

Netiešās apmaiņas modelis

1. Tiešās apmaiņas ierobežojums

Iepriekšējās sadaļās mēs aplūkojām, kādā veidā katrs apmaiņas dalībnieks gūst sev labumus un kā darba dalīšana tirgū sekmē produktivitātes paaugstināšanu. Tomēr tā apmaiņa, par kuru diskutējām, bija tiešā *apmaiņa* vai *barters* – resp. viena labuma apmaiņa pret citu, kur katram dalībniekam bija savs iemaināmā labuma tiešās lietošanas nolūks. Lai gan ekonomikas analizē tirgošanās tiešās apmaiņas forma ir svarīgs izpētes priekšmets, tomēr tiešās apmaiņas apjoms sabiedrībā ir ļoti ierobežots. Tikai ļoti primitīvā sabiedrībā, piemēram, tādā, kuru veidoja Kruzo un Džeksons, pastāvēja šāds apmaiņas veids, un tur Kruzo izmantoja Džeksona darbu savā fermā apmaiņā pret fermā saražotās produkcijas daļu. Tā cilvēki rīkojās, taču šādā sabiedrībā tiešās apmaiņas tips tomēr nesekmēja šīs ražošanas sistēmas pietiekamu attīstību un kapitāla uzkrāšanu pārejai uz augstākas pakāpes ražošanas veidu. Un vispār nespēja to nodrošināt. Tā, pieņemsim, ka A ir uzņēmējs māju celtniecībā. Viņš būvē mājas, noslēdzot līgumus ar mūrniekiem, namdariem u.tml. Kā tiešās apmaiņas režīmā viņš varētu maksāt šiem cilvēkiem par padarīto darbu? Viņš taču nevar iedot katram strādniekam uzceltās mājas gabalu. Viņam jācenšas māja pārdot tā, lai iegūto derīgo labumu kombinācija apmierinātu katru strādnieku un katru izejmateriālu pārdevēju. Ir saprotams, ka šādas grūtības ir nepārvaramas un ražošana – mājas celtniecība šādā situācijā nav turpināma.

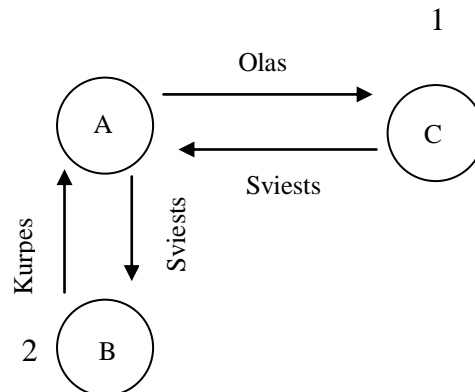
Vajadzību nesakritības problēma, un, saistībā ar to -- nespēja atrisināt ražošanas problēmas, liek mums atgriezties pie vienkāršas tiešas patēriņa labumu apmaiņas. Tā, pieņemsim, ka A, kuram ir noteikts daudzums olu pārdošanai, grib par tām apmaiņā nopirkt korpju pāri. B ir kurpes, bet viņam nav vajadzīgas olas. Šādā situācijā A un B savstarpējam darījumam nav nekāda pamata. Lai kāds pārdotu savu visvienkāršāko patēriņa priekšmetu, viņam jāatrod ne tikai kāds cits cilvēks, kurš gribētu viņa mantu nopirkt, bet gan tāds cits cilvēks, kurš to grib pirkt un viņam apmaiņai ir tāds patēriņa priekšmets, kuru otrs grib iegūt sev apmaiņā. Atsevišķam cilvēkam piederoša patēriņa priekšmeta pārdošanas tirgus ir ļoti ierobežots; tirgus paplašināšanas iespējamība kāda konkrēta produkta pārdošanai ir ļoti maza, un dalāmā darba kopējums arī nenozīmīgs. Turklāt cilvēks, kuram pieder tāds praktiski nesadalāms darba rīks kā arkls, ir grūtā situācijā. Uzskatīsim, ka D, kuram pieder arkls, to labprāt apmainītu pret olām, sviestu, korpēm un dažiem citiem patēriņa priekšmetiem. Taču viņš nevar savu arklu sadalīt atsevišķos gabalos un tad vienu gabalu apmainīt pret olām, otru - pret sviestu utt. Katram atsevišķajam arkla gabalam priekš otra apmainītāja praktiski ir nulles vērtība. Un vispār tiešās apmaiņas sistēmā arklam gandrīz nav tādas īpašības kā *pārdodamība* apmaiņā un tādēļ tos nevajadzētu daudz ražot.

Pastāvot visām šādām grūtībām, kuras izriet no tiešās apmaiņas kārtības, nav praktiski iespējams arī risināt vērtēšanas problēmas. Ar tām jau saskārās Kruzo¹, kā mēs to redzējam šīs grāmatas pirmajā daļā. Tā kā nebija vienota apmaināmo vienību principa, tad nebija arī dažādo ražošanas faktoru līniju vērtēšanas metožu. Vai labāk ir ražot automobiļus, traktorus, mājas vai tēraudu? Kā izdevīgāk ražot noteiktu produkciju – nodarbinot nedaudz cilvēku, apstrādājot lielas lauku platības, vai nodarbināt vairāk cilvēku, apstrādājot mazākas lauku platības? Vai izdevīgāk ir kapitāla struktūru saglabāt vai to patērēt? Nav iespējams dot atbildi ne uz vienu no šiem jautājumiem, jo tūlītējas patērēšanas pakāpē nebija iespējams salīdzināt atsevišķu faktoru produktivitāti, faktoru noderīgumu vai produktus. Secinājums ir skaidrs – neviena civilizēta sabiedrība nav veidojama uz tiešās apmaiņas pamata. Tiešā

apmaiņa, līdzīgi kā izolētais Kruzo, var būt zināmā izpratnē produktīva tikai visprimitīvākā tipa ekonomikā².

2. *Netiešās apmaiņas rašanās*

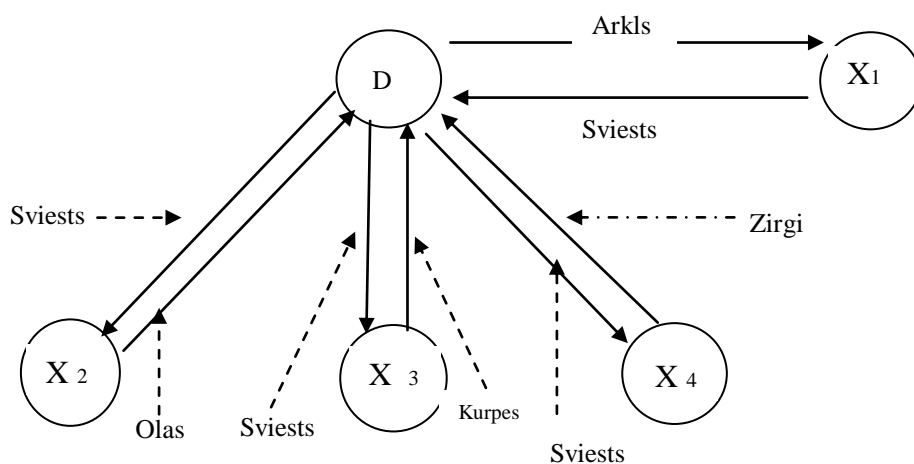
Tiešās apmaiņas grūtības novērš *netiešā apmaiņa*. Tā ir tāda veida apmaiņa, kad indivīds pērk vienu patēriņa priekšmetu apmaiņai pret citu patēriņa priekšmetu, kuru viņš domā vai nu patērēt vai izmantot ražošanā, nevis tiešai savas vajadzības apmierināšanai vai ražošanai. Improvizēti netiešā apmaiņa var izskatīties kā aplinkus operācija. Faktiski šāda operācija ir nepieciešama jebkurā primitīvā nabadzīgā ekonomikā. Piemēra pēc atgriezīsimies pie A, kurš savu olu krājumu grib apmainīt pret kurpju pāri. Kurpniekam B ir kurpes



30. zīm. NETIEŠĀS APMAIŅAS MODELIS

pārdošanai, bet A olu krājumu apmaiņā pret kurpēm viņam nevajag. Un tad nu iznāk tā, ka A nevar iegūt kurpes apmaiņā pret viņam piederošu līdzekli – olām. Ja A tomēr grib nopirkt kurpju pāri, tad viņam jāatrod tāds patēriņa priekšmets, kuru B gribētu iemainīt. Un tāds patēriņa priekšmets viņam – A -- vispirms ir jāsaprot. Ja A noskaidro, ka B grib iegūt sviestu apmaiņā pret pāri kurpju, tad A vispirms savas olas jāapmaina pret C sviestu, un tikai *tad* A iemainīto sviestu varēs tālāk apmainīt pret B kurpju pāri. Šajā gadījumā sviests tika izmantots kā netiešās apmaiņas *starp līdzeklis*. Priekš A sviests ir daudz vērtīgāks nekā olas (teiksim, maina desmit dučus olu pret desmit mārciņām sviesta, un, tāpat, pret vienu pāri kurpju), bet ne tādēļ, ka viņš gribētu sviestu patērēt vai izmantot to vēlākā ražošanas stadijā cita labuma ražošanai, bet gan tikai tādēļ, ka sviests atvieglo kurpju pāra iegūvi apmaiņā. Un tas nozīmē, ka sviests no A viedokļa ir daudz pieprasītākā prece nekā viņa – A – olas, un sviests var tikt piedāvāts pirkšanai par augstāku maksu tā *augstās prečspējas* dēļ. Šādas apmaiņas modelis parādīts 30.zīm.

Ņemot vērā lielo izdevīgumu, D iemaina pret savu arklu kādu starplīdzekli. D savu arklu, kura prečspēja ir ļoti ierobežota, labprāt apmainītu pret zināma daudzuma patēriņa priekšmetiem, kurim ir augstāka prečspēja, piemēram, pret sviestu. Sviestam kā amorfai vielai, atšķirībā no arkla, kurš ir pilnīgi noteiktu daļu precīzs savienojums, prečspēja ir daudz augstāka, jo sviests nezaudē savas īpašības arī tai gadījumā, ja lielais gabals tiek sadalīts mazākos gabalos un tie tiek pārdoti katrs atsevišķi. D tagad var izmantot sviestu kā netiešās apmaiņas starplīdzekli, lai iegūtu dažādus patēriņa priekšmetus, kurus viņš vēlas patērēt katru atsevišķi.



31.zīm. Zemākas prečspējas patēriņa priekšmeta apmaiņšanas rezultāts pret augstākas prečspējas patēriņa priekšmetu

Cik liela un būtiski nozīmīga cilvēces pieredzē ir resursu, vēlamu labumu un cilvēcisko prasmju daudzveidība, tieši tik pat liela un daudzveidīga ir arī patēriņa priekšmetu prečspēja un piedāvājums tirgū.

Patēriņa priekšmetu prečspējas pieauguma tendences nosaka arvien pieaugošais to cilvēku skaits, kas tos pieprasa lietošanai, dalīšanai mazākās vienībās, nezaudējot to derīgumu, ilgtspēju un transportējamību lielos attālumos. Ir acīmredzams, ka cilvēki ir spējīgi arvien paplašināt producēšanu un apmaiņai paredzēto labumu klāstu, un, vēlāk apmainot patēriņa priekšmetus pret tādiem labumiem, kuriem ir lielāka prečspēja, izmantot tos kā starplīdzekli apmaiņai pret sev vēlamiem labumiem. Arklu ražotāja D arklu apmaiņas modelis varētu izskatīties tāds, kā tas attēlots 31.zīmējumā.

Pirmajā apmaiņas darījumā viņš savu arklu apmaina pret X1 sviestu, un pēc tam šo iemainīto sviestu viņš apmaina pret virkni citiem sev vēlamiem labumiem, proti, ar X2 viņš apmaiņā iegūst sev olas, ar X3 – kurpes utt.

Līdz ar augstas prečspējas patēriņa priekšmetu kā apmaiņas starplīdzekļu uzkrāšanos sabiedrības indivīdu īpašumā, viņu izvēles strauji fokusējas uz nedaudziem vispārdodamākajiem patēriņa priekšmetiem, un viņi tos iegādājas. Tiklīdz kā, piemēram, D konstatē, ka olām ir augstāka prečspēja nekā sviestam, viņš apmaina savu arklu pret olām, un tad tās izlieto kā starplīdzekli apmaiņai pret citiem patēriņa priekšmetiem. Ir labi saprotams, ka tiklīdz kā indivīdi centrējas uz nelielas izlases patēriņa priekšmetiem kā apmaiņas starplīdzekļiem, šo patēriņa priekšmetu pieprasījums tirgū ievērojami pieaug. Tik lielā mērā kādā šie patēriņa priekšmeti varēs tikt izmantoti kā apmaiņas starplīdzekļi, tiem rodas pieprasījuma papildkomponente. Šī papildkomponente veidojas ne tikai šo priekšmetu tiešās lietošanas dēļ, bet gan arī pateicoties iespējai izmantot šos patēriņa priekšmetus kā netiešās apmaiņas starplīdzekļus. Patēriņa priekšmeta kā starplīdzekļa pieprasījums klājas virsū šī paša patēriņa priekšmeta pieprasījumam, kuru nosaka tā tiešā lietošana. Un šāds kompozītpieprasījuma kāpinājums selektīviem starplīdzekļiem *ievērojami paaugstina viņu prečspēju*. Tā, lūk, ja sviesta apmaiņa sākās ar to, ka tas bija viens no vispārdodamākajiem patēriņa priekšmetiem, un tad to arvien vairāk un vairāk izvēlējās kā starplīdzekli, tad sviesta pieprasījuma pieaugums tirgū ievērojami paaugstināja sviesta faktisko prečspēju un rezultātā izveidoja to par pirmā ranga lietojamu starplīdzekli. Šis process ir kumulatīvs, proti, līdz ar pieprasītāko

patēriņa priekšmetu pieaugumu, milzīgi pieaug arī to prečspēja, un, savukārt, pieaug arī pamudinājums izmantot tos kā apmaiņas starplīdzekļus. Procesam turpinoties, arvien paplašinās aiza starp starplīdzekļu pārdodamību un citiem patēriņa priekšmetiem, līdz kamēr gala rezultātā viens vai divi patēriņa priekšmeti kļūst daudz prečspējīgāki nekā citi, un, beigās tie tiek lietoti tikai kā apmaiņas starplīdzekļi³.

