

ЗАКОН ВРЕДНОСТИ КАО ОСНОВА ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА

Никола Крунић¹, Ива Матић², Душан Ђукић³

Прегледни рад

УДК: 330.138

338.1:502.131.1

Резиме

Новац, цене, понуда и тражња, тржиште, инфлација као основа деловања закона вредности представљају категорије и реалност нашег свакодневног живота. Привреда у којој се срећу ове појаве карактерише се као робна, односно робноновчана привреда или производња које су основа одрживог развоја сваког друштва. Када и како се јавља, на чему се заснива робна привреда, које су јој законитости и категорије својствене су питања на која ће се дати одговор у овом раду.

Кључне речи: одрживи развој, закон вредности, понуда, тражња, цена.

Увод

Када се економски посматра вредност робе потребно је поћи од њене основе према којој је вредност одређена утрошком производних фактора који су потребни за њењу производњу.. Или робе имају вредност или су оне вредност, јер је у њима опредељен или садржан апстрактни људски рад. На овај начин је појам вредности робе одређен у свом најелементарнијем облику. Конкретно, вредност робе егзистира као тржишна вредност, односно цена коју је неко спреман за њу да плати.

Теоријски, цена је идентична вредности робе код поклапања

¹ Студент докторских студија на Универзитету за пословне студије Бања Лука, е-mail: kronicphoto@gmail.com

² Студент докторских студија на Универзитету за пословне студије Бања Лука, е-mail: ivamatic_92@yahoo.com

³ Стечајни управник Београд, Мутапова 20, е-mail: d.djukic.pritoka@gmail.com

понуде са тражњом, што је исто тако апстракција. Овде треба нагласити још и то да за стварну размену роба на основу њихових вредности, за еквивалентну размену морају бити испуњени одређени друштвено-економски услови који су истовремено и услови за деловање закона вредности.

Најосновнија је претпоставка одређени ниво развијености производње за тржиште, односно робне производње. Ово у својој целокупности посматрано представља основу тржишног пословања које се интерпретира као полазна основа одрживости развоја једног друштва.

Цена и вредност робе

Да би цене по којима се робе међусобно размењују приближно одговарале њиховим вредностима, потребно је да: размена различитих роба престане бити чисто случајна или само пригодна; се те робе, уколико посматрамо непосредну размену роба, производе на једној и на другој страни у количинама које приближно одговарају међусобној потреби, што се утврђује узајамним искуством продаје и што на тај начин израста као резултат из саме непрекидне размене; и уколико говоримо о продаји, да никакав природни или вештачки монопол⁴ не оспособи неку од уговорних страна да продаје изнад вредности, или је присили на продају испод ње.

Закон вредности јесте закон робне производње. Он делује као сила у смеру свођења индивидуалних вредности роба на њихову тржишну вредност, односно цену. Тржишна вредност, односно цена, представља резултанту деловања више фактора. (Његомир & Демко-Рихтер, 2018) Индивидуална вредност не може никада бити еквивалентна тржишној. Она ће се разликовати од тржишне у зависности од тога како је формирана, на коме је нивоу тржишна цена неког артикла. Од односа величина између индивидуалне и тржишне вредности, односно цене, зависиће позиција појединог индивидуалног произвођача у размени, односно, расподели вредности.

⁴ Под случајним монополом разумемо монопол који купцу или продавцу долази из случајног стања тражње и понуде

Када се разликују цена коштања коју је произвођач утрошио на поједини примерак своје робе и цена коју ће добити за своју робу онда то утиче на: положај произвођача, јер његова егзистенција зависи од реализације роба које нуди.(Szirmai, 2012) Без обзира на то колико је производних фактора утрошио, колика му је цена, на тржишту, на агрегатном нивоу произвођача, она ће бити сведена на агрегатну цену или друштвено потребну и важиће само као таква величина, или ће његова индивидуална вредност бити сведена на тржишту. То је закон који влада у робној привреди, то је објективна сила која делује у систему робних произвођача — закон вредности.

