

CAPITOLO DECIMO

LIVELLAMENTO DEL SAGGIO
GENERALE DEL PROFITTO
AD OPERA DELLA CONCORRENZA.
PREZZI DI MERCATO

E VALORI DI MERCATO. SOVRAPPROFITTO

In un certo numero di sfere di produzione il capitale che vi è impiegato ha una composizione media, ossia una composizione identica o quasi a quella del capitale sociale medio.

In tali sfere di produzione il prezzo di produzione delle merci prodotte corrisponde esattamente o in modo approssimativo al loro valore espresso in denaro. Sarebbe possibile, in base a ciò, giungere ad un limite matematico, anche quando non si avesse a disposizione alcun altro metodo. La concorrenza ripartisce il capitale sociale fra le diverse sfere di produzione in modo tale, che in ognuna di esse i prezzi di produzione vengono formati sul modello dei prezzi di produzione di queste sfere di composizione media, ossia corrispondono a $k + kp'$ (prezzo di costo + il prezzo di costo moltiplicato per il saggio medio del profitto). Ma questo saggio del profitto non è altro che il profitto calcolato in percentuale in quella sfera di composizione media, dove dunque profitto e plusvalore coincidono. Il saggio del profitto è dunque uguale in tutte le sfere di produzione, ossia viene livellato al saggio del profitto di queste sfere di produzione medie, che hanno una composizione di capitale media. Da ciò deriva che la somma dei profitti di tutte le diverse sfere di produzione deve essere uguale alla somma dei plusvalori e che la somma dei prezzi di produzione del prodotto complessivo sociale deve essere uguale alla somma dei suoi valori. È tuttavia evidente che il livellamento fra le sfere di produzione che hanno una composizione diversa deve sempre tendere ad uguagliarle alle sfere di composizione media, sia che queste ultime corrispondano esattamente o solo in modo approssimativo alla composizione sociale media. Fra queste sfere di produzione più o meno avvicinandosi si manifesta di nuovo la tendenza al livellamento, cioè alla posizione media ideale, che non trova riscontro nella realtà, ossia si manifesta la tendenza ad adeguarsi a tale posizione ideale. Di qui necessariamente prevale la tendenza a fare dei prezzi di produzione semplicemente forme trasformate del valore o a trasformare i profitti in semplici parti del plusvalore, che però non sono distribuite in proporzione al plusvalore prodotto in ogni particolare sfera di produzione, ma in proporzione alla massa di capitale impiegato in ciascuna di esse; cosicché a masse uguali di