Ekonomikas analīze nenodarbojas ar to, kurš patēriņa priekšmets tika izvēlēts par apmaiņas starplīdzekli. Tā ir ekonomikas *vēstures* tematika. Tiešās apmaiņas ekonomikas analīze nav atkarīga no tā patēriņa priekšmeta tipa, kuru lietoja kā starplīdzekli kādā kopienā vai sabiedrībā. Vēstures gaitā tika lietoti daudzi patēriņa priekšmeti kā kopīgi apmaiņas starplīdzekļi. Katrā komūnā jeb sabiedrībā cilvēki tiecās iegūt sev vispārdodamākos patēriņa priekšmetus. Tā, piemēram, koloniālajā Virdžīnijā šāds priekšmets bija tabaka, Rietumindijā – cukurs, Abesīnijā – sāls, Senajā Grieķijā – liellopi, Skotijā – nagi, Senajā Ēģiptē – varš un vietumis vēl citi priekšmeti, ieskaitot krelles, tēju, gliemežvākus un zivju zvejas āķus⁴. Gadsimtu gaitā zelts un sudrabs pakāpeniski kļuva par visizplatītākajiem apmaiņas starplīdzekļiem. Zelta un sudraba augstās pieprasītības galvenie faktori bija to pieprasījums ornamentiem un izrotājumiem, to nepietiekamība salīdzinājumā ar citiem priekšmetiem, to vieglā, parocīgā dalāmība un lielā ilgtspēja. Pēdējos divos gadsimtos zelts un sudrabs šo īpašību dēļ kļuva vispār atzīti par vispasaules mēroga apmaiņas starplīdzekļiem.

Priekšmetu, kas tādā veidā ieguva *vispārējas lietošanas statusu* kā apmaiņas starplīdzeklis, nosauca par *naudu*. Ievērojot to, ka apmaiņas starplīdzeklis ir skaidri izteikts, precīzi formulēts jēdziens, un arī netiešo apmaiņu iespējams skaidri nodalīt no tiešās apmaiņas, naudas jēdziens nebūt nav neprecīzs jēdziens. Laika moments, kad apmaiņas starplīdzeklis nonāca vispārējā lietošanā, kā arī to vai konkrētais starplīdzeklis jau bija vai vēl nebija nauda, nav precīzi nosakāms. To spēj noteikt tikai vēstures pētījumi un vēsturnieku novērtējumi. Tomēr vienkāršošanas nolūkos, kā arī ievērojot to, ka naudas parādīšanās bija liels impulss apmaiņas starplīdzekļa tirgus attīstībai, mēs ar šo brīdi visus apmaiņas starplīdzekļus attiecinām ar naudu vai reducējam uz naudu, un pret visiem starplīdzekļiem attieksimies kā pret *naudu*.

3. Dažas implikācijas sakarā ar naudas rašanos

Naudas veidošanās tirgū ļoti palielināja darba specializācijas un dalīšanas apjomus, milzīgi paplašināja katra produkta tirgu un veicināja sabiedrību pāriet uz civilizētu ražošanas līmeni. Ne tikai likvidēja nespēju sadalīt labumus atbilstīgi cilvēku vajadzībām. Bet tagad, lai iegūtu vēlamus labumus, indivīdi varēja konstruēt arvien plašākas ēkas tehnoloģiski attālinātām produkta ražošanas stadijām. Kļuva iespējams organizēt sarežģītas un tehnoloģiski attālinātas produkta ražošanas pakāpes, varēja specializēt katra ražošanas procesa daļu un arī producējamo labumu tipus. Tā automobiļu ražotājs tagad var pārdot savu automobili apmaiņā pret naudu, sviestu, vai zeltu, un tad zelta daļas apmainīt pret darbu, pret tēraudu, pret hromu, pret gumijas riepām u.tml. Tērauda ražotājs daļu zelta var apmainīt pret darbu, daļu pret dzelzi, daļu pret mehānismiem u.tml. Savukārt melnstrādnieki, zemes īpašnieki u.c., kuri zeltu saņem par savu darbu un ražošanas procesu, var izlietot to kā starplīdzekli olu, automobiļu, tērpu u.c. sev vajadzīgu priekšmetu pirkšanai.

Modernās sabiedrības vispārīgais modelis ir naudas lietošanas modelis. Naudas lietošanas milzīgo nozīmi noskaidrosim šīs analīzes turpinājumā⁵. Ir labi saprotamas daudzu tādu autoru kļūdas, kuri vēlas turpināt modernās ekonomikas doktrīnas iztīrīšanu, analizējot tikai tiešo apmaiņu, un, ņemot vērā tiešo gala uzdevumu, naudas jēdzienu ieviest tikai šīs analīzes beigu posmā. Pretstatā teiktajam, tiešās apmaiņas analīzi

ir lietderīgi izmantot tikai kā tās sabiedrības analīzes ievirzes palīglīdzekli, kurā dominē netiešā apmaiņa. Bet tirgū vai ražošanā tiešajai apmaiņai ir ļoti neliela pielietojamība.

Cilvēcisko prasmju un dabas resursu lielā dažādība izraisa ļoti daudzveidīgu darba dalīšanu, naudas eksistence ļauj sadalīt ražošanu nelielās nozarēs vai filiālēs, katrs cilvēks var pārdot savus ražojumus par naudu un par naudu nopirkt sev vajadzīgos produktus. Patēriņa labumu jomā ārsts pārdod savus un skolotājs savus pakalpojumus par naudu, un saņemto naudu izlieto sev vajadzīgu labumu pirksanai. Ražošanas nozarē katrs cilvēks var ražot kapitālpreces, pārdot tās par naudu un par saņemto zeltu pirkt sev citu cilvēku darbu, zemi, kapitālpreces augstākas kārtas produkcijas ražošanas vajadzībām.

Viņš var izmantot savu naudas pārpalikumu – starpību starp ienākumu summu un izdevumu summu – kā faktoru sev vajadzīgu patēriņa priekšmetu pirksanai. Katrā produkta ražošanas stadijā cilvēks var apstrādāt zemi, nodarbināt darba faktorus, iemainīt naudu saviem pakalpojumiem kā arī izlietot to nepieciešamo kapitālpreču iegādei un tad pārdot savus ražojumus par naudu, lai varētu uzsākt nākamo – zemāku ražošanas pakāpi. Šis process turpinās tik ilgi, kamēr gala produkts tiek pārdots patērētājiem. Šie patērētāji, no otras puses, naudu pērk, sev piederošo ilgspējīgo labumu vai sava ražošanas darba pārdošanas procesā. Pēdējā drīkst ietvert darba pakalpojumu pārdošanu, zemes apstrādes darba pārdošanu, savu kapitālpreču pārdošanu, kā arī mantojumu no tiem cilvēkiem, kuri iepriekš veicinājuši šo servisu (darbu, darba jomu)⁶.

Tādējādi var teikt, ka visas apmaiņas tiek veiktas pret naudu, tādēļ nauda uzspiež savu zīmogu visai ekonomikas sistēmai. Patēriņa labumu ražotāji kā arī ilgspējīgu patēriņa preču īpašnieki, kapitālpreču īpašnieki, sava darba pārdevēji, visi viņi pārdod sev piederošos labumus par naudu un arī par naudu pērk sev vajadzīgos faktorus. Viņi izlieto savus skaidrās naudas ienākumus to patēriņa preču pirksanai, kuras ražo citi. Tādējādi, visi indivīdi, atbilstīgi savai ražotāja un īpašnieka kapacitātei, piedāvā labumus (patēriņa priekšmetus un pakalpojumus) pārdošanai un apmaiņā pieprasa naudu. Indivīds, atbilstīgi savai ražotāja kapacitātei, pērk faktorus, un, atbilstīgi savai patērētāja kapacitātei piedāvā naudu, un, apmaiņā pret to, pieprasa gandrīz bezgalīgi daudzveidīgus labumus. Tādējādi ekonomika ir naudas ekonomika, un gandrīz visi labumi tiek salīdzināti ar naudu un apmainīti pret tādu preci kā nauda. Šim faktam ir izšķiroši liela nozīme katras tādas sabiedrības analīzē, kuras attīstība ir augstāka par visprimitīvāko līmeni. Tagad mēs varam rezumēt apmaiņas modeļu kompleksu naudas ekonomikā.

Cilvēks, atbilstīgi savām spējām, kā:

Ražotājs

<i>Pārdod:</i>	<i>Pērk</i>
<i>Patēriņa preces</i>	<i>Ražotāju preces</i>
<i>Ražotāju preces</i>	<i>Darba spēku</i>
<i>Darbu</i>	<i>Zemi</i>
<i>Zemi</i>	<i>Kapitālpreces</i>
<i>Kapitālpreces</i>	

Par naudu

Ar naudu
(Ivv.631.pērk un pārdod par naudu)

Patērētājs:

Pērk:

Patēriņa preces

Par naudu

4. Monetārā vienība

No iepriekš skaidrotā zinām, ja kāds labums ir sadalāms homogēnās vienībās, tad šādu vienību kopums ir šī labuma krājums. Jebkurš labums ir pērkams vai pārdodams tikai šādu vienību nosaukumos. Bet tādi labumi, kuri ir nedalāmi un ir unikāli, resp., viengabala labumi, to raksturot kā krājumu, kas sastāv no vienas vienības. Taustāmie patēriņa priekšmeti parasti tiek tirgoti *svara vienību* nosaukumos, piemēram, tonnās, mārciņās, uncēs, grānos (0,0648 g), gramos utt. Naudas prece nav šī likuma izņēmums. Visplašāk tirgotie patēriņa priekšmeti kādā komūnā vienmēr tiek pirkti un pārdoti to svara vienību nosaukumos. Svara vienības un citas mērvienības var savstarpēji konvertēt – pārvērst vienas vienības citās vienībās. Tā, lūk, vienā mārciņā ir 437,5 grāni vai 328,35 grami. Tādējādi, ja Džons pārdot savu traktoru par 15 mārciņām zelta, tad viņš var uzskatīt, ka traktoru pārdevis par 240 uncēm zelta vai par 6,804 gramiem zelta u.tml. Skaidrs, ka naudas preces vienības lielumam, kas izvēlēta darījumam, nav būtiskas nozīmes ekonomikas analīzē, tā ir tikai divu darījuma pušu vienošanās lieta. Visas vienības varētu būt svara vienības un tās būtu konvertējamās mārciņās, uncēs utt., reizinot vai dalot tās ar kādu konstantu skaitli, un tādējādi tās tiktu konvertētas viena otrā. Viena mārciņa zelta ir vienāda ar 16 uncēm, un tā, protams, var tikt apmainīta pret 16 uncēm. Vai šāda apmaiņa tirgū ir vēlama? Tas, ka vienību lielumam vai nosaukumam nav būtiskas nozīmes ekonomikā, redzēsīm sekojošā piemērā. Pieņemsim, Teksasas pastāvīgais iedzīvotājs apmaiņas darījumā lieto vienību, kas pazīstama ar nosaukumu houstons, kas ir vienāda ar 20 grāniem zelta, bet Masačusetas iedzīvotājs lieto vienību, kuras nosaukums ir adams un kas ir vienāds ar 10 grāniem. Iespējams, ka attiecīgu darbības sfēru pilsoņi veic apmaiņas un aprēķinus atšķirīgu vienību nosaukumos, piemēram, Džons pārdod savu auto par 2000 zelta houstonu, vai, vienkāršāk, par 2000 houstonu, bet Džons, piemēram, varētu noteikt olu cenu naudā, kas būtu vienāda ar ½ houstona par duci. No otras puses, Šmits varētu pirkt māju par 10000 adamsu. Acīmredzams, ka atšķirīgu nosaukumu lietošana sarežģīs lietu, bet no ekonomikas viedokļa tas ir nenozīmīgs fakts. “Houstons” ir tomēr zelta svara vienība un ir 20 grānu zelta saīsināts nosaukums. Un skaidrs ir tas, ka tirgū 1 houstons maināms pret 2 adamsiem⁷.

Lai izvairītos no liekām komplikācijām un izveidotu skaidrāku analīzi, šajā darbā drīzāk vajadzētu lietot vispārpieņemtas svara vienības (tādus kā unce, grams u.c.), nevis mazsvarīgus, nejaušus, lokālas nozīmes vienību nosaukumus (tādus kā dolārs, franks u.c.). Acīmredzami, jo vērtīgākas ir patēriņa priekšmetu vienības, jo ikdienas darījumos tiek lietotas sīkākas to vienības; tā, platīnu labprāt pārdod uncēs, bet dzelzi – tonnās. Relatīvi vērtīga naudas prece, tāds kā zelts un sudrabs, ir tirgojams mazu svara vienību nosaukumos. Te vēlreiz jābilst, ka šim faktam ekonomikā tomēr nav sevišķas nozīmes.

Svara vienības *forma*, kādā tiek tirgota kāda prece, ir atkarīga no šīs svara vienības lietderīguma specifikas. Tā dzelzi drīkstētu pārdot stieņos vai gabalos, piku formā, sieru taisnstūra vai trijstūra veidos utt. Turpretim citas preces varētu tirgot formās, kuras ir piemērotas ražošanai vai patērēšanai, naudu tādās formās, kuras piemērotas apmaiņai un uzglabāšanai līdz brīdim, kad tiek veikta apmaiņa. Vēsturē ir zināmi ļoti daudz naudas veidu⁸. Nesenajos gadsimtos lieli zelta un sudraba stieņi tika izmantoti uzglabāšanai vai apmaiņai plašos darījumos, bet mazie gabali, pazīstami ar nosaukumu monēta kā tika lietoti mazu apmēru darījumos.

5. Naudas ienākumi un naudas izdevumi

Naudas ekonomikā katrs indivīds par naudu pārdod sev piederošus labumus, savus pakalpojumus un izlieto savu naudu, lai sev iegādātos vajadzīgos labumus. Katra persona

var pierakstīt šādu naudas apmaiņu, ko tā veikusi kādā konkrētā laika periodā. Šāda veida pierakstu mēdz nosaukt par noteiktā laika periodā veiktu *maksājumu bilanci*.

Viens pieraksts varētu būt par darījumiem, kuri veikti, pārdodot preses par naudu citam indivīdam. Iedomāsimies, ka, piemēram, Brauna kungs sastāda sarakstu par labumiem, kurus viņš pārdevis par naudu 1961. gada septembra mēnesī. Pieņemsim, ka viņš ir pārdevis savus namdara pakalpojumus Džona kungam, būvējot viņam māju, un tajā pašā laikā pārdevis arī savus pakalpojumus kā citu sīku darbu meistars Džona kungam un Šmita kungam. Tā pašā gada septembra mēnesī viņš atbrīvojies no veca radio, pārdodot to Džonsona kungam. Brauna saņemtās naudas kopsomma, resp., pret pārdotajiem labumiem un pakalpojumiem *nopirktā* naudas kopsomma veidojas šādos darījumos:

1961. gada septembris - - Džeims Brauns

<i>Nopirktā nauda:</i>	<i>Pārdodot labumus un pakalpojumus:</i>
20 unces zelta	Namdara darbu Džonam
5 unces zelta	Sīkdarbu meistara darbu Džonam un Šmitam
1 unce zelta	Vecu radio Džonsonam
26 unces zelta	

Mēs secinām, ka, pārdodot sev piederošos labumus un savus pakalpojumus uzrādītajā laika periodā, Brauna nopirktās naudas kopsomma ir 26 unces zelta. Šī Brauna nopirktā naudas kopsommu ir viņa *naudas ienākumu* kopsomma 1961.gada septembra bilancē.