Тржишне цене су фактор на чије формирање произвођачи не могу директно да утичу. Пошто на тржишту влада стихија, никада се не може тачно знати како ће се кретати цена поједине робе, а егзистенција произвођача зависи опет од продаје његових роба и цена по којима ће то бити учињено.(Милојевић & Михајловић, 2019) Због оваквог свог положаја сви робни прпизвођачи морају непрекидно настојати да скрате индивидуално радно време, да смање индивидуалну вредност својих производа, значи да повећају своју продуктивност рада. Најпре они који у размени дају више рада за мање, морају што пре повећати продуктивност рада иначе ће им бити угрожен опстанак. Али и они, који су за тренутак у бољем положају, исто тако знају да то не мора дуго трајати, јер цене не мирују, производња се стално усавршава. Оно што је данас тржишна цена, не мора то бити сутра. Зато су сви произвођачи принуђени да већ код приступања производњи и у самој производњи непрекидно мисле на то да у размени буду у што бољем положају (Филиповић, 2019).

Понуда, тражња и конкуренција

Понуду представља роба одређене врсте која се у датом периоду времена нуди на продају, тржишту. Може се третирати и као глобална понуда, укупна агрегатна понуда, као понуда свих роба и услуга које се као део домаћег бруто производа нуде тржишту у једној земљи и у једној години. У вези са деловањем закона

вредности овде се има у виду понуда одређене врсте производа, конкретна понуда као парцијална понуда, сектор понуде.

Тражња је збир купаца који су спремни да утроше средства на куповину роба одређене врсте на тржишту у одређеном периоду времена по формираним ценама. Тражња се, према томе, јавља као захтев за робама одређене врсте, што је разликује од ефективне тражње оне иза које стоје ликвидна средства. (Марковић, Михајловић, Денић, 2015) Ово би се могло, нпр., изразити приближно новчаном масом, јер новчана маса увек у себи садржи и део потенцијалне тражње. Тражња не представља збир лица већ збир захтева, потреба које се могу и мењати, односно, преоријентисати. Сваки појединац који зарађује и долази до новца продајом роба, услуга или радне снаге, представља потенцијалну тражњу, али како ће свако од ових појединачно своју тражњу распоредити, односно, шта ће за свој новац купити, одређено је околностима. Као што је наглашено код понуде, и тражња се овде третира као један сегмент, конкретна тражња одређених производа или услуга. Сваки се сегмент тражње различито понаша у ситуацији када дође до промена цена конкретних роба навише ил, наниже. Тако да сваки поједини сегмент тражње има свој степен флексибилности и еластичности.

Надметање између продаваца одређене робне врсте код ситуације када је понуда ових роба надмашила тражњу, па је због тога дошло до застоја у реализовању неке одређене робе по постојећим ценама може се назвати конкуренцијом. Конкуренција између продаваца робе на поједином сегменту понуде постепено слаби растом тражње, а престаје оног тренутка када дође до равнотеже између понуде и потражње. На другој страни имамо да се равнотежа поремети на штету тражње то се условљава понудом мање количине робе у односу на обим тражње и долази до конкуренције између купаца који се надмећу нудећи веће цене робама које траже.

Деловање закона вредности

У свакој држави је потребно на неки начин регулисати расподелу укупних производних ресурса (радних и материјалних) јер

постојање, односно успостављање оваквог сразмерног односа између појединих врста фактора у оквиру укупне количине производних фактора који друштво може производно да употреби објективна је нужност — закон коме се на овај или онај начин мора покоровати свака производња. (Пиљан, Пиљан, Цогољевић, 2017; Целетовић, Миловановић 2017) Без овога не би могло бити ни производње ни репродукције, према томе ни егзистенције друштва. Посебно је питање како ће се овај закон сразмерне расподеле укупних производних ресурса остваривати на разним степенима развитка друштва и у разним облицима производње.

Количина производа који одговарају различитим потребама захтевају и различите квантитативно одређене масе производних ресурса. (Мићић, Савић, 2018; Михајловић, 2016) Да ова нужност поделе производних фактора у одређеним сразмерама не може да буде укинута одређеним обликом производње, него да она може променити само свој појавни облик, произилази из историјски познатих података.

