marketingu firmy, ve kterém je obsahem tržní strategie plánování výrobku, organizace a stimulování odbytu a prodeje, ale také cenová politika. V oblasti cenové politiky sleduje firma některý z pěti cílů (případně jejich kombinaci):

- dosažení určité cílové míry zisku z vloženého kapitálu;
- stabilizaci ceny nebo podílu zisku v ceně;
- udržení nebo rozšíření tržních pozic;
- reakce na podnět konkurenta;
- realizace výhod výrobku ve srovnání se substituty.

Vezmeme-li v úvahu rozdílnost těchto cílů, které se navíc realizují prostřednictvím různých variant tržních strategií, je zřejmé, že pojítkem mezi kalkulovanými cenami bude (při abstrakci od cen sloužících k získání nových trhů) jejich poslání přispívat k naplnění dlouhodobě stabilizované míry zisku. V žádném případě není možno jako pojítko nalézt formuli, do které by bylo možno cenu vtěsnat nebo alespoň k ní přiřadit (jak tomu bylo v případě výrobní ceny v podmínkách předmonopolního kapitalismu). Přesto je tato snaha u řady ekonomů patrná. Ve snaze ilustrovat monopolní cenu jako cenu vyšší než by byla cena „normální“ (tj. cena, která by se ustálila na trhu v případě nepřítomnosti monopolu), používají pojmu průměrný zisk odvětví, vyjádřený prostřednictvím aritmeticky průměrné míry zisku v rámci odvětví. Takto počítaná míra zisku má jistě význam pro srovnávání ziskovosti jednotlivých odvětví. Závěry je však možno vyvozovat při srovnatelné úrovni koncentrace. Opodstatněnost tvrzení: „dosahování cílové míry zisku znamená, že určitá velká společnost realizuje nadzisk, tj. přebytek nad obvyklý průměrný zisk“ je zřejmě mizivá.⁶ Je-li cílovou mírou zisku označována plánovaná míra zisku, která je východiskem plánování produkce a kalkulace ceny, nemůže zpravidla nastat nic jiného, než právě existence jistého „přebytku“. Současně je to přebytek nad zcela neobvyklým ziskem, neboť takový zisk se zpravidla nerealizuje. Jestliže v rámci odvětví realizuje monopol přebytek, pak nemonopolní sféra realizuje úbytek zisku ve srovnání s průměrem odvětví. Obvyklý průměrný zisk, o kterém autoři hovoří, může nastat jen výjimečně a ojediněle. Obecně musí vždy platit,

⁴ Tamtéž, str. 110—114.

⁵ King U., Kliland D.: *Strategičeskoje planirovanije i chozjajstvennaja politika*, Moskva 1982, str. 194.

⁶ Milejkovskij A. G., Nikitin S. M.: cit. práce, str. 90.

je-li výsada, pak se ekonomicky realizuje a jestliže nedochází k ekonomickému zvýhodnění, nejedná se v daném případě o monopolní postavení. Výjimku tvoří plánovitě stanovená nízká cena, v případě speciální tržní politiky. Od této ceny (nemusí přinášet žádný zisk) abstrahujeme, i když může být používána po dobu několika let. Je to také monopolní cena, ale ve zvláštním slova smyslu. Není nástrojem realizace zisku, na druhé straně je výrazem výsady. Pouze monopol má při své kapitálové síle možnost odsouvat ziskovost na některém z trhů do budoucna.

2. PODSTATA A ZDROJE MONOPOLNÍHO ZISKU

Z předchozího výkladu vyplývá, že důležitou charakteristikou monopolní ceny je její kalkulace, která vychází z cílové míry zisku. Zisk je určujícím momentem cenové kalkulace, tedy i výše cen na trhu, ale současně se realizuje prostřednictvím ceny. Pro pochopení jeho podstaty je třeba věnovat pozornost i jeho zdrojům.

Základním zdrojem monopolního zisku je nadhodnota, která se vyrábí uvnitř monopolu. Monopol nejen realizuje vyšší zisky ve srovnání s nemonopolní sférou, ale také vyrábí vyšší nadhodnotu. Příčinou není pouhý růst produktivity práce, který je doprovázen růstem stupně vykořisťování, pokud hodnota pracovní síly (v návaznosti mzda) nedosahuje stejného tempa růstu. V podmínkách vědeckotechnické revoluce se stále aktivněji prosazují i další vlivy a tendence.