Un ir skaidrs – jo indivīdam noteiktā laika periodā ir lielāki naudas ienākumi, jo arī lielāku naudas summu viņš būs spējīgs izdot par sev vēlamiem labumiem. *Pie nosacījuma, ja visas citas lietas paliek nemainīgas, viņš sev pārskatāmā nākotnes laika periodā tieksies nopelnīt pēc iespējas vairāk naudas.*

Brauna kungs ieguva savus ienākumus pārdodot sava darba pakalpojumus un ilgspējīgus labumus. Tas ir otrs naudas ienākumu iegūšanas veids neapgrūtinātā sabiedrībā. Zemes īpašnieks var pārdot savu zemi lauksaimnieciskos, iznomāšanas, industriālos vai citos nolūkos. Kapitālpreču īpašnieks var pārdot tās citiem indivīdiem, kuri ieinteresēti tos izmantot kā ražošanas faktoros. Zemi un kapitālpreces varētu pārdot par naudu tieši, vai, saglabājot savas īpašumtiesības uz tiem, uz noteiktu laika periodu nodot citam šo īpašumu *apkalpošanas* tiesības. Ja pārdod tikai kāda labuma/ mantas/ lietas pakalpojumu, tad tas tomēr nav iemesla, ka šajā periodā tas nevarētu būt nopērkams. To, protams, varētu izdarīt tikai tai gadījumā, ja tas būtu tehniski iespējams. Tā, piemēram, zemes gabala, šujmašīnas vai mājas īpašnieks drīkst “izrentēt tos” uz noteiktu laiku apmaiņā pret naudu. Šādā iznomāšanas procesā likumīgās īpašumtiesības uz iznomāto labumu patur tās īpašnieks, bet šī labuma sniegtā pakalpojuma faktiskais īpašnieks iznomāšanas periodā ir tikai šī labuma rentnieks, vai fermeris nomnieks. Iznomātais labums nomas perioda beigās nonāk atpakaļ pie sava īstenā īpašnieka, kurš drīkst to lietot vai pārdot servisa pārpalikumu jeb atlikušo daļu. Turklāt cilvēks arī drīkst saņemt naudu kā dāvanu. Cilvēkam nav jāpērk tā nauda, ko viņš saņēmis kā dāvinājumu. Viņa naudas ienākums dāvināšanas periodā līdzinās šīs dāvinātās naudas nopirkšanai, plus nauda, ko viņš saņēmis kā dāvanu. (Viens visai parasts dāvanas saņemšanas veids ir mantošana kā pēcnāves novēlējums).

Rezumējot teikto, Grīna kunga naudas ienākumi no 1961.gada jūnija līdz decembrim, varētu būt šādi:

<i>Naudas ienākumi</i> PIRKUMS 28 unces zelta 300 unces zelta 15 unces zelta	<i>Pārdodot labumus un pakalpojumus</i> Rente par zemes iznomāšanu Džona kungam Zemes pārdošana Foresta kungam Kuļmašīnas pārdošana Vooda kungam <i>No dāvinājumiem</i> Mantojums no tēvoča
<i>DĀVINĀJUMS</i> 400 unces zelta 753 unces zelta	

Kā iepriekš tika skaidrots, lai cilvēks pārdotu par naudu kādu labumu, viņam šis labums vai nu bija jāiegūst kā tā pirmajam lietotājam, vai arī jānopērk par naudu no kāda cita indivīda, kurš to bija producējis (vai kurš to, secības ziņā, nopircis no oriģinālā /īstenā ražotāja). Ja tā bija dāvināta nauda, tad tās oriģinālajam īpašniekam to vajadzēja būt ieguvušam, ražojot kādu labumu utt. Tādējādi, kā iepriekšējā analīzē jau konstatējām, pirmais kapitālpreces vai ilgspējīga patēriņa preces pārdevējs ir to oriģinālais producētājs. Bet šim oriģinālajam producētājam tagad šis viņa pirmiegūtais īpašums jāizmanto tā, lai ar to ražotu kādu labumu, kuru viņš tad varētu pārdot citiem indivīdiem, un tādējādi iegūtu naudu. Darba pakalpojumu pārdevējs, protams, sniegs pakalpojumu noteiktā laikā. Vēl līdz šim neviena neapgūtas zemes pārdevējam, kuru viņš atradis, bija jābūt oriģinālajam šīs neapgūtas zemes pirmajam lietotājam, tās pārveidotājam. Neapgrūtinātā naudas ekonomikas tirgū preču un pakalpojumu ražotājs pārdod savus labumus par naudas precī, un tad iegūto naudu lieto, pērkot par to citus sev vēlamus labumus.

Visi šādā veidā iegūst naudu, izņemot oriģinālā zelta producētāji tirgum, resp., tādi, kuri iegūst zeltu zelta raktuvēs un tirgo to. Tomēr pašai naudas preces ražošanai arī nepieciešams izmantot zemi, darbu, kapitālpreces, un par tiem visiem vajadzēja maksāt ar naudu. Zeltracim, kurš nav saņēmis dāvinātu naudu, nekas cits neatlika kā vien aktīvi meklēt un ražot zeltu, lai iegūtu sev naudu.

Dažādos veidos iegūtu naudu lieto vēlamo labumu pirkšanai. Indivīdi darbojas divās kapacitātēs -- kā patērētāji un kā ražotāji. Kā patērētāji viņi pērk patēriņa preces savām vajadzībām – patērēšanai. Izturīgus, ilgspējīgus labumus viņi ieinteresēti iepirkt vairumā un izmantot tos pakalpojumiem dažādos noteiktos laika periodos. Ražotāji izlieto savu naudu zemākas kārtas kapitāla preču ražošanai nepieciešamo faktoru pirkšanai. Dažus faktoros viņi var iepirkt visam savam nākotnē paredzētajam servisam. Dažus viņi var iznomāt pakalpojumam uz noteiktu laiku. Viņi var arī pirkt kapitāla labumus, kuri izmantojami kā “jēlviela”; viņi var pirkt tādus kapitāla labumus, kurus sauc par “mehānismiem vai mašīnām” un iznomāt tos citiem; viņi var nomāt vai pirkt zemi, kuru pēc viņu domām nepieciešams iekopt. Tieši tāpat kā patērētājs nelabprāt nomā ne ilgspējīgus labumus, tā arī ražotāji nelabprāt nomā kapitāla preces, apšaubāmas kvalitātes “jēlvielas” vai “inventāru”, kuri ražošanas procesā ātri nolietojas vai ātri tiek izlietoti. Brīvā tirgū viņi nevar pirkt pakalpojumus tieši, kā tas bija skaidrots iepriekš. Tā kā cilvēks nav nošķirams no savas gribas, viņš brīvprātīgā sabiedrībā nevar tikt piespiests strādāt cita labā pret savu pašreizējo gribu, un tādējādi nevar arī tikt noslēgts kontrakts ar viņa nākotnes gribu. Tādējādi darba pakalpojumi varētu tikt pirkti tikai “nomas kārtībā”. Jebkurš indivīds var sastādīt savu sarakstu par labumu pirkšanas kopsummu naudā noteiktā laika periodā. Izdotās naudas kopsumma šādā apmaiņā ir viņa *naudas izdevumi* vai *naudas tēriņš* šajā periodā. Te būtu nepieciešams piezīmēt, ka viņa izdevumu, kā arī viņa ienākumu kopsumma var tikt uzskaitīta pa punktiem par katru darījumu vai varētu tikt grupēta dažādās klasēs. Tā, lūk, Brauns savu iepriekšējo ienākumu kopsummu – 25 unces par darbu un 1 unci par radio – varēja sakārtot tabulās. Cik plašas vai šauras ir izvēlētās klases, tas atkarīgs vienīgi no saraksta sastādītāja ieskatiem. Klasifikācijas tips, protams, kopsummu gandrīz neietekmē.

Tāpat kā naudas ienākumi ir vienādi ar nopirkto naudu, *kas saņemta par* pakalpojumiem un labumiem plus nauda, kas saņemta kā dāvana, tāpat arī naudas izdevumi ir vienādi ar pārdoto naudu pret labumiem un pakalpojumiem plus nauda, kura kādam atdāvināta. Tā Brauna kunga izdevumu kopsomma 1961.gada septembrī varēja būt bijusi šāda:

1961.gada septembris - Džeims Brauns

Naudas izdevumi

<i>Pārdotā nauda</i>	<i>Nopirktie labumi un pakalpojumi</i>
12 unces zelta	Pārtika
6 unces zelta	Apģērbs
3 unces zelta	Mājas īre
2 unces zelta	Uzņēmējdarbība
<i>Atdāvinātā nauda</i>	
1 unce zelta	Labdarība
24 unces zelta	

Šo kopsommu – 24 unces zelta – šajā periodā Brauns ir izdevis tikai kā patērētājs. Un, ja viņš vēlas, viņš šo izdevumu kopsommu var sadalīt pa atsevišķiem pirkumiem, piemēram, āboli – 1/5 unces, cepure – 1 unce utt.

Te varētu piezīmēt, ka indivīda naudas kopienēmumu summu varētu arī nosaukt par viņa eksportu, un pārdotos labumus – par “eksportēto precī”; no otras puses, viņa naudas kopizdevumu varētu arī nosaukt par viņa importu, un viņa nopirkto labumus un pakalpojumus par preču importu. Ar šiem terminiem apzīmējam producenta vai patērētāja pirkumus.

Tagad salīdzināsim Brauna kunga kopienākumus un kopizdevumus 1961.gada septembra mēnesī. Brauna naudas kopienākums bija 26 unces zelta, viņa naudas kopizdevumi – 24 unces. Tas nozīmē, ka šajā periodā no 26 kopienākuma uncēm viņš divas unces *nav izdevis*. Šīs divas unces paliek viņa īpašumā, un tādējādi papildina viņa iepriekšējo zelta uzkrājumu vēl par divām uncēm. Ja Brauna naudas krājums uz 1961.gada 1.septembri bija 6 unces zelta, tad uz 1961.gada 1.oktorbi viņa naudas krājums ir 8 unces zelta. (**Sic!**) Naudas daudzums, ko persona ieguvusi savā īpašumā noteiktā laika periodā sauc par viņas *ienākumu naudā* vai par viņas *naudas bilanci, saldo* uz šo brīdi. Šīs divas ienākuma unces, kuras palikušas neiztērētas par precēm vai pakalpojumiem, veido viņa peļņu skaidrā naudā (neto; saldo) septembra mēnesī, un, tāpat, papildina viņa skaidras naudas bilanci. Tādējādi, noteiktā laika periodā kādas personas naudas ienākumus ir vienāds ar viņa naudas izdevumiem plus viņa skaidrās naudas bilances papildinājums.

Ja mēs sadalām šīs ienākumu un izdevumu kopsommas apakšgrupās un īsākos laika periodos, tad notikumu aina par to, kādas izmaiņas ir notikušas ar skaidrās naudas bilanci ilgākā laika periodā drīzāk ļoti atšķirsies no šī vienkāršā divu unču papildinājuma. Tā, uzskatīsim, ka viss Brauna naudas ienākums ienāca divās nozīmīgās kopsommu veidojošās daļās, pirmā pirmajā, otra – piecpadsmitajā septembrī, lai gan faktiski viņš katru dienu izmaksāja dažāda lieluma summas. Viņa skaidrās naudas bilance 1. septembrī paaugstinājās krasi, teiksim uz 6 pluss vēl 13, summā – par 19 uncēm. Tad naudas bilance strauji mainījās katru dienu, kamēr kļuva atkal vienāda ar 6 uz 15.septembri. Pēc tam atkal strauji paaugstinājās līdz 19, beidzot mēneša beigās pazeminājās līdz 8.

Brauna tirgus piedāvājuma un pieprasījuma modelis ir skaidrs. Brauns tirgū *piedāvāja* dažādas preces un pakalpojumus un apmaiņā pret tiem *pieprasīja* naudu. Par šo savu naudas ienākumu viņš tirgū *pieprasīja* dažādas preces un pakalpojumus un apmaiņā

piedāvāja naudu. Naudu *drīkst ieskaitīt tīrās naudas bilancē* līdz brīdim, kad tā varētu tikt izlietota labumu un pakalpojumu pirkšanai⁹.

Pieņemsim, no otras puses, ka Brauna izdevumi septembrī bijuši 29 unces 24 unču vietā. Tā varēja notikt, pazeminot Brauna iepriekšējo skaidrās naudas bilanci par 3 uncēm un atļaujot viņam šīs 3 unces atstāt viņa skaidrās naudas (uz)krājumā. Šajā gadījumā viņa naudas izdevumi šajā periodā līdzinās viņa naudas ienākumiem plus skaidrās naudas bilance. Rezumējot, vispārējā formula vienmēr paliek pareiza attiecībā uz katru indivīdu un jebkuru laika periodu:

Naudas ienākums = naudas izdevumi + tīrās peļņas pieskaitījums skaidrās naudas bilancei – tīrās peļņas atskaitījums no skaidrās naudas bilances.

Alternatīvi – eksportu varētu atskaitīt no ienākuma un importu atskaitīt no izdevuma (vienību nosaukumos).

Vienkāršošanas labad pieņemsim, ka preču naudas krājums visā preču masā zināmu laiku ir saglabājies nemainīgs. (Tas nav nereāls pieņēmums, jo jaunais zeltraktuvēs iegūtais zelts, salīdzinājumā ar visu eksistējošo zelta krājumu, ir visai neliels). Ir skaidri saprotams, ka tāpat kā visas mantas, arī visa nauda tiek iegūta kā īpašumā. Kādā laika momentā visa kādā komūnā eksistējoša nauda ir vienāda ar visu indivīdu summāro skaidrās naudas bilanci šajā komūnā. Tā, ja mēs uzskatām, ka Brauns ir viens no pieciem cilvēkiem, kuri dzīvo kādā ciematā, un katram no viņiem attiecīgi bija 6, 8, 3, 12 un 5 unces, tad naudas kopkrājums šai cilvēku grupai uz 1.septembri bija summāri 34 unces. Ja šajā pašā laika periodā šī naudas kopsumma būtu bijusi pieejama lietošanai visā pasaulē, šo kopsummu varētu pārstrukturēt konkrētām vajadzībām. Ir saprotams, ja Brauns septembrī pieskaita savai skaidrās naudas bilancei 2 unces, tad, lai atjaunotu skaidrās naudas līdzsvaru, no viena vai vairāku indivīdu naudas bilancēm summāri ir jāatskaita tik pat liela skaidrās naudas summa, proti 2 unces. Tā kā naudas krājums, kā iepriekš pieņemts, ir konstants, Brauna skaidrās naudas bilances papildinājuma summa jāatskaita summāri no citu indivīdu skaidrās naudas bilancēm. Un, līdzīgi, ja Brauns samazina savu skaidrās naudas bilanci par 3 uncēm, tad, lai komūnā atgūtu naudas līdzsvaru, viena indivīda bilancei jāpieskaita 3 unces vai vairāku indivīdu bilancēm summāri jāpieskaita 3 unces.