У ситуацији када је количина робе која се нуди на тржишту већа је од тражње за њом, она мора једним делом остати непродата. Кома ће се то десити, као и то колики ће део роба ове врсте код сваког појединца остати непродат, одлучиће конкуренција која сада настаје између продаваца робе који снижавајући цене настоје да олакшају пласман своје робе. Због овога цене падају испод тржишне вредности. Међутим, када је понуда превелика, када знатно премаша тражњу, то утиче и на саму тржишну вредност која ће у том случају бити формирана у зависности од најбољих услова производње, али у овом случају тржишне цене падају испод и на овај начин формиране тржишне вредности. Пад цена може са своје стране утицати да се реализује већа маса роба од обичне, јер ниске цене делују до извесне мере на повећање куповина. (Праћа, Паспаљ & Паспаљ, 2017) Према томе, тражња није нека константна величина, већ је и она еластична и на њу може утицати понуда са своје стране. Ниске цене до извесне мере утичу на повећање тражње, а високе на њено смањење. То се уосталом види приликом акција распродаје када се људи оријентишу на куповину појединих артикала на које нису ни

помишљали да није дошло до ових распродаја.

Свака одређена количина неке робне врсте може да садржи само производне ресурсе потребне за њену производњу, а посматрана са те стране тржишна вредност целе ове робне врсте представља само потребне производне ресурсе. У ситуацији да произведене количине прекорачују потребе тржишта, један део производних ресурса је расут и ова роба представља на тржишту много мању количину производних ресурса него што је у њу утрошено и ова роба се мора продати испод своје производне вредности.

Пад цена испод производне вредности, па и промена саме тржишне вредности коју у овом случају могу да регулишу и најбољи услови производње, ставља у неједнак положај произвођаче роба. Конкурентска способност свих произвођача роба није у конкретной производној грани једнака. Они чија је индивидуална вредност највиша у најгорем су положају. Падом цена испод производне вредности, па и променом саме тржишне вредности долази до пропасти већег броја ових произвођача, уколико пад њихових цена остане у дужем временском периоду.

Повећање продуктивности рада је неопходан услов егзистенције свих произвођача у грани коју је задесила судбина да је својом понудом надмашила тражњу и тиме оборила цене својих производа. Чак и они који производе под најбољим условима нису у стању да реализују свој рад, јер цене падају испод производне вредности. Тако сви настоје да јефтиније производе да би могли снижавати цене и више продати. Падање цена услед, поремећене равнотеже између понуде и тражње на штету понуде — конкуренција између произвођача роба која из овога проистиче, постају снажно средство утицаја на производњу, њено усавршавање, према томе и повећање продуктивности рада, тј. снижавању утрошка рада по јединици производа.

Пад цена производа има за последицу и то да се и производња у таквој грани постепено смањује и тако понуда приближава тражњи. (Aiginger, Rossi-Hansberg, 2006; Upadhyaya, Yeganeh, 2015) Пад цена неке робе служи као показатељ оним

произвођачима роба који би се евентуално упутили на производњу, да то није рентабилно. Зато у такву грану производње, док су у њој цене ниске, нико се и не усуђује да иде, а они произвођачи који су већ тамо, а нису успели да се прилагоде, или пропадају или настоје да се из те гране извуку и пређу онамо где као робни произвођачи могу опстати. Овакав процес траје све док се понуда не смањи и приближно одговара тражњи. Тако се понуда и тражња приближавају тачки своје равнотеже, али се она у робној привреди стварно никада потпуно не успоставља.

На тај начин деловање закона вредности код робних произвођача утиче да се производња одређене врсте прилагођава потребама, приморавајући сваку врсту производње да се уклопи у оквир квоте фонда производних ресурса, чиме се успоставља сразмерна расподела укупног фонда производних ресурса.

Када је за одређену врсту роба тражња већа од понуде купци се у извесним границама надмећу и тако поскупљују робу за све изнад тржишне вредности, док на другој страни продавци заједно гледају да продају по високој тржишној цени. С друге стране, нови робни произвођачи иду у грану где су цене високе, према томе и зараде. Затим, и сами произвођачи повећавајући производњу настоје да искористе коњунктуру која влада у тој грани и на тај начин, и ако тога нису свесни иду у сусрет равнотежи између понуде и тражње. (Милутиновић, 2012)

Да закон вредности преко конкуренције, односно механизма цена, делује као објективна сила која настоји да успостави сразмеру у расподели производних ресурса, то је овде сад нешто очигледније. (Саковић & Илић, 2018) Понуда се прилагођава тражњи, настоји да се уравни са тражњом, а поклапање понуде и тражње представља показатељ те сразмере. Само у том случају могу произвођачи одређених грана за уложувану количину рада добити еквивалент који одговара њиховом утрошку.