Dnešní koncerny prohlubují vzájemnou závislost nejen různých výrobních, ale také lidských prací. Uvnitř monopolu vystupuje tato práce jako práce souhrnného dělníka a právě proces vědeckotechnické revoluce prohlubuje závislost konečného výrobku na symbióze fyzické i duševní práce. V současných podmínkách vzniká potřeba, aby v souhrnné pracovní síle byly i takové, které disponují schopností objevovat a vyvíjet nové, přenášet poznatky výzkumu a konstruktérských prací do výroby. Roste role duševní práce jako spolutvůrkyň hodnot.

Dalším průvodním znakem vědeckotechnické revoluce je růst složitosti práce, růst kvalifikace. Podle statistických údajů je vývoj následující:⁷

Pracující (v mld)	1940	1950	1960	1970
kvalifikovaní	6,1	7,7	8,6	10,2
polokvalif.	10,9	12,1	12,0	13,9
nekvalifikovaní	5,6	3,5	3,7	3,7
celkem	22,6	23,3	24,3	27,8

⁷ Jeršov S. A.: *Problemy rabečej sily v rozvitych kapitalističeskich stranach*, Moskva 1974, str. 81.

Monopol si podmaňuje nejen materiální podmínky výroby, ale také osobního činitele. Přitom v monopolní výrobě zaujímá prvořadou roli práce složitá, vyrábějící za tutéž časovou jednotku větší hodnotu.

Jako trvalý zdroj monopolního zisku vystupuje v této souvislosti využívání dokonalejší techniky, které přeměňuje mimořádný zisk v trvalou složku monopolního zisku.

Vedle nadhodnoty vytvářené uvnitř monopolu se v zisku realizuje i nadhodnota vytvářená mimo monopol. Vyloučit se nedá ani možnost realizace části nadhodnoty vytvářené v jiných monopolech. V těchto úvahách je však třeba vždy důsledně rozlišovat monopol jako vztah a monopol jako firmu. Firma v určité výrobě monopolní, přestává být monopolem ve smyslu vztahu, jestliže prostřednictvím směny nerealizuje výhodu. Monopolní cena je nástrojem přerozdělování nadhodnoty vytvářené mimo monopol ve prospěch monopolu. Stupeň odčerpávání je závislý na síle monopolu, ale také na reprodukčních možnostech a potřebách nemopolních podniků, tak, aby nebyly narušeny možnosti akumulace. Pokud k tomuto jevu dochází, musí vystoupit kompenzační faktor (např. buržoasní stát).

Významným faktorem ovlivňujícím celkovou masu realizovaných zisků jsou i důchody plynoucí z kapitálu umístěného v zahraničí, tedy nadhodnota vytvářená v zahraničí. Podle údajů, které uvádí Henri Claude platily pro export kapitálu z USA a zisky z tohoto kapitálu následující údaje uváděné v mld. US dolarů:⁸

Rok	Export	Suma zisků	Reinvestice	Dovezeno do USA
1966	3,625	5,230	1,791	3,467
1970	4,413	8,023	3,176	4,992
1973	3,195	16,483	8,158	8,384
1976	4,596	18,843	7,714	11,127

V roce 1976 dosáhla hodnota exportu kapitálu z USA 4,596 mld. dolarů, reinvestované zisky měly rozsah 7,714 mld. a dovezené zisky 11,127 mld. dolarů.

Vedle těchto zdrojů existují i další dodatečné zdroje monopolního zisku. V podmínkách zostřující se rozpornosti reprodukčního procesu se stal pro mnohé monopoly vydatným dodatečným zdrojem národní důchod, který je prostřednictvím státního rozpočtu rozdělován i ve prospěch monopolů. Metody mohou být různorodé. Od nákupu prostřednictvím cen, přes daňové úlevy a úniky až po přímé subvencování státem. Prostřednictvím ceny na trhu může monopol využít jako dodatečného zdroje

⁸ Klod A.: *Mnogonacionalnyje korporacii i imperializm*, Moskva 1981, str. 106, 108–109.

i části hodnoty zboží vyráběného zbožními malovýrobci i část nutného produktu pracovních sil.

Monopolní zisk se odlišuje od zisku realizovaného v podmínkách předmonopolního kapitalismu řadou rysů. Především se jedná o dlouhodobě stabilizovaný důchod, který je výrazem částečného narušení vazby mezi monopolem a trhem. Monopol není přímo závislý na trhu a zisk, který realizuje není pouhou výslednicí procesů tržního mechanismu. Do popředí se prosazuje tendence k plánovitosti celkové činnosti monopolu, včetně jeho ekonomické realizace. Plánované masy zisku nemusí být dosahovány pouze klasickými nástroji, tzn. růstem produkce a snižováním výrobních nákladů. Monopol může využít i takových prostředků, jako je růst cen, omezování rozsahu produkce aj.