Ir svarīgi saprast, ka savas tīrās naudas bilances papildinājums, vai atskaitījums no tās, abi ir indivīda brīvprātīgi akti. Katru brīdi indivīdi var paši izlemt, papildināt vai samazināt savas brīvās naudas bilances, un katrs pieņem savu lēmumu, domājot par to, kā iegūt sev vairāk labuma¹⁰. Pirms gadsimtiem tomēr aizstāvēja citu senu populāru, maldīgu paražu, proti, uzskatīja, ka tam indivīdam, kura ienākumi ir lielāki par viņa izdevumiem (eksports lielāks par importu) ir “labvēlīga tirgus bilance”, bet tam indivīdam, kura izdevumi noteiktā laika periodā ir lielāki par viņa ienākumiem (imports lielāks par eksportu), ir “nelabvēlīga tirgus bilance”. Šāds uzskats netieši norāda uz to, ka maksājumu bilances aktīvākā jeb svarīgākā daļa ir “tirgošanās” daļa – eksportēšana un importēšana, un, ka izmaiņas indivīdu tīrās naudas bilancēs ir vienkārši pasīvi “bilances faktori”, kopmaksājumu līdzsvara uzturēšanā. Citiem vārdiem –šādā uzskatā par argumentu pieņemts tas, ka indivīds izdevis naudu tieši tik, cik viņam labumu un servisa vajag, pieskaitījums viņa skaidrās naudas bilancei vai atskaitījums no tās tikai šķiet kā novēlojusies doma. Gluži pretēji, par skaidrās naudas bilances maiņu izlemj katrs indivīds pats, vadoties no savu akciju kursa tirgū. Tā, pieņemsim, ka Brauns izlēmis paaugstināt savu tīrās naudas bilanci par 2 uncēm un tādēļ pārdod savu darba pakalpojumu, lai iegūtu šīs 2 unces, vienlaikus atsacīdamies no patēriņa preču pirkšanas par divām uncēm. Pretēji pēdējam piemēram – ja viņš mēnesī *izdevis* 3 unces vairāk nekā ieņēmis, tad viņš nolemj, ka viņa tīrās naudas bilance ir ekscesīva, un viņam drīzāk vajadzēja izdot dažas unces no šīm trim par patēriņa precēm un servisu. Tā gan nav

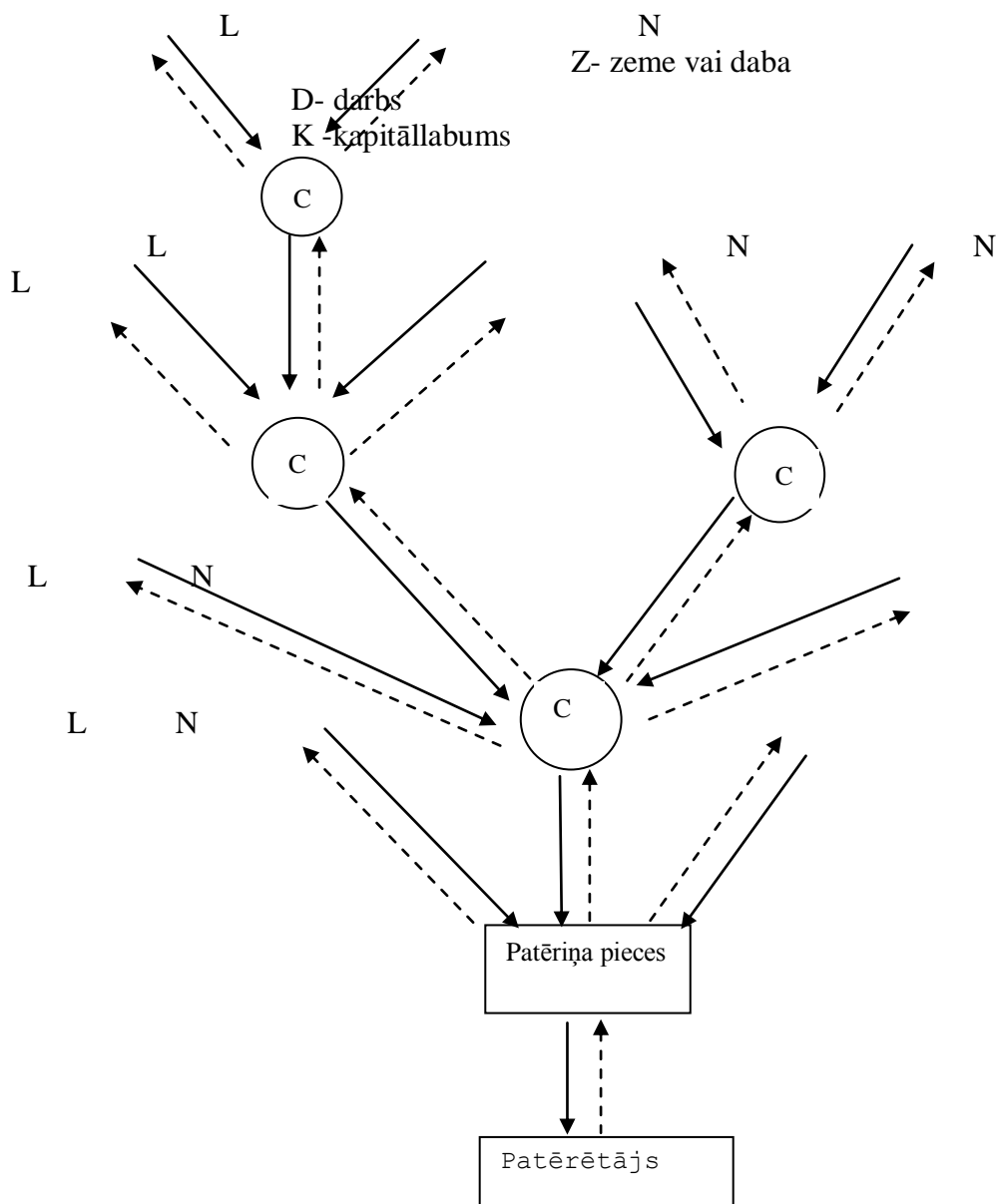
nekāda maldināšana par maksājumu bilances stāvokli. Personas savu nelabvēlīgo tirgošanās bilanci var turpināt tik ilgi, kamēr indivīdi pazeminās savu tīrās naudas bilanci (un citi labprāt pārdos savu naudu par precī). Maksimuma limits, protams, ir situācija, kad skaidrās naudas bilance ir reducēta uz nulli. Tomēr daudz lielāka varbūtība ir tāda, ka viņš apturēs tīrās naudas bilances pazemināšanos pirms šī nulles punkta sasniegšanas¹¹.

6. Ražotāju izdevumi

Iepriekšējā sadaļā galvenokārt iztirzājām Brauna kunga situāciju. Viņš visu savu naudu izdeva par sev vajadzīgām *patēriņa* precēm. Viņa naudas ienākumus veidojās kā samaksa par viņa sniegtajiem darba pakalpojumiem. Un viņš par šo naudu pirka jau vecos – iepriekš saražotos labumus. Visi šādi izdevumi ir tikai izdevumi patēriņam. Un naudu šādiem izdevumiem viņš nopelnīja tikai un vienīgi kā samaksu par saviem darba pakalpojumiem. Katram cilvēkam jābūt patērētājam. Un tādēļ visa iepriekšējā analīze tika veltīta personu patēriņa izdevumiem. Vairums cilvēku iegūst naudas ienākumus pārdodot savus darba pakalpojumus. Tomēr, ja mēs teorētisku apsvērumu nolūkos uzskatām, ka tādu iepriekš saražotu labumu vispār nav, tad katram pašam vispirms jāražo sev nepieciešamais labums kā sākotnējam, oriģinālajam ražotājam, un savus naudas ienākumus viņš var iegūt tikai un vienīgi no šiem jaunajiem paša ražotajiem kapitāla vai patēriņa labumiem. (Daļēji ir runa par tādu zemes vai pakalpojuma pārdevēju, kurš ir šīs zemes pirmizmantotājs jeb oriģinālais izmantotājs un pirmais noteikta produkta ražotājs).

Bet kapitālpreču un patēriņa preču ražotājs ir atšķirīgā pozīcijā pret to indivīdu, kurš pārdod tikai savus darba pakalpojumus. Piemēram, Brauna kungam tikai kā sava darba pārdevējam nav nepieciešams ietaupīt zināmu savas naudas daļu kapitāla preču pirkšanai. Viņš savu naudu izdod vēlamajiem patēriņa labumiem savas enerģijas atjaunošanai, lai ražotu un pārdotu savus darba pakalpojumu tirgū. Bet kapitālpreču un patēriņa preču ražotājs, šis civilizētās sabiedrības pauris, ievērojot, ka ar indivīda darba piepūli vien var saražot visai maz, nav un nevar būt šādā laimīgi veiksmīgā pozīcijā. Lai cilvēks ražotu patēriņa labumus, viņam jādabū darba spēka pakalpojumi, zemes un kapitālpreču pakalpojumi, lai prasmīgi spētu izmantot tehnoloģiskās zināšanas labumu ražošanā. Atskatoties uz mūsu risināmās problēmas sākumu, konstatēsim, ka, lai ražotu kapitāla labumus, potenciālajam producentam jāiegūst ražošanai nepieciešamā zeme, darba spēks un kapitālpreces. Jebkurš šāds individuālais ražotājs (vai individuālie līdzdalībnieki) sarūpē vajadzīgos faktoros un tad vada kapitālpreču ražošanu, dažādi kombinējot ražošanas faktoros. Šajā procesā piedalās daudz indivīdu, līdz kamēr ir izražots zemākās pakāpes patēriņa labums. Ražotājam par naudu jānopērk nepieciešamie ražošanas faktori (zeme, darbaspēks un kapitāls), un tad, kad kapitālpreces (zemākās kārtas) ir izražotas, viņš tās pārdod par naudu. Šis kapitāllabums atgriezeniski var tikt izmantots vēl zemākas kārtas kapitāla labuma ražošanai, un pēdējo pārdod par naudu. Un šis process turpinās tik ilgi, kamēr beidzamais patēriņa labuma ražotājs par naudu patērētājam pārdod galīgo, resp. pašu beidzamo gala produktu. Vienkāršoti shematizēti šis process ir skatāms 32.zīm.

Ar nepārtrauktajām bultiņām attēlotas *labumu* apmaiņas. Ražotājs izmanto labumu kā faktoru secīgās zemākas kārtas ražošanas pakāpēs, līdz beidzot pārdod to zemākās kārtas ražotājam. Pārtrauktās bultiņas rāda pretējas virzības procesu – naudas plūsmas apmaiņā pret noteiktas gatavības pakāpes labumiem. Kapitālpreces ražotājs pārdod izražoto kapitālprecī un par saņemto naudu pērk ražošanas faktoros. Tagad viņš šos nopirkto faktoros kopā ar nomātu darbaspēku izmanto zemākas kārtas kapitāla preču ražošanai, un, kad tā izražota, pārdod to par naudu citam ražotājam. Patēriņa preces ražotājs virza savu ražošanas procesu tāpat, bet atšķirība ir tikai tāda, ka patēriņa preces ražotājs naudu saņem, pārdodot galīgo patēriņa precī, resp. gala produktu.



32.zīm. GALA PRODUKTA RAŽOŠANAS PROCESA PAKĀPES TĀ GALĪGAJAM PATĒRĒTAJAM

Ražotājus, kuri savu naudu *investē* faktoru pirksnā (tiešai lietošanai vai iznomāšanai), sauksim par *kapitālistiem*. Kapitālists tāpat ražo un iegūst savā īpašumā dažādas pakāpes kapitāllabumus, maina tos pret naudu tik ilgi, kamēr šie viņa izražotie produkti nonāk pie saviem patērētājiem. Šādā ražošanas procesā piedalās kapitālisti, zemes pārdevēji un darba spēks jeb savu darba pakalpojumu pārdevēji. No visiem trim te uzskaitītajiem subjektiem, kapitālists ir vienīgais, kurš izdod savu naudu par ražotāju labumiem, un tādēļ tikai viņu drīkst te nosaukt par “ražotāju” jeb “producentu”.

Viena no ražošanas procesa raksturīgākajām pazīmēm ir katra ražotāja spēja pārdzēt sava produkta pārdošanas iespējas. Un tādēļ arī jebkuru investīciju ražošanā veic, pārdzot pēdējās zemākās kārtas produkta pārdošanas iespēju konkrētam ražotāja, un, no beigumā, arī gala produkta patērētāju.

Protams, ka patērētājam ir jābūt tīrās naudas uzkrājumam, lai viņš varētu to izdot par patēriņa precēm, un, līdzīgi – arī ražotājam ir jābūt tīrai naudai, kuru viņš varētu investēt ražošanas faktoros. Kādā veidā patērētājs var iegūt šādu naudu? Kā jau iepriekš bija

skaidrots, viņš to var iegūt kā dāvinājumu vai pārdodot iepriekš saražotās preces, bet pēdējā analizē parādījām, ka viņš to var iegūt arī no paša produktīvā, ražīgā pakalpojuma pārdošanas. Lasītājs pats ar pārbaudīt pārtraukto bultiņu gala rezultātus; tie ir darba un zemes pakalpojumu pārdevēji. Šie strādnieki un zemes īpašnieki izlieto savu naudu ražošanas sistēmas gala produktu nopirkšanai. Tātad kapitālists-ražotājs gūs ienākumus katrā ražošanas procesa pakāpē. Acīmredzams, ka regulēšanas principi nosaka, ka šādi ienākumi pieprasa akurātas investīcijas. Te gan nepieciešams piezīmēt, ka tīrais ienākums kapitālpreču īpašniekam rodas ne vienkārši kapitālpreču lietošanas rezultātā ražošanas procesā, jo arī šīs pašas kapitālpreces ir citu ražošanas faktoru izražotas.