Закон вредности у робној привреди јавља се и као закон сразмерне расподеле укупних производних ресурса који се не врши свесном акцијом друштва. Сводећи индивидуалне вредности на тржишну,

индивидуални производне цене на агрегатне, с једне стране, снижавајући цене прекомерно произведених: роба и повећавајући цене у случају када су произведене робе у недовољним количинама, он делује као објективна нужда која тражи да се производи према потребама.

Закључак

Поставља се питање шта регулише размену роба, односно шта управља кретањем њихових односа. Док не постоји неко опште правило које би се могло при на сваки случај размене робе, на основу кога би се могла објаснити цена у сваком појединачном случају. Опште кретање цена, свеукупну размену у друштву као целини, регулише у крајњем резултату закон вредности.

Краће речено, цене свих роба одређује њихова вредност. Када овде кажемо да цене роба одређује њихова вредност, то важи само у коначном резултату, поред осталог, на кретање цена утичу многобројни и сложени фактори. Вредност је друштвено својство робе и јавља се као тржишна вредност. Количина уложеног рада у једну робу и оно што тржиште признаје, две су различите ствари које не морају стајати у директној вези. Количина уложеног рада зависи од индивидуалних околности, количина које тржиште верификује, од друштвених околности на које произвођачи могу да утичу утолико мање уколико припадају бројнијој заједници робних произвођача. Напомињемо да овде увек имамо у виду равнотежу између понуде и тражње, што се узима као полазна претпоставка при излагању теорије вредности.

Посматрајући делозвање закона вредности може се закључити да он утиче на свођење индивидуалних вредност робе на тржишну, индивидуалне цене коштања на агрегатну цену или друштвено потребну вредност чиме приморава све произвођаче да непрекидно смањују утрошак производних фактора за производњу њихових производа и да повећавају продуктивност рада.

Литература

1. Aiginger, K., Rossi-Hansberg, E. (2006) Specialization and concentration: a note on theory and evidence. *Empirica*, 33(4): 255-266
2. Марковић, С., Михајловић, Д., Денић, Н. (2015) Друштвена одговорност предузећа у функцији остварења циљева одрживог развоја. *Ecologica*, вол. 22, бр. 79, стр. 508-512
3. Милутиновић, С. (2012) Однос одрживости и одрживог развоја. *Теме*, вол. 36, бр. 2, стр. 597-613
4. Мићић, В., & Савић, Л. (2018). Одрживи развој српске прерађивачке индустрије. *Економика*, 64(4), 47-55.
5. Михајловић, М. (2016). Однос менаџмента предузећа и корпоративног управљања. *Одитор - часопис за Менаџмент, финансије и право*, 2(1), 4-10.
6. Милојевић, И., Михајловић, М. (2019). Примена метода оцене инвестиционих пројеката у јавном сектору. *Одитор - часопис за Менаџмент, финансије и право*, 5(1), 19-31.
7. Његомир, В., Демко-Рихтер, Ј. (2018). The problem of the demand for crop insurance: The case of Serbia. *Ekonomika poljoprivrede*, 65(3), 995-1014.
8. Пиљан, Т., Пиљан, И., Цогољевић, Д. (2017). Трендови у осигурању у Србији од 2005. до 2015. године. *Војно дело*, 69(5), 390-403.
9. Праћа, Н., Паспаљ, М., Паспаљ, Д. (2017). Економска анализа утицаја савремене пољопривреде на одрживи развој. *Одитор - часопис за Менаџмент, финансије и право*, 3(1), 37-51.
10. Саковић, Д., Илић, М. (2018). Value relevance-evidence from food industry. *Ekonomika poljoprivrede*, 65(3), 1099-1110.
11. Szirmai, A. (2012) Industrialisation as an engine of growth in developing countries, 1950-2005. *Structural Change and Economic Dynamics*, 23(4): 406-420
12. Upadhyaya, S., Yeganeh, S.M. (2015) Competitive industrial performance report 2014: Research, statistics and industrial policy branch. *Working paper series*, UNIDO, 12/2014, 2-8
13. Филиповић, М. (2019). Концептуализација одрживог развоја и еколошко образовање. *Војно дело*, 71(2), 55-68.

14. Целетовић, М., Миловановић, С. (2017). Квалитетно корпоративно izveštavanje - preduslov efikasnog menadžmenta. *Vojno delo*, 69(7), 396-411.

Датум доласка (Date received): 11.07.2019.

Датум прихватања (Date accepted): 30.09.2019.