Monopolní zisk přestal být podílem na celkové vytvořené nadhodnotě podle velikosti zálohovaného kapitálu. Je to současně a především podíl přisvojovaný podle ekonomické síly, která umožňuje monopolu využívat metod a prostředků, které byly nemonopolním kapitálům nedostupné. Nedostupné jsou i pro dnešní nemonopolní kapitály.

Monopolní zisk je také komplexním důchodem, je ekonomickou realizací finančního kapitálu. Jsou v něm zahrnuty formy odpovídající průmyslovému zisku, obchodnímu zisku, úroku i pozemkové rentě, neboť finanční kapitál si podmaňuje všechny sféry současně a působí v nich.

Z hlediska vztahu k nadhodnotě třeba rozlišit i ten moment, že monopolní zisk je projevem absolutní, relativní i zvláštní nadhodnoty, tzn., že monopol využívá prostředků výroby nadhodnoty a metod její realizace, které jsou vlastní kapitalismu vůbec. Vedle těchto metod však používá i takových, které jsou specifické a realizovatelné pouze v podmínkách, kdy některé ekonomické subjekty konkurenčního boje disponují silou, která se realizuje prostřednictvím tržního mechanismu, ale současně si tento mechanismus (v určité míře) podmaňuje. Jedná se např. o takové vlivy, jako je tlak na nabídku ve snaze ji omezovat, dezinformace trhu, znemožňování společenské objektivizace výrobních nákladů i hodnoty atd.

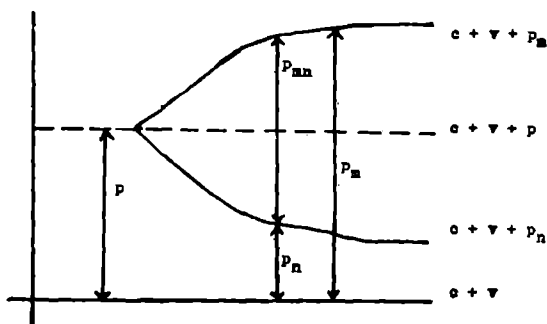
Monopolní zisk je tedy komplexním důchodem, který je ekonomickou realizací monopolu. Je výrazem nerovných vztahů mezi monopolními vlastníky a námezdními pracovními silami monopolních podniků. Současně ve větší či menší míře obsahuje i výrobní vztahy mezi monopolními vlastníky a kapitalisty nemonopolní sféry, námezdními silami nemonopolní sféry. Tyto vztahy se realizují prostřednictvím přerozdělování vytvořené nadhodnoty ve prospěch monopolu prostřednictvím ceny na trhu. Tímto mechanismem se realizuje i vztah ke zbožním malovýrob- cům, je-li obsažen.

Otázkou, která si vyžádala zvýšenou pozornost při analýze monopolního zisku, je jeho struktura.⁹ Při hledání odpovědi na tuto otázku je v zásadě možný dvojitý přístup. Z hlediska metodologického je správné rozdělení celkového monopolního zisku na dvě části. První část, odpovídající Leni-

⁹ Charakteristika přístupu ke struktuře monopolního zisku je obsažena v článku „K pojetí monopolní ceny v marxistické politické ekonomii“. In: SP FFB U G 27 (1983), str. 41—54.

novu „normálnímu“ zisku¹⁰ ve smyslu právě té části, která se realizuje pomocí metod a prostředků kapitálu vlastních. Tedy pomocí metod obecně realizovatelných v průběhu vývoje kapitalismu jako celku. Nadzisk, jako druhá část, je potom skutečně výrazem specificky monopolistických nástrojů (na mysl máme stále monopol z koncentrace výroby a kapitálu). Je to část zisku, která je nedostupná nemopolním kapitálům a vtiskuje monopolnímu zisku jeho specifiku. Současně je třeba zdůraznit, že tento přístup neumožňuje provádět vnitřní kvantifikaci a případný výklad číselně ilustrovat.