No kurienes ražotājs var iegūt naudu investīcijām? Protams, ka tikai no tā paša avota. No ražošanas procesā gūtajiem ienākumiem indivīds var, līdztekus patēriņa preču pirkšanai, pirkt arī vēl ražošanas faktoros, un ieiet ražošanas procesā kā tādu labumu producentu, kuri nav tikai viņa darba pūļu radīti. Lai iegūtu investīcijām nepieciešamo naudu, katram indivīdam nepieciešams uzkrāt savu naudu, ierobežojot savus patēriņa izdevumus. Vispirms šādi uzkrātā nauda ieiet viņa tīrās naudas bilancē un tad tā tiek investēta ražošanas faktoru pirkšanā, paredzot ar šiem faktoriem saražotos produktus vēlāk pārdot. Ir skaidri saprotams, ka investīcijas var nākt tikai no indivīda uzkrātajiem fondiem, kuri veidojas viņam saprātīgi ierobežojot savus patēriņa izdevumus. Ražotājs ierobežo savus patēriņa izdevumus, uzkrāj savu naudu, un iet biznesā ar savām investīcijām ražošanas faktoros, kas viņam nākotnē nesīs peļņu¹².

Galu galā katrs cilvēks ir spējīgs ietaupīt kādu daļu no savam patēriņam paredzētās naudas un izlemt vai kļūt par kapitāla preču vai patēriņa preču ražotāju un vai uzkrāto naudu investēt nepieciešamajos ražošanas faktoros. Katrs cilvēks savas naudas ienākumus drīkstētu izdot patēriņam vai investēt labumu ražošanā vai ar to papildināt savu skaidrās naudas bilanci. Jebkurā laika periodā indivīda naudas ienākumu kopsummā veido vairāki komponenti, proti: indivīda naudas ienākumu kopsummā = izdevumi patēriņam + izdevumi investīcijām + papildinājums skaidrās naudas bilancē – atskaitījums no skaidrās naudas bilances. (Izdevumus investīcijām varētu definēt kā izdotās naudas kopsummā, kura investēta ražošanas faktoros.)

Iztirzāsim Freda Džona kunga hipotētisku “maksājumu bilances” situāciju 1961. gada novembrī. Pieņemsim, ka viņa ienākumi šajā mēnesī no dažādiem avotiem ir 50 unces. Viņš nolemj patēriņa precēm šajā mēnesī izdot 18 unces; par divām uncēm paaugstināt savu tīrās naudas bilanci; 30 unces investēt biznesā kādu labumu ražošanai. Vajadzētu uzsvērt, ka šis var būt visdažādākais bizness: tērauda ražošanas fabrika, lauku ferma, apavu veikals u.tml.; graudu iepirkšanas uzņēmums, ar mērķi vēlāk tos pārdot par augstāku cenu utt. Visi tie ir ražojoši uzņēmumi, katrā no tiem tiek posmsecīgi ražots labums, līdz kamēr tas kā gala produkts un patēriņa prece nonāk pie sava patērētāja. Tā kā investēšana vienmēr paredz gala produkta – patēriņa preces pārdošanu, investors ir arī antreprenieris, un viņa darbība ir uzņēmējdarbība.

Pieņemsim, ka Džons investē savus ietaupītos fondus papīrfabrikā. Viņa novembra mēneša ienākumi-izdevumi varētu izskatīties šādi:

1961. gada novembris – Freds Džons

<i>Ienākumi</i>	<i>Izdevumi</i>
Zemes pārdošana... .. 20 unces	Uzturam 7 unces
Celtnes pārdošana... .. 30 unces	Apģērbam 4 unces
	Nojumei 4 unces
	Viesībām 3 unces
50 unces	Patēriņa izdevumi. . . 18 unces

	Papīra ražošanas mehānismiem 12 unces Koksnes masai. 10 unces Darba spēkam 8 unces
	Izdevumi investīcijām 30 unces
	Papildinājums skaidrās naudas bilancē 2 unces
	Kopsumma 50 unces

Protams, šī shēma ir kādas varbūtējas situācijas ilustrācija; varētu arī būt daudzas citas ilustrācijas; varētu arī kādu summu atskaitīt no skaidrās naudas, lai veicinātu lielākas investīcijas.

Investīciju izdevumi vienmēr tiek veikti, paredzot nākotnē iespējamo pārdošanu. Antreprenieris pērk faktorus, transformē tos produktā un šo produktu pārdod par naudu. Biznesmenis veic savus izdevumus, cerot uz iespēju šo produktu pārdot par noteiktu cenu kādā noteiktā nākotnes laika periodā. Iedomāsimies, ka Džons investē 30 unces, cerot, ka varēs transformēt savus faktorus noteiktā produkcijā (šai gadījumā papīrā) un tad pārdot to par 40 uncēm līdz 1962. gada novembrim. Ja šis pieņēmums izrādīsies pareizs, viņš šo papīru paredzētajā laika periodā veiksmīgi pārdos par 40 uncēm, un viņa ienākumu kopsumma laika periodā, kas ietver arī 1962. gada novembri, būs “40 unces par pārdoto papīru”.

Investors, pārējām lietām esam vienādām, cenšas iegūt pēc iespējas lielāku tīro ienākumu no savām investīcijām. Ja Džonam pavērsies izdevība investēt 30 unces atšķirīgu iespēju līnijā vai ražošanas procesā, un viņš uzskatīs, ka vienā variantā viņš gūs viena gada laikā 40 unču, otrā – 37 unču, un vēl citā – 34 unču lielu peļņu utt., tad viņš noteikti investēs tajā ražošanas līnijā vai procesā, kas nesis viņam lielāku peļņu. Tomēr pēdējā triju izdevību salīdzinājumā būtiska atšķirība starp antreprenieri un patērētāju pastāv gadījumā, ja antreprenierim nav iespējams veikt eksportu, kas pārsniedz viņa importu. Rīcības cilvēka veiktais imports ir viņa patēriņa labumu pirkšana un tādējādi viņa aktivitātes augstākais galīgais mērķis. Viņa importētais labums ir viņa vajadzību apmierināšanas avots un priekšmets. Biznesmenis ir tikai ražotāju preču importētājs, kuras viņš atbilstīgi definīcijas neizmanto tieši. Viņš – biznesmenis – var iegūt peļņu no šiem labumiem, tikai pārdodot tos vai ar tiem ražotos produktus, un tādējādi viņa imports ir tikai vēlākā viņa eksporta līdzeklis. Tādējādi viņš tiecas iegūt sev lielāku tīro ienākumu, vai, citiem vārdiem, panākt sev lielāku eksporta pārākumu pār savu importu. Jo lielāks ir viņa biznesa ienākums, jo vairāk viņš būs spējīgs izdot par patēriņa precēm, kuras viņš vēlas patērēt.

Skaidrs, ka rīcības cilvēkam, tverot tā rīcību veselumā, nav īpašas vēlēšanās eksportēt vairāk, nekā importēt, bet gan panākt, lai viņam būtu “izdevīga tirdzniecības bilance”. Viņš gan cenšas vairāk eksportēt (nekā importēt) savam biznesam nepieciešamās *ražotāju preces*; un viņš izlieto šo pārākumu, lai izdotu savu naudu par *importa patēriņa precēm*, kas nepieciešamas viņa personiskajām vajadzībām. Viņš var izvēlēties papildināt kopbilanci ar skaidru naudu, vai samazināt to, kad viņš to uzskata par izdevīgu un vēlamu¹³. Piemēram izmantosim Džona kunga situāciju viņa biznesa izveides sākumā. Pēc noteikta laika brīža viņam vajadzēja izlemt atskaitīt no savas tīrās naudas bilances 5 unces. Pat ja viņš uzskatīja par iespējamu atgūt lielāku tīro ienākumu no sava biznesa, un, tādējādi, papildināt savu tīrās naudas bilanci pēc iespējas pilnīgāk no šī avota, kopsummā

viņš tomēr varētu izšķirties par savas skaidrās naudas bilances savešanu kārtībā, par tās nostabilizēšanu.

<i>Ienākumi</i>	<i>Izdevumi</i>
No biznesa 150 unces	Biznesā (?) , par ražošanas faktoriem (par ražotāja labumiem/ precēm) 100 unces
	Par patēriņa precēm <u>55 unces</u>
	155 unces
	Atskaitījums no skaidrās naudas bilances5 unces

7. Ienākumu maksimizēšana un resursu investēšana

Naudas ekonomijas apstākļos, *pārējiem noteikumiem esot vienādiem*, cilvēks mēģinās iegūt pēc iespējas lielākus naudas ienākumus. Proti, ja viņš ir investors, viņš tieksies iegūt no savām investīcijām pēc iespējas lielāku atdevi; ja viņš pārdod savus darba pakalpojumus, arī tad viņš centīsies panākt vislielāko samaksu par savu darbu. Un tad – jo augstāki būs viņa naudas ienākumi, jo vairāk naudas viņš varēs izdot par saviem patēriņa labumiem. Bet, iekams mēs veicam padziļinātu naudas ekonomikas analīzi, ir svarīgi pārliecināties par *ceteris paribus* – resp. par to, vai “visi citi noteikumi (kvalifikācijas, ierobežojumi) paliek nemainīgi”.

Iepriekšējā sadaļā mēs pārliecinājāmies par tādu patiesību, ka jebkurā savā darbībā cilvēks tiecas gūt sev vislielākos panākumus, piem., iegūt sev tādu lietu, kura viņa vērtību skālā ieņem iespējami augstāku rangu. To var arī nosaukt par sava “psihiskā ieņēmuma vai ienākuma maksimizēšanas” mēģinājumu vai – tiekšanos gūt sev “vislielāko iespējamo psihisko ienākumu”. Šī ir praksioloģiska patiesība, un vispārējs cilvēka rīcības likums, un kā tāds tas attiecas uz visu cilvēku jebkuru darbību, un tam nav nekādu ierobežojumu. Izveidotā netiešā apmaiņa vai naudas ekonomija dod iespēju katrai personai iegūt daudz un dažādas patēriņa preces; darbojoties izolēti vai barterapmaiņā tas vispār nebija iespējams vai bija grūti īstenojams nodoms. Patēriņa preces ražoja, pārdeva un pirka par naudas precī un par naudas precī to arī pārdeva. Kā mēs jau skaidrojām otrajā daļā, daži labumi tomēr nav nošķirami no personas un tādēļ tie nevar tikt apmainīti pret kaut ko. Taču tam nav nekāda sakara ar naudu; tos nevar nedz pirkt, nedz pārdot par naudu. Bet šis fakts gan nenozīmē to, ka indivīds apmulst un necienī tos. Daži cilvēki daudzus šādus patēriņa labumus uzskata par ļoti vērtīgiem un ierāda tiem ļoti augstas vietas savās vērtību skalās. Turpretī citi cilvēki šādiem labumiem piešķir visai mazu nozīmi, salīdzinājumā ar tiem, kurus viņi var pirkt apmaiņā. Šādu labumu ranžēšana indivīda vērtību skālā ir pilnā mērā atkarīga no viņa brīvās izvēles. Ir pilnīgs absurds vainot “naudu”, ja dažiem cilvēkiem ir tendence apmaināmus labumus vērtēt augstāk par neapmaināmiem labumiem vai otrādi. Šīs labumu apmaināmības vai neapmaināmības savstarpējās attiecības, kā arī to attiecības pret naudu nav kaut kāds naudas ekonomikai piemītošs būtisks spēks, kas piespiež cilvēku izdarīt šādu izvēli; nauda vienkārši rada cilvēkam neierobežoti plašas iespējas iegūt apmaināmus labumus. Bet tirgus pastāvēšana

ļauj katram indivīdam izvēlēties kā viņš vērtē naudu un tos labumus, kurus viņš par šo naudu var nopirkt, un attiecināt naudu pret citiem tādiem labumiem, kuri ir neapmaināmi.

Lietas būtība ir tāda, ka naudas ekonomikai ir reversīvs efekts. Tā kā saskaņā ar marginālā derīguma likumu jebkura labuma vienības marginālais derīgums pazeminās, ja vienību piedāvājums pieaug, un, savukārt, naudas rašanās sekmēja apmaināmo labumu piedāvājuma ievērojamu palielināšanos, tad ir saprotams, ka šis lielais labumu piedāvājums nodrošina iespējas cilvēkam baudīt neapmaināmus labumus daudz plašākā mērogā, nekā tas būtu bijis iespējams bez naudas ekonomijas apstākļos jeb tiešās labumu apmaiņas apstākļos. *Īstenība ir tāda, ka apmaināmās patēriņa preces ir pieejamas katram indivīdam baudīšanai daudz lielākā pārpilnībā, nekā neapmaināmās preces.*

Ir iespējami vairāki apmaināmo un neapmaināmo labumu ranžēšanas varianti indivīda vērtību skālā. Pieņemsim, ka cilvēkam pieder zemes gabals, uz kura atrodas vēsturisks monuments, kuru viņš estētiskā ziņā vērtē augstu. Iedomāsimies, ka viņš šo savu zemes gabalu piedāvā izsolē par noteiktu naudas summu, zinot, ka šī zemes gabala pircējam ir nodoms sagraut šo monumentu un izmantot to citiem nolūkiem. Pirms pieņemt galīgo lēmumu par šī īpašuma pārdošanu, viņam vispirms jāapsver šī monumenta kā kopveseluma vērtība, salīdzinājumā ar tām patēriņa precēm, kuras viņš varētu iegādāties par šī īpašuma pārdošanas rezultātā iegūto naudas summu. Kādas priekšrocības šajā īpašajā gadījumā ir šādai ranžēšanai vērtību skālā. Acīmredzami, ka patēriņa preču pārpilnība, kas būtu iegūstama, pārdodot šo zemes gabalu, izraisīs viņa priekšstatos (neapmaināmā) estētiskā labuma vērtības kāpinājumu, salīdzinot to ar iespējamo samaksāto naudas summu par zemes gabalu. Pretēji parastajai apsūdzībai, proti, ka naudas ekonomikas izveide veicina cilvēku nevērīgu izturēšanos pret neapmaināmo labumu nozīmīgumu, realitātē tomēr ir tieši otrādi. Nabadzīgie cilvēki daudz labprātāk dod priekšroku apmaiņai, nevis neapmaiņai labumiem; cilvēki, kuriem ir "augsts dzīves standarts" priekšroku dod neapmaiņai labumiem¹⁴.

Šāda veida paraugiem ir liela nozīme cilvēkdarbībā, bet ievērojami mazāka nozīme šī teorētiskā traktāta kontekstā, jo tie galvenokārt ir saistīti ar netiešās apmaiņas tirgus sistēmas analīzi. Šajā naudas apmaiņas pētījumā – praksioģijas apakšnodaļā, kas pazīstama ar nosaukumu *katalaktika* – ir maz ko vēl bilst šīs problēmas sakarā. Citi problēmu varianti no katalaktikas viedokļa ir daudz svarīgāki. Aplūkosim cilvēka situāciju, kuram ir trīs viņa darba pakalpojumu pirkšanas piedāvājumi. Pirmais piedāvājums dos viņam 30 unču lielu naudas ienākumu mēnesī, otrais – 24 unces mēnesī un trešais – 21 unci mēnesī. Tagad mēs atgriezīsimies pie mūsu šīs sadaļas īstās problēmas. Protams, cilvēks pieņems darba piedāvājumu, kas dos viņam 30 unču lielu naudas ienākumu mēnesī, turklāt *pieņemot*, ka visos šajos trijos alternatīvajos darba piedāvājuma gadījumos psihiskais faktors jeb precīzāk – neapmaināmais faktors visos trijos gadījumos ir "vienāds". Ja cilvēks ir indiferents attiecībā pret katra piedāvājuma darba konkrēto saturu, tad neviens cits faktors nenosaka šī cilvēka izvēli kā vien ienākums naudā un vaļa, un, ja viņš vispār strādās, tad viņš izvēlēsies 30 unču lielu ienākumu mēnesī. No otras puses, viņam varētu būt atšķirīga darba gaume un atšķirīgas prasības darba saturam; darbs, kas dotu viņam 30 unču lielu ienākumu mēnesī, varētu būt viņam par grūtu vai pārāk nepatīkams; vai darbs, kas dotu iespēju nopelnīt 24 unces mēnesī, varētu viņam būt tīkams savu darba pienākumu dēļ. Pirmajā daļā mēs jau redzējām, ka cilvēki darbu vērtē ne tikai no naudas daudzuma, ko varētu saņemt kā samaksu, bet arī no darba subjektīvās pievilcības vai – pretēji - nepievilcības dēļ. Darba kā savas konkrētas nodarbošanās novērtējums, ko izsaka indivīds, ir neapmaināms pozitīvs vai negatīvs labums, un kā tāds šis pozitīvais vai negatīvais labums nav nošķirams no indivīda kā šī darba faktiskā veicēja. Šo nenošķiramo labumu varētu apsvērt un zināmā mērā monetāri kompensēt, bet to nav iespējams aizmainīt prom vai

ignorēt. Tā, augstāk minētajā gadījumā, līdztekus paredzētajam naudas ienākumam cilvēkam vienmēr vajadzētu arī apsvērt šos neapmaināmos “patēriņa labumus”, kuri nepieciešamā kārtā vienmēr ir saistīti ar konkrētu darbu novērtējumiem indivīda vērtību skalā. Būtībā indivīdam ir jāapsver divi derīgumu “saišķi”: (a) 30 unču mēnesī derīgums plus tā piepūle, ko viņš uzskata par amorālu nodarbi vai darbību nepatīkamā vidē, pret (b) 24 unču mēnesī derīgums plus patīkama piepūle. Šo izvēli izdara katrs indivīds atbilstīgi savai vērtību skalai; viens cilvēks izvēlēšies 30 unču vērtu darbu, otrs – 24 unču vērtu darbu. No katalaktikas viedokļa svarīgākais fakts ir tas, ka cilvēks vienmēr izvēlas konkrētu saišķi, un to veido ienākums naudā plus pārējie psihiskie faktori, un ka viņš maksimalizēs savus naudas ienākumus tikai tai gadījumā, ja psihiskie faktori būs neitrāli, neatkarīgi no viņa izvēles.

Aplūkosim citu līdzīgu piemēru – par perspektīvo investoru. Pieņemsim, ka indivīds pievērsies savas uzkrātās naudas investēšanas variantu meklējumiem dažādos alternatīvos projektos. Teiksim, viņš varētu investēt 100 unces un perspektīvā gūt tīru peļņu: pirmajā gadījumā – 10 % gadā, otrā gadījumā 8 % gadā un trešajā gadījumā 6 % gadā. Citiem neapmaināmajiem psihiskajiem faktoriem paliekot nemainīgiem, viņš investētu tajā projektlīnijā, kur būtu gaidāms vislielākais naudas ienākums, šoreiz 10% projektlīnijā. Taču uzskatīsim, ka viņam ir liela nepatika pret to produktu, kuru ražos šajā projektlīnijā. Bet izteikti pozitīva attieksme pret to ražošanas procesu un produktu, kur varētu pelnīt 8% gadā. Un te atkal jābilst, ka jebkura iespējamā investīcija ir saistīta ar nenošķiramu pozitīvu vai negatīvu psihisku faktoru. Patika pret viena produkta ražošanu un – otrādi – nepatika pret cita produkta ražošanu, abi ir *neapmaināmie patēriņa labumi*, gan pozitīvi, gan negatīvi, un tie darbīgajai personai jāapsver, pieņemot lēmumu par investēšanu kādā projektā. Bet tā nav vienkārši kaut kāda svēršana, proti, 10% pret 8%, bet gan “10% plus nepatika pret procesu un produktu” pret “8% plus patika pret ražošanas procesu”. Kuru alternatīvu indivīds izvēlēšies, tas ir atkarīgs no viņa vērtību skalas. Antreprenierim jācenšas izvēlēties tādu investēšanas līniju, kur viņš var iegūt maksimālo naudas ienākumu, nodrošinoties, ka citi neapmaināmie faktori jebkuras alternatīvas gadījumā paliek neitrāli. Tāpat jārikojas gan uzņēmumam, gan strādniekam. Lai vai kas – visos gadījumos, protams, katram cilvēkam jātiecas maksimalizēt savus psihiskos ienākumus, saskaņā ar savu vērtību skalu, apmaināmos un neapmaināmos labumus ieskaitot¹⁵.

Izlemjot, kurā projektlīnijā varēs maksimalizēt savus psihiskos ienākumus, cilvēkam jāapsver visi būtiskie faktori, apmaināmos un neapmaināmos faktoros ieskaitot. Apsverot vai strādāt un kādu konkrētu darbu veikt, cilvēkam arī jāapdomā vispārējais gandrīz vienmēr vēlamais patēriņa labums – vaļa. Pieņemsim, ka pamatojoties uz naudas ienākumu un arī uz neapmaināmo vērtību pievilcīgumu, strādnieks (iepriekšējā piemērā) izvēlas strādāt 24 unču vērtu darbu. Tiklīdz kā viņš sāk veikt šo savu darbu, resp. strādāt, tā viņa darba algas marginālais derīgums naudas izteiksmē par katru secīgo nostrādāto laika vienību, kurā viņš pelna (neraugoties vai viņa darba alga būtu 24 unces mēnesī vai ¼ unces stundā utt.), pazemināsies. Līdz ar nopelnītās naudas kopsummas palielināšanos, naudas ienākuma marginālais derīgums pazemināsies, jo nauda ir konkrēts labums. Kamēr nauda ir domāta nemonētārai lietošanai (teiksim ornamentu vietā, kā rotājums) vai izmantošanai skaidrās naudas bilances papildināšanai (sk. turpmāko diskusiju par naudas pieprasījuma komponentēm), naudas krājuma papildinājums sliecas uz naudas marginālā derīguma pazemināšanos, tieši tāpat kā tas notiek ar visiem citiem labumiem. Kamēr nauda domāta patēriņa labumu pirkšanai, patēriņa preces derīgums arī pazemināsies līdz ar jaunu unču ieguvī, resp. citu unču nopelnīšanu. Pirmā unce, kas izdota par patēriņa precī, gandarīs augstākā ranga vajadzību personas vērtību skalā, nākamā izdotā unce – sekojošo zemāka ranga vajadzību utt. (Protams, šis apgalvojums nav patiess attiecībā uz labumiem, kuri ir dārgāki par vienu unci, bet šīs nesaskaņas varētu pārvarēt, palielinot

monetārās vienības lielumu). Tātad – rezumējot – naudas ienākumu marginālais derīgums tiecas pazemināties līdz ar ienākumu pieaugumu.

No otras puses, indivīda darba ieguldījumam pieaugot, iespējamais atpūtas vienību krājums samazinās, un atteikšanās no vaļas jeb – citiem vārdiem – vaļas brīžu neizmantošanas marginālais derīgums palielinās. Kā tas jau bija konstatēts pirmajā sadaļā, indivīds tiecas pūlēties, resp. tērēt savu enerģiju kāda darba veikšanai līdz brīdim, kad viņa darba piepūles rezultātā iegūtais vairs neatsver viņa vaļas marginālo derīgumu atbilstīgi viņa vērtību skalai. Naudas ekonomikas apstākļos indivīda darba veikšanas piepūle mitēties tad, kad viņa naudas papildienākuma marginālais derīgums darba laika vienībā vairs nepārsniegs atteikšanās no vaļas marginālo derīgumu¹⁶.

Un tā -- cilvēks sadala savu laiku starp atpūtu un produktīvu darba piepūli, starp naudas pelnīšanas piepūli un piepūli, kas nepieciešama neapmaināmām lietām utt., saskaņā ar savu psihisko ienākumu maksimalizēšanas principu. Izšķiroties vai strādāt vai atpūsties, indivīds salīdzinoši izsvērs strādāšanas marginālās priekšrocības pret atpūtas marginālajām priekšrocībām.

Tāpat arī jebkuram cilvēkam kā perspektīvam investoram jāapsver ne tikai katras monetārās vai cita veida investīcijas priekšrocības un neizdevības, bet arī to, vai vispār ir vērts investēt. *Katram cilvēkam vajag atvēlēt (assignēt) savus naudas resursus trijiem un tikai trijiem nolūkiem: : patēriņa izdevumiem, izdevumiem investīcijām un savas tīrās naudas bilances papildināšanai.* Pieņemsim, ka augstāk minētajam investoram, ievērojot visus faktoros, viņa 10% projektam ir augstākais derīgums viņa vērtību skālā. Taču viņam tomēr jāizlemj: vai vispār investēt, vai šobrīd pirkt patēriņa preces, vai papildināt savu skaidrās naudas bilanci? Investīciju veikšanas marginālā priekšrocība būtu naudas atguve perspektīvā, kuras apsvērumos ietverts arī neapmaināmo labumu derīgums vai nederīgums. Naudas atguves priekšrocības būtība ir nākotnē iegūt vairāk naudas, kuru tad viņš varētu tērēt sev vajadzīgajām patēriņa precēm. Ja viņam šobrīd ir 100 unces naudas, tad, investējot to uz gadu, gada beigās viņš varētu tērēt par patēriņa precēm 110 unces naudas. No otras puses – kas galvenokārt karo pret investīcijām, kā tas jau bija skaidrots pirmajā sadaļā. Tā ir laika preference, resp. fakts, ka viņš ir atteicies no patērēšanas *tagadnē* – tūdaļ. Ja mēs pieņemam, ka par vienu unci pēc gada varēs nopirkt tik pat daudz labumu, kā pašreiz, tad viena unce pašreiz ir tomēr *daudz* vērtīgāka, nekā viena unce pēc gada, jo *pašreiz baudāmajam konkrētajam labumam* vienmēr tiek dota priekšroka, salīdzinājumā ar to labumu, kuru varēs baudīt kaut kad nākotnē. Tādēļ, izlemjot jautājumu par investēšanu, viņam jāizlīdzsvaro papildienākums, kas būtu iegūstams pēc gada, pret savu vēlmi patērēt tūdaļ vai – kaut kad nākotnē, resp. pēc gada. Viņam jālemj sekojoši: ja es savas 100 unces pašreiz vērtēju augstāk nekā pēc viena gada, vai tad es varu arī vērtēt 100 unces pašreiz augstāk vai zemāk nekā 110 unces pēc viena gada? – Šis jautājums viņam jāizlemj atbilstīgi savai vērtību skalai. Un, līdzīgi, katrs atsevišķais gadījums jāizlemj, attiecinot to pret savas skaidrās naudas bilances papildinājuma marginālo derīgumu (visu šo gadījumu būtība tiks iztirzāta turpmākajās grāmatas sadaļās).

Un tā – cilvēka krājuma katra preču naudas vienība tiek vienmēr atvēlēta kādai no iepriekš minētajām trim kategorijām, atbilstīgi viņa vērtību skalai. Jo vairāk naudas viņš atvēlēs patērēšanai, jo zemāks būs patērēto labumu marginālais derīgums. Katra nākamā izdotā naudas vienība tiks ziedota mazāk nepieciešamam (mazāk neatliekamam) labumam. Un katra nākamā tādā veidā izdotā naudas vienība pazeminās viņa dabūjamo labumu krājumu no viņa investīcijas un pazeminās arī viņa skaidrās naudas bilanci un tādējādi saskaņā ar derīguma likumu izraisīs marginālā derīguma pazemināšanos katrā no šiem naudas izlietojuma variantiem. Viss te teiktais būs pareizs arī jebkurā citā naudas izlietojuma variantā; jo vairāk naudas viņš iztērēs katrā šādā naudas izdošanas variantā,

jo katra šī konkrētā lietojuma marginālais derīgums būs zemāks, bet augstāks būs atteikšanās marginālais derīgums, izlietot naudu citiem nolūkiem. Katram cilvēkam vajadzētu asignēt savus naudas resursus pēc tā paša principa, kā hipotētiskais darbīgs indivīds asignēja savus zirgu krājumus, kas izklāstīts pirmajā šīs grāmatas daļā; katra naudas vienība būtu jāizlieto tā vislietderīgākā gala rezultāta ieguvei, kurs vēl nav iegūts. Tas saskan ar psihiskā ienākuma maksimalizēšanas principu, kas nosaka, ka katrs cilvēks asignēs/ ieguldīs savu naudas krājumu. Katrs cilvēks atbilstīgi savai vērtību skalai spriedīs par katras savas monetārās vienības katra izlietojuma marginālo derīgumu un novērtēs to; gluži tāpat viņš rīkosies ar katru savas naudas izdevumu asignējumiem, kas atklājas viņa maksājumu bilancē.

Tieši tāpat kā investīciju izdevumu vispārējā kategorijā (iedalījumā, klasē) ir ietverti dažādi projekti ar atšķirīgu gaidīto peļņu, tāpat arī patēriņa labumu vispārējā kategorijā ietilpst daudz dažādi patēriņa labumi. No kāda principa cilvēkam jāvadās, asignējot savus naudas izdevumus daudzajām vajadzīgajām patēriņa precēm? Precīzi atbilstīgajam principiem, proti, pirmo savas naudas vienību viņam jāizdod par to labumu, ar kuru viņš var apmierināt savu visaugstāk vērtēto vajadzību, nākamo naudas vienību – par nākamo augstāk vērtēto savu vajadzību utt. No pircēja viedokļa, katra viņa nopirktā konkrētā patēriņa labumu partija pazemina šī labuma marginālo derīgumu, bet turpretī paaugstina visu to citu labumu marginālo derīgumu, kurus viņš atteicās nopirkt vai – kurus viņš tādēļ nenopirka. Bez tam, katram cilvēkam jāasignē savi naudas resursi saviem patēriņa labumiem tā, lai katra naudas vienība tiktu iedalīta tādām labumam, kuram viņa vērtību skālā ir visaugstākais marginālais derīgums. Indivīda vērtībspriedumi par relatīvo marginālo derīgumu determinē viņa naudas izdevumu izkārtojumu. Acīmredzami, mēs drīkstam nelietot vārdkopu “patēriņa labumu kategorijā” tai izpratnē kā iepriekš lietojām, un nonākt pie likuma, kurš nosaka visus cilvēka naudas asignējumus, neatkarīgi no kategorijas.