Jakmile nám půjde o popis vnitřního schématu monopolního zisku, je nutno zvolit jiný přístup k interpretaci vnitřní struktury. I v tomto případě se celkový zisk rozdělí na dvě části p_1 a p_2 . Přičemž p_1 odpovídá onomu normálnímu zisku a p_2 je nadzisk. Znovu je nutno zdůraznit, že p_1 není možno zaměňovat za průměrný zisk, který neexistuje, nemůže to být ani odvětvový průměr, který lze sice vypočítat, ale v praxi se nerealizuje. Není průkazná ani tendence se k takové úrovni zisku přibližovat. Již V. Voblenko upozornil v poměrně jednoduchém schématu tvorby monopolní ceny na problém při obdobném vyjadřování.¹¹



kde $c + v$ jsou kapitalistické výrobní náklady

p je průměrný zisk

p_m je monopolní zisk

p_n je nemonopolní zisk

p_{mn} je monopolní nadzisk

Při těchto konstrukcích je vždy nárůst monopolního zisku kompenzován ztrátou nemonopolních zisků. Především však vzniká otázka, je-li takto vymezen nadzisk, co vyjadřuje rozdíl $p - p_n$. Jak vymežit tuto část zisku, která je rozdílem mezi průměrným a nemonopolním ziskem.

Schematicky je možno monopolní zisk rozdělit na část odpovídající velikosti zisku nemonopolního kapitálu (tzn. zisk dostupný klasickými metodami výroby nadhodnoty a realizovaný prostřednictvím ceny, která je vůči výrobci objektivní), a část druhou, která je realizací výsadního

¹⁰ Lenin V. I.: Spisy, sv. 23, Praha 1957, str. 119.

¹¹ Cagolov N. A.: Kapital K. Marxa i problemy sovremennogo kapitalizma, Moskva 1968, str. 376.

postavení. V tomto smyslu je možno o této druhé části hovořit jako o nadzisku. Obě uvedené interpretace struktury monopolního zisku obsahují nadzisk, který je částí celkového zisku, ve které se odráží specifika monopolního postavení v podmínkách, kdy zanikl mechanismus tvorby průměrné míry zisku. Uvedené interpretace nejsou v rozporu a druhou je možno i číselně ilustrovat.

3. PODSTATA MONOPOLNÍ CENY

Monopolní zisk se ekonomicky realizuje prostřednictvím monopolní ceny, která patří k těm ekonomickým kategoriím soudobého kapitalismu, na které nebyla dosud dána zcela uspokojivá odpověď. Složitost této kategorie spočívá i v tom, že konkrétní jevové formy monopolní ceny vycházejí z výše uvedených metod cenové tvorby v podmínkách řízení tržní strategie monopolu. To podporuje zdání mylné ve dvou směrech. Velmi často se projevuje tendence redukovat problém monopolní ceny na problém ceny na trhu. Dochází tak k redukci na kategorii pouze tržní. Současně bývá přeceňována možnost monopolu ovlivňovat monopolní cenu na trhu, absolutizovat cenovou kalkulaci a interpretovat monopolní cenu jako veličinu subjektivní.

V obou případech se jedná o zjednodušené interpretace, které je třeba odmítnout. Především je nutno důsledně rozlišovat monopolní tržní cenu a monopolní cenu co do hodnotového obsahu, tzn. monopolní hodnotu, jako objektivní ekonomickou kategorii. Toto odlišení je třeba mít na mysli při vyslovování závěrů. Je přípustné a samozřejmé, že při řešení konkrétních problémů a souvislostí je jev zkoumán pouze z jednoho zorného úhlu. Vyslovované závěry jsou potom ovšem platné pouze pro zvolený přístup, tzn. pro monopolní cenu jako cenu tržní nebo pro monopolní hodnotu.

V čem spočívá podstata monopolní hodnoty. Obecně je možno odpovědět, že jde o hodnotu v podmínkách monopolu z koncentrace. Musí to tedy být (jako hodnota vůbec) společensky nutné množství abstraktní práce potřebné k výrobě daného zboží. Zde se nabízí možnost vyslovit tezi o tom, že monopolní hodnota je modifikovaná forma hodnoty v podmínkách monopolního stadia vývoje kapitalismu. Kladná odpověď se může zdát být zcela jednoznačná. Pokusme se ukázat, že problém je složitější. Přitom budeme abstrahovat od té monopolní ceny, kterou Marx nazval monopolní cenou ve vlastním slova smyslu. Půjde nám výhradně o monopoly z koncentrace vyrábějící reprodukovatelné zboží.