Turpinot mūsu analīzi, jābilst, ka katram cilvēkam īpašumā vienmēr ir noteikts derīgu labumu krājums, noteikts *resursu* vai *akciju* krājums. Resursi nav tikai *nauda*, bet arī *patēriņa labumi*, *ražošanas labumi* (piemēram, zeme un kapitālpreces), *personiskā enerģija un laiks*. Viņš *katru no tiem* var izvietot saskaņā ar to pašu principu kā asignējām naudu, resp. tā, lai katra vienība tiktu izmantota tur, kur tai ir visaugstākais marginālais derīgums viņa vērtību skālā.

Te mums nepieciešams piezīmēt, ka personas darba pakalpojumu pārdošana ne vienmēr veicama tāpat, kā to dara investējošais uzņēmējs, kurš pērk darba pakalpojumus par naudu un tad cenšas pārdot ar šo darbu saražotos gala produktus. Daudzos gadījumos tas cilvēks, kurš investē, arī pats strādā tieši produkcijas ražošanā. Dažreiz investors tērē savus uzkrātos ražošanas faktoru fondus un nomā citu cilvēku darbu reālo ražošanas operāciju vadīšanai. Citos gadījumos investors tērē savu darba laiku, lai detalizēti vadītu visu ražošanas procesu. Kalpotājs sava darba produktu nevar iegūt un pārdot.

Pēc kādiem principiem var noteikt vai perspektīvajam investoram izlietot savu darbu kā investīciju savā ražotnē, t.i., būt pašnodarbinātajam, vai viņam investēt tikai naudu vai pārdot savu darbu kā kalpotājam? Skaidrs, ka šis princips būs tas pats, proti, vislabākais psihiskais izdevīgums jeb labums, kas gūstams konkrētajā darbībā. Un tā, pieņemsim, ka Džons atrod pēc savas izpratnes vislabāko un visienesīgāko investēšanas projektu, kas saskaņā ar viņa vērtējumu nesīs viņam peļņu – skaidras naudas ienākumu 150 unces nākamā gada laikā, paredzot, ka viņam pašam šajā projektā nebūs jāstrādā, bet viņš nomās citus cilvēkus šī projekta vadīšanai un menedžmentam. Viņš arī vērtē, ka gadījumā, ja viņš projektu vadīs pats, nevis nomāts menedžeris, tad tādā gadījumā šis projekts viņam ienesīs vēl papildus 50 unces peļņas gadā. Tātad, ieskaitot savu pašu darbu, tīrais ienākums no šī projekta būs 200 unces gadā. Šī cena būs vēl augstāka tai

gadījumā, ja viņa vadīšanas darbība būs prasmīgāka, nekā tā cilvēka vadīšanas darbība, kuru viņš aizvieto, un zemāka, ja viņa prasmīgums būs relatīvi zemāks. Šajā gadījumā tīrais ienākums 200 unču apmērā veidojas no 150 unču liela ienākuma, ko dod investīcija, un 50 uncēm, ko dod ienākums par projekta vadīšanu. Viņš savu projektu īsteno tā, lai gūtu lielāku ienākumu. Šis jēdziens “lielāks ienākums”, protams, attieksies uz psihisko ienākumu, bet ja neapmaināmos faktoros uzskatīsim par neitrāliem, tad “lielāks ienākums” attieksies uz lielāku naudas ienākumu. Ja, *ceteris paribus* – pārējiem noteikumiem esot vienādiem, Džons var nopelnīt 60 unces kā nodarbinātais kāda citā investīciju projektā, tad viņam jāveic šis darbs, un sava projekta vadīšanai jānomā kāda cita cilvēka darbs. Šajā gadījumā viņa naudas kopienākums būs šāds: no sava projekta īstenošanas viņš saņems 150 unces, bet pārdodot savus darba pakalpojumus citam ražotājam, viņš saņems 60 unces, pavisam 210 unces. Protams, ja viņš uzskata, ka viņam jākompensē neapmaināmie psihiskie faktori, uzskatot ka ir izdevīgi būt pašnodarbinātajam savā projektā, tad viņš var akceptēt 200 unču lielu ienākumu. No šīs diskusijas ir skaidrs, ka parastais priekšstats par produktīvo strādnieku/ melnstrādnieku, kas tiek attiecināts tikai uz cilvēku, kurš strādā uz lauka vai pie montāžas konveijera, ir pilnīgi maldinošs. Strādnieki ir visi tie cilvēki, kuri iztērē savu darbu produktīvā, ražīgā procesā. Par sava darba iztērēšanu indivīds saņem ienākumus naudā. Šie viņa ienākumi varētu arī atlīdzināt citus viņa psihiskos faktoros. Ja darba pakalpojums tiek pārdots investējošam uzņēmējam, kuram pieder gala produkts, kas ražots ar sadarbīgiem faktoriem, tad tas varētu attiekties uz ļoti plašu profesionālu diapazonu, sākot ar grāvrāciem un beidzot ar kompānijas prezidentu. No otras puses, darba ienākumus varētu iegūt arī investējošais uzņēmējs sevis pašnodarbināšanas rezultātā. Šis strādnieka tips ir gala produkta īpašnieks, un viņa tīrā monetārā peļņa no šī sava produkta pārdošanas ietvers sevī arī viņa darba ienākumus kā arī peļņu no investētās naudas. Jo plašāks un sarežģītāks ir kāds uzņēmums un tā ražošanas process, jo attīstītākām ir jābūt specializētajām menedžmenta prasmēm, un, tādējādi, jo vājāka būs uzņēmēja pašnodarbinātības tendence. Jo mazāks kāds uzņēmums un jo tiešākas ir ražošanas metodes, jo tad, kā likums, iespējamāka ir pašnodarbinātība.

Līdz šim mēs specifiski iztirzājām darba un naudas izkārtošanas principus. Bet patēriņa preces un nepersonālie ražotāja labumi (zeme un kapitālpredces) ir citi cilvēkam piederoši apmaiņami resursi (un tie ir tādi *apmaiņamie* resursi, kas interesē katalaktiku). Cilvēka krājumā esošās patēriņa preces ir ilgspejīgi labumi. Ilgt nespējīgie labumi un serviss izzudīs to patērēšanas procesā. Kā mēs jau redzējām 2. sadaļā, jebkuram labumam var būt tiešās lietošanas vērtība, apmaiņas vērtība un abu iepriekšējo vērtību jauktā vērtība. Katram patēriņa labuma īpašniekam ik brīdi ir jāvērtē, kura no patēriņa labuma vērtībām – apmaiņas vērtība vai lietošanas vērtība ir augstāka. Naudas ekonomikas apstākļos apmaiņas vērtības problēma ir vienkāršojama, jo tā ir apmaiņama pret naudu un tas ir īpaši svarīgi. Augstākais kāda sava labuma tiešās lietošanas derīgums savā vērtību skālā ir jāsalīdzina ar tās naudas summas derīgumu, kuru apmaiņā pret šo labumu viņš varētu iegūt. Pieņemsim, ka Viljama kungam pieder māja; viņš nodomā, ka savu māju viņš varētu pārdot par 200 zelta uncēm. Viņš vērtējoši spriež par mājas tiešās lietošanas vērtības rangu, salīdzinot to ar tās apmaiņas vērtības rangu savā vērtību skālā. Viņam varētu būt trīs savas mājas tiešās lietošanas alternatīvas: (a) paša dzīvošana šajā mājā; (b) vienu daļu laika pašam dzīvot šajā mājā, bet otru laiku daļu savu māju izīrēt savam brālim; (c) kādu laiku daļu dzīvot pašam savā mājā, nedaloties ar savu brāli. Katra no šīm alternatīvām jāapsver, salīdzinot to ar mājas apmaiņas vērtību sekojošā veidā:

Viljama vērtību skala
Ranžējums

1. Tiešā lietošana (a).
2. Labuma apmaiņa pret 200 naudas uncēm.
3. Tiešā lietošana (b).
4. Tiešā lietošana (c).

Šādā alternatīvu ranžējuma gadījumā Viljamam pašam jādzīvo savā mājā un tā nav pārdodama. Šādu viņa lēmumu nosaka tikai viņa vērtību skala; kāds cits varētu noteikt mājas apmaiņas vērtību augstāku par tās lietošanas vērtību un tādēļ pārdot māju par naudu.

Acīmredzot ir pareizi un bez ierobežojumiem – ka jebkura labuma pārdevējs cenšas par saņemt par to pēc iespējas augstāku cenu naudā. Šī apgalvojuma pierādījums ir analogisks tam, kas demonstrēts 2. sadaļā, kur tika parādīts, ka pārdevējs vienmēr tiecas dabūt augstāko cenu, neraugoties uz to, ka šai gadījumā tirgus ir vienkāršots, jo apmaiņa notiek tikai par *naudu*, un tādējādi tā ir *naudas cena*. Un tas ir ļoti svarīgi. *Naudas ienākums, ko cilvēks grib saņemt par kāda labuma pārdošanu, pārdošanas brīdī vienmēr būs vienāds ar labuma vienību daudzuma cenu naudas izteiksmē.* Tā, piemēram, ja viņš pārdod vienu māju par cenu 200 unces naudas izteiksmē, tad viņa kopienākums par šī labuma pārdošanu būs 200 unces. Viņa vēlēšanās pārdot savu māju par visaugstāko cenu, protams, nenozīmē, ka viņš *vienmēr* māju pārdos par šo cenu. Kāda labuma visaugstākā cena naudas izteiksmē varētu tomēr būt zemāka par šī labuma tiešās lietošanas psihisko vērtību tās pašreizējam īpašniekam, kā tas bija gadījumā ar Viljamu. Tomēr ir iespējams, ka gadījumā ja mājas pārdošanas cena naudas izteiksmē paaugstinātos līdz 250 uncēm, tad šīs mājas apmaiņas vērtība varētu tikt ranžēta augstāk par tās tiešās lietošanas vērtību (a), un viņš savu māju pārdotu.

Skaidrs ir tas, ka tai gadījumā, kad patēriņa labuma īpašnieks ir tās oriģinālais ražotājs, tad šīs mājas tiešās lietošanas vērtība viņam vienmēr varētu būt nulle. Specializētajiem ražotājiem, kuri ražo un kuriem pieder viņu ražotā produkcija (piemēram, mājas, televizori, veļas mazgājamās mašīnas u.c.), viņu saražotās produkcijas tiešās lietošanas vērtība praktiski neeksistē. Viņiem vienīgais svarīgais faktors ir šo labumu apmaiņas vērtība. Un tādēļ viņu intereses ir vērstas vienīgi uz naudas ienākumu maksimizēšanu par savu saražoto labumu krājumu un, tāpat, visaugstākās cenas naudas izteiksmē iegūšana par katru labumu, to pārdodot. Neapmaināmie faktori, kuri perspektīvajam investoram vai strādniekam kādā noteiktā ražošanas līnijā varētu sasniegt draudošus apmērus, varētu tomēr būtniecīgi tam ražotājam, kuram jau ir labumu krājums, jo viņš jau ar tiem – neapmaināmiem faktoriem – rēķinājās, t.i. ņēma tos vērā tad, kad viņš veica investēšanu vai strādnieks izvēlējās nodarbošanos. Tāpat, patēriņa labumu ražotājam psihisko ienākumu maksimizēšanas veids ir ieņēmumu iegūšana, pārdodot katru labumu par iespējami augstāku cenu naudas izteiksmē.

Kad īpašniekam jāpārdod sev piederošais labums, vai – kad iznomāt savus pakalpojumus? Skaidrs, ka katrs indivīds īsteno tādu kursu jeb rīcības līniju, kas pēc viņa uzskatiem dos viņam visaugstāko peļņu naudas ienākumu izteiksmē, vai – precīzāk – naudas ienākumu augstāko pašreizējo vērtību.

Bet kā rīkoties *nepersonālo ražošanas labumu* krājuma īpašniekam? Kur un kā viņam asinēt šos labumus, lai no tiem iegūtu visaugstāko psihisko ienākumu? Vispirms skaidrs ir tas, ka, atbilstīgi definīcijai, ražošanas labumi nav patēriņa labumi, un tādēļ tiem nav tādas pašas lietošanas vērtības, kāda ir patēriņa labumiem. (**Sic!**) Bet toties tiem ir ražotāja labumu tiešās lietošanas vērtība, t. i, ražošanas faktoru vērtība, producējot produktus / daļproduktus un transformējot tos patēriņa precēs. Katram esošajam ražošanas faktoru krājumam, vai – katrai šī krājuma vienībai, var būt gan apmaiņas vērtība, gan vērtība, kuru izlieto transformējot to citā produktā, kurš tādējādi būs iegūvis

tādu kvalitāti kā apmaiņas vērtību, vai abas vērtības kopā. Patiesība ir arī tāda, ka no ražošanas labumu īpašnieka viedokļa neapmaināmiem faktoriem irniecīga loma. Tas fakts, ka viņš ir jau investējis un varbūt jau ražo un pārdod labumus, nozīmē tikai to, ka viņš jau rēķinājies ar pozitīvām vai negatīvām psihiskajām vērtībām. Turklāt netiešās apmaiņas ekonomikā notiek tikai ražoto labumu apmaiņa pret naudu. Un tas ir svarīgi, jo tādējādi ļoti maz labumu paliek barterdarījumiem. Un tādēļ ražošanas labumu īpašnieks ir ieinteresēts vērtēt vai labumi dos augstāku ienākumu, apmainot tos tieši pret naudu, vai, transformējot tos ražošanas procesā “zemākas kārtas” produktos, un tad pārdodot šos produktus par naudu.

Kā piemēru izmantosim Robertsona darbības ar ražošanas labumiem. Pieņemsim, ka Robertsons ir investējis un tādējādi ieguvis savā īpašumā šādus faktoros:

- 10 ražošanas labumu X vienības
- 5 ražošanas labumu Y vienības
- 6 ražošanas labumu Z vienības

Balstoties uz savām tehnoloģiskajām zināšanām, viņš saprot, ka var šīs sadarbīgo faktoru X, Y un Z vienības transformēt gala produkta P 10 vienībās. (Dažādās “vienības”, protams, ir dažādu labumu tīri fizikālas “vienības” un tādēļ savstarpēji pilnīgi nesamērojamas/nesalīdzināmas). Viņš izkalkulē, ka pārdodot katru P vienību par 15 uncēm, viņa naudas kopienākums būtu *150 unces*.