Problém modifikace hodnoty je spjat s tím, že je rozdíl mezi množstvím práce potřebným k výrobě (a ve výrobě se tvoří hodnota) a společensky nutným množstvím práce tvořícím hodnotovou bázi kolem které oscilují tržní ceny.

Metodologickým návodem jak postupovat při řešení problému modifikací hodnoty je Marxova teorie výrobní ceny. Ta je přímo definována jako modifikovaná forma hodnoty. Hodnotou je tím, že vyjadřuje společensky nutné množství práce. Modifikace spočívá v tom, že nadhodnota v této bázi vystupuje ve výši nikoliv vytvořené, ale určené podílem

daného kapitálu na celkové sumě průmyslového a obchodního kapitálu. Výrobní cena je formou, prostřednictvím které se prosazuje obecný obsah hodnoty, společensky nutné množství práce. Ve vztahu k tržní ceně je však výrobní cena hodnotovouází, kolem které tržní ceny oscilují. V této souvislosti je výrobní cena obsahem a tržní cena formou. Máme tu nyní dva obsahy a dvě formy, přičemž výrobní cena je obsahem i formou. Jedná se však o zcela rozdílné úrovně obecnosti. Vzhledem k tomu, že zkoumáme hodnotovouází, můžeme učinit závěr, že modifikace probíhá v obsahu. Je to taková změna obsahu, která uchovává podstatné rysy zkoumaného jevu. V našem případě je hodnota i výrobní cena vyjádřením společensky nutného množství práce. Nezměněna zůstává i metoda objektivizace.

O modifikaci jsme oprávněni hovořit pouze do té míry, pokud jsou při změnách obsahu uchovány podstatné charakteristické rysy a vlastnosti daného jevu. Jestliže se prosazují takové změny, které vyvolávají ztrátu podstatných rysů a vlastností, je nový obsah výrazem kvalitativní změny. Již nejde o modifikaci, nebo pouze o modifikaci, ale dochází k postupné negaci. Je to proces odumírání, prosazuje se nová kvalitativní stránka. Jeden obsah je zaměňován obsahem druhým.

Hodnota je obecnou ekonomickou kategorií systému zbožní výroby, která vystupuje v podmínkách kapitalismu volné soutěže ve formě výrobní ceny. Ta je uchováním obsahu při absorpci modifikačních vlivů (průměrné zhodnocení kapitálu, jako předpoklad kapitalistického podnikání a tedy existence kapitalistické zbožní výroby v předmonopolním kapitalismu).

Když Marx odpovídá na otázku, za jakých podmínek je cena alespoň přibližně rovna hodnotě, uvádí tyto předpoklady:

- směna nesmí být náhodná, ojedinelá
- v případě směny zboží za zboží musí být na obou stranách vyrobeno poměrné množství
- žádný přirozený ani umělý monopol nesmí způsobovat odchýlení ceny od hodnoty.¹²

Současně však zdůrazňuje, že „směna zboží za jejich hodnoty nebo přibližně za jejich hodnoty odpovídá mnohem nižšímu stupni než směna za výrobní ceny, k níž je třeba určité výše kapitalistického vývoje“.¹³ Společenské výrobní poměry jsou souhrnným faktorem modifikace. Na těchto poměrech závisí, které množství práce bude přijato za společensky nutné, jako hodnotová báze regulující tržní ceny. Při analýze monopolní hodnoty to také znamená, že modifikační faktory vyvolávající vznik této modifikované formy jsou současně příčinou zániku předchozí modifikované formy, výrobní ceny. Monopolní hodnota je dialektickým překonáním a odmítnutím výrobní ceny.

Vyjdeme-li z Marxových úvah o vztahu tržní hodnoty a ceny, mohli bychom za předpokladu, že monopol produkuje rozsah produkce, který je ve vztahu ke středním a horším podmínkám výroby převažující a při mechanickém uplatnění myšlenkového schématu říci, že monopolní cena

¹² Marx K.: Kapitál, díl III/1, Praha 1955, str. 194.

¹³ Tamtéž, str. 193.

je tržní cenou oscilující kolem monopolní hodnoty v závislosti na vztahu nabídky a poptávky.

Domníváme se, že toto tvrzení by nebylo správné a respektovalo by pouze jednu stranu Marxova přístupu, a to vztah tržní ceny a modifikované formy hodnoty. Mimo úvahu zůstala otázka, zda tato modifikovaná forma může být v současných podmínkách základem tržní ceny, tedy zda je monopolní hodnota regulující bázi.

Monopol z koncentrace není nezávislý na trhu a není schopen eliminovat vliv tržních sil. Na druhé straně však vysoký stupeň koncentrace výroby jednotlivých výrobků učinil z monopolu kvalitativně nový subjekt vstupující do tržního mechanismu. Subjekt kontrolující značnou část produkce a tím omezující prostor pro společenskou objektivizaci. Jedná se o prvek rozkládající hodnotový mechanismus. Nastal takový stupeň vývoje hodnotových vztahů, kdy subjektivní snaha výrobce o získání výhody (ta byla a je každému zbožímu výrobci vlastní) nemůže být eliminována společenskou objektivizací. Naopak, společenský mechanismus s omezenými možnostmi posuzování se stává nástrojem realizace subjektivních cílů a zájmů výrobce, monopolu z koncentrace. Projevuje se to v tom, že v rámci hodnotové báze, která vystupuje jako základ tržních cen, již nejsou odráženy společensky průměrné náklady výroby. V rámci této báze nejsou společensky objektivizovány náklady rozhodující části produkce daného výrobku. Je to totéž, jako bychom řekli, že v regulující hodnotové bázi jsou obsaženy i náklady svým charakterem neproduktivní. Metody cenové tvorby užívané soudobými monopoly tento závěr ilustrují.

Odtud je však nutno vyvodit závěry týkající se hodnotového základu monopolní ceny, tedy objasnit otázku monopolní hodnoty jako modifikované formy hodnoty v podmínkách soudobého kapitalismu. V zásadě je nutno konstatovat, že je-li monopolní hodnota objektivní veličinou odrážející společensky nutné množství práce v podmínkách monopolů z koncentrace, pak není bodem oscilace tržních cen, neboť ty setrvávají vysoko nad takovou bázi.

Vážnou otázkou je, co tedy monopolní hodnota vyjadřuje. Odpověď se může omezit pouze na dvě možnosti. Buď jde o společensky nutné množství práce potřebné k výrobě daného zboží, nebo je to společensky nutné množství práce v podobě regulující báze tržních cen. Vzhledem k předchozímu výkladu je možno druhý případ vyloučit.

Monopolní hodnota jako objektivní kategorie je vyjádřením společensky nutného množství práce potřebného k výrobě daného zboží v podmínkách monopolní struktury soudobého kapitalismu. Ale to je shodná kategorie s hodnotou a není ji třeba odlišovat přívlastkem, jde prostě o hodnotu.

Pokud jde o regulující bázi (a o tu nám skutečně v celém výkladu jde) pak ji není společensky nutné množství práce potřebné na výrobu daného zboží, ale takové množství, které se daří monopolu díky kontrole nad výrobou a trhem, díky ekonomické síle prosadit prostřednictvím konkurence a tržních sil. Není to však hodnotová báze v plném slova smyslu. Nazveme-li ji monopolní regulující hodnotou, můžeme o ní říci, že je svým obsahem falešnou sociální hodnotou, je nástrojem deformace hod-

notových a tržních vztahů. Je základem trvalé stability a nepružnosti monopolních cen na trhu. Tato monopolní regulující báze je výrazem rozkladu zboží výroby v podmínkách monopolního stadia vývoje kapitalismu. Z jedné strany sice vyjadřuje obsah hodnoty, ale současně se do ní promítají faktory působící proti tomuto obsahu. Tyto vlivy jsou důsledkem síly a metod monopolu. Do té míry, ve které se prosazují důsledky činnosti monopolu, do té míry je narušován hodnotový mechanismus v nejnítěrnějším obsahu. Vztah ceny na trhu a jejího hodnotového obsahu je narušen.

LITERATURA

- Lenin V. I.: Spisy, sv. 23, Praha 1957.
Marx K.: Kapitál, díl I, Praha 1954.
Marx K.: Kapitál, díl III-1, Praha 1955.
Cagolov N. A.: Kapital K. Marxa i problemy sovremennogo kapitalizma, Moskva 1968.
Jeršov S. A.: Problemy rabočej sily v rozvitych kapitalističeskich stranach, Moskva 1974.
King U., Kliland D.: Strategičeskoje planirovanije i chozjajstvennaja politika, Moskva 1982.
Klod A.: Mnogonacionalnyje korporacii i imperializm, Moskva 1981.
Milejkovskij A. G., Nikitin S. M.: Ekonomický růst za monopolistického kapitalismu: problémy a rozpory, Praha 1978.
Nikitin S. M.: Monopolističeskoje cenoobrazovanije, Moskva 1980.