No otras puses, viņš uzskata, ka varētu atkal pārdot faktoros tieši par naudu, pašam tos netransformējot produktos P, šādi:

- 10 vienības X @ 9 zelta unces par vienību (X vērtība naudas izteiksmē) naudas ienākums par krājumu X ... 60 unces;
- 5 vienības X @ 6 zelta unces par vienību, naudas ienākums ... 45 unces;
- 6 vienības X @ 4 zelta unces par vienību, naudas ienākums ... 24 unces.

Viņa naudas kopienākums, pārdodot katru krājuma vienību atsevišķi un tieši, ir *129 unces*. Tomēr Robertsonam ir arī jāaprēķina naudas izdevumi par darba pakalpojumiem, palīdzot transformēt faktoros. Brīvās ekonomikas apstākļos viņš nevar iegādāties savā īpašumā nepieciešamo strādnieku daudzumu. Ja viņa izdevumi par strādnieku darbu ir mazāki par 21 unci, tad viņš ir uz miera maksāt viņiem par faktoru transformēšanu produktos un pārdot produktu P par 150 uncēm; bet ja izdevumi par darba spēku būs lielāki par 21 unci, tad viņš maksās viņiem, pārdodot ražošanas labumus par naudu tieši.

Katrā šādā perspektīvā pārdošanas gadījumā īpašnieka interesēs ir, protams, pārdot labumus par iespējami augstāku cenu, tādējādi iegūstot vislielāko naudas ienākumu par katru pārdoto vienību.

Bet tagad iedomāsimies, ka Robertsons atgriežas savā iepriekšējā situācijā, proti, viņa īpašumā atkal ir 10 vienību liels produkta P krājums. Viņš nelolo izredzes atkal ieiet biznesā, ražojot ar labumu P kā ražošanas faktoru kādu citu produktu. Tā ir tikai viena alternatīva – pārdot saražoto produktu par iespējami augstāku cenu. Tomēr situācijā, kad P ir ilgspējīgs labums, viņam vēl aizvien ir izvēles tiesības uzturēt P pārdošanas iespējas, ja vien viņš cer, ka P cena naudas izteiksmē nākotnē paaugstināsies un šī paaugstinājusies cena segs viņa gaidīšanas neizdevīgumu (viņa laika preferenci) un tādēļ viņš uzglabās P tik ilgi, kamēr šo izdevīgo P pārdošanu varēs realizēt.

Ražošanas labumu īpašnieks, vienalga – produkta vai faktora, var tos iznomāt, ja viņš nespēj pārdot visu labumu kopumu. Lai to visu izkārtotu, labumam, protams, vajadzētu būt relatīvi ilgspējīgām. Un te atkal līdzīgi kā gadījumā ar patēriņa labumiem, proti,

īpašnieks izlems vai labumus tieši pārdot vai iznomāt uz noteiktu laiku to lietošanas iespējas. To viņš izlems atbilstīgi saviem vērtējošiem spriedumiem par to, kura no alternatīvām viņam būtu izdevīgāka no augstāka naudas ienākuma ieguves viedokļa (precīzāk – augstākā tagadējā vērtība).

Tādējādi mēs izanalizējam ražošanas labumu vai patēriņa labumu krājuma īpašnieka darbības, mēģinot noteikt situāciju, kurā īpašnieks iegūs sev visaugstāk vērtēto gala iznākumu, t.i., sava psihiskā ienākuma maksimalizēšanas rīcības. No viņa viedokļa neapmaināmie faktori vispār varētu būt nesvarīgi, tā kā viņš tos jau bija diskontējis, pirms veica investēšanu. Ja mēs nepievēršamies ilgspējīgo patēriņa labumu lietošanas vērtībai no paša šo labumu īpašnieka puses, tad viņa vienīgais mērķis varētu būt tikai naudas ienākumu maksimalizēšana, kurus viņš – īpašnieks – gūst, pārdodot labumu krājumu. Tā kā naudas ienākums no kāda labuma pārdošanas ir vienāds ar šī labuma cenu naudas izteiksmē, kas reizināta ar pārdodamo labumu kvantumu (daudzumu, skaitu), tad tas nozīmē, ka pārdevējs tiecas sasniegt sev piederošā krājuma augstāko cenu naudas izteiksmē.

Šobrīd mēs, vismaz īsi, varam sākt atbildēt uz jautājumiem, uz kuriem informācijas trūkuma dēļ nevarējām atbildēt 2.sadalā. Atzīstot par pašsaprotamu dotā krājuma īpašnieka rīcību, tomēr jautājums paliek – kas nosaka konkrēta labumu krājuma *lielumu*? – Izņemot personas enerģiju, acīmredzot *sākotnēji labumam jābūt kaut kā ražotam* (vai arī – sākotnēji tam jābūt atrastam un transformētam tīri dabas dota faktora līmenī). Šo pirmo producēšanu uzņēmās veikt vai nu pašreizējais īpašnieks vai kāds cits pagātnē, no kura tad pašreizējais īpašnieks bija to nopircis apmaiņā vai ieguvis dāvinājuma ceļā. Pēdējā investīcija tika izdarīta ar nodomu, kuru aplūkojām jau iepriekš, proti, cerot nākotnē iegūt no šīs investīcijas peļņu naudas izteiksmē kā kompensāciju par patreizējas patērēšanas upurēšanu un par patērēšanas iespēju gaidīšanu nākotnē. Pirmais investors nogaidīja situāciju, kad viņš būs spējīgs pārdot labumu un gūt naudas ienākumu, kas ir lielāks par to naudas summu, kuru viņš izdeva par produkta ražošanas faktoriem. Piemēra pēc aplūkosim gadījumu ar Robertsonu, kuram pieder P labuma desmit vienības. Kā viņš rīkojās, iegūstot šo krājumu? Investējot naudu produktu ražošanas faktoru iegādei, un tad ražojot ar tiem produktu, cerot par šo produktu saņemt noteiktu skaidras naudas ienākumu, t.i., cerot, ka naudas ienākumi, pārdodot P, varētu būt lielāki pat to naudas summu, kuru viņš investēja dažādos ražošanas faktoros. – Bet kā realitātē varēja parādīties iepriekš aplūkotais ar faktoriem X, Y un Z producētais krājums? – Tādā pašā procesā. Dažādi investori sāk ražošanu ar šiem faktoriem, cerot uz skaidras naudas ienākumu, kuru varēs iegūt no investīcijas (kopienākums naudas izteiksmē no investīcijas ir lielāks nekā naudas kopizdevumi). Pieņemtie lēmumi par investēšanu izskaidro visos laikos un visās komūnās esošo ražošanas labumu, ilgspējīgu labumu krājumu eksistenci. Turklāt, tīro dabas doto faktoru krājumu ieguva īpašnieki vai dažas personas sākotnēji kā atradumus, un tad pirmie pielietoja šos līdz šim vispār nelietotos faktoros ražošanas procesā. Preču naudas krājums, līdzīgi kā patēriņa vai ražošanas labumi, bija to investējošo ražotāju investēšanas lēmumu rezultāts, kuri cerēja, ka viņu naudas ienākums varētu būt lielāks nekā viņu naudas izdevumi. Bet, no otras puses, ikvienas personas enerģijas potenciāls ir tai kā cilvēciscai būtnei dabisks iekšēji piemītošs fenomēns.

Mēs izanalizējam katru apmaināmo resursu tipu, kāds vien kādai personai var būt, un to, kas vada un virza šo resursu izmantošanu, nolūkā maksimalizēt savus psihiskos ienākumus, kā arī to, kādā mērā šāda maksimalizēšana mēģina ietvert sevī arī no resursiem iegūstamo naudas ienākumu maksimalizēšanu. Analizējot naudas ienākumu determinants, kas rodas un pastāv sakarā ar pārdošanu, mēs konstatējam, ka tie ir kvantitātes un cena naudas izteiksmē un arī konstatējam, kā varētu izskaidrot, cik kvantitātes ietilpst “dotajā/noteiktā/ konkrētā krājumā”. Patreiz vēl nav izskaidrota cena

naudas izteiksmē. Visi par to mēs zinām tik daudz, ka jebkura labuma –patēriņa vai ražošanas labuma pārdevējs vēlas to pārdot par *iespējami augstāku cenu naudas izteiksmē*. Šis likums var modificēt īpašnieka vērtību skalā arī neapmaināmos labumus, bet vispār šāda modificēšana varētu būt svarīga tikai sava darba pakalpojumu pārdevējam.

Līdz šim aplūkojām cilvēku kā noteikta labuma asinētāju vai pārdevēju. Bet kas ir labumu *pircejs*? (Un te atsauksimies uz diskusiju šīs sadaļas sākumā). Cilvēks kā pircējs izlieto savu naudu investīciju izdevumiem un izdevumiem par patēriņu. Diskusijā par indivīda patēriņa izdevumiem redzējām, ka viņš par tiem – investīcijām un patēriņu – izlēma, ņemot vērā labuma “vienības vērtību”. Bet, kas nosaka to, kas šī *vienības vērtība* ir? Kas tā unce tāda ir naudas vērtības izteiksmē, ar kuru maksāja par olām, cepurēm, sviestu utt. – To noteica tikai tās *naudas cenas* izteiksmē, ar kuru viņš –pircējs – varēja reāli maksāt par šo labumu. Ja cilvēks spēj pirkt olas, samaksājot 1/10 daļu unces par desmit olām, tad vienas unces vērtība olu nosaukumu izteiksmē 10 olas. Tagad ir redzams, ka cilvēks, kas ir spējīgs pirkt patēriņa preces par naudu, centīsies nopirkt katru konkrēto labumu par *iespējami zemāku cenu*. Cilvēkam, kuram pieder nauda un kurš cenšas nopirkt patēriņa labumus, ir skaidrs, ka, jo zemāku cenu naudas izteiksmē par kādu labumu viņš samaksās, jo *lielāks būs viņa psihiskais ienākums*; un, jo vairāk konkrētu labumu viņš ir spējis nopirkt, jo vairāk pirkšanas darījumu viņš ir veicis par noteikta lieluma naudas summu. Tātad, pircējs, centīsies pazemināt pērkamā labuma cenu naudas izteiksmē.

Pie pārējiem vienādiem noteikumiem, tā cilvēka psihiskais ienākums, kurš pārdod par naudu, ir maksimalizējams, pārdodot labumu par visaugstāko cenu naudas izteiksmē. Cilvēka, kurš pērk labumus par naudu, psihiskais ienākums ir maksimalizējams, nopērkot labumu par viszemāko cenu naudas izteiksmē.

Rezumēsīm šīs sadaļas atziņas. Mēs redzējām kā apmaiņas parastie starplīdzekļi parādās tiešās apmaiņas tirgū; ieskicējām netiešās apmaiņas ekonomikā funkcionējošos apmaiņas modeļus “apmainot pret naudu” un “pārdodot par naudu”; aprakstījām indivīdu naudas ienākumu un naudas izdevumu modeļus; izpētījām jēdziena “psihiskais ienākums” saturu un psihiskā ienākuma maksimalizēšanas jēgu naudas ekonomikā, un to kā šis princips nosaka cilvēku darbību, funkcionējot tiem kā atšķirīgu tipu resursu īpašniekiem, kā arī melnstrādnieku/strādnieku funkcionēšanu, investējot savu darbu. Mēs arī redzējām līdz kādai pakāpei tiekšanās pēc visaugstāk vērtētā gala iznākuma ietver sevī naudas ienākumu maksimalizēšanu dažādos atšķirīgos gadījumos un kādi ir ierobežojumi. Mēs tikko secinājām, ka šāda psihisko ienākumu maksimalizēšana vienmēr noved labumu pārdevēju mēģinājuma panākt sev vislielāko cenu naudas izteiksmē, bet pircēju, turpretī, – panākt sev viszemāko cenu naudas izteiksmē. – Melnstrādniekam zināmā mērā ir cita – izņēmuma situācija, proti, arī viņš tiecas dabūt visaugstāko cenu naudas izteiksmē par savu darba piepūli, jo neapmaināmie labumi ir vienmēr nepieciešamā kārtā saistīti ar viņa darbu; un arī investors cenšas iegūt vislielāko perspektīvo ienākumu no katras ražošanas līnijas, bet viņš tai devis priekšroku pats savu apsvērumu dēļ. Šo izņēmumu pamatā ir likums, proti – “pērc vislētākajā un pārdod visdārgākajā tirgū”. Un šāda rīcība katru indivīdu noved pie viņa visaugstāk vērtēto vajadzību apmierināšanas, neatkarīgi no tā, vai šis indivīds ir patērētājs vai ražotājs.

Lai gan mēs zinām, ka katrs cilvēks tiecas maksimalizēt savus psihiskos ienākumus, un, tādējādi, arī naudas ienākumus, *ceteris paribus*, mēs tomēr nezinām kādi faktori determinē indivīda naudas ienākumu. Mēs zinām, ka neapmaināmās vērtības ir determinētas vienīgi ar katra indivīda vērtību skalu. Bet mēs taču arī zinām, ka, *ceteris paribus*, indivīds pārdos savus darba pakalpojumus vai labumus drīzāk par augstāku, nekā par zemāku cenu naudas izteiksmē, un gūs atbilstošus ienākumus, bet mēs tomēr

pagaidām nezinām, kas veido cenu naudas izteiksmē tādu, kāda tā ir. Kas determinē patēriņa labumu cenu, darba pakalpojumu cenu, kapitāllabumu cenu vai dabas doto faktoru cenu naudas izteiksmē? Kas determinē pilnīgi ilgspējīgu labumu cenas naudas izteiksmē vai—kas determinē “iznomāto” pakalpojumu cenas naudas izteiksmē? Un, ievērojot milzīgo investīciju nozīmīgumu labumu krājumu izveidē, kas tomēr nosaka diferenci starp naudas ienākuma masu no precēm un naudas izdevumiem ražošanai nepieciešamajiem faktoriem? Šīs diferences lielumu nosaka vienīgi ar paredzējumu metodi, prognozējot starpību starp naudas ienākumu no produkta pārdošanas un naudas izdevumiem par faktoriem, kurus sastāda investīcijas un ražošana. Kādas attiecības būtu veidojamas starp šīm atšķirīgajām cenām ?

Visa cilvēku darbība ir cilvēcisko indivīdu rīcība ar nepietiekamajiem resursiem, nolūkā iegūt visaugstāk vērtētās vēl neviena neapgūtās galīgās konkrētās lietas, kas nepieciešamas indivīda vajadzību apmierināšanai, tādējādi maksimalizējot savus psihiskos ienākumus. Mēs redzējām kā rīkojās izolētais indivīds un kā rīkojās indivīds tiešās apmaiņas apstākļos, kaut arī viņu rīcības apjomi bija stingri limitēti. Mēs arī redzējām kā tas daudzkārt lielākos apmēros var notikt naudas ekonomikas apstākļos; redzējām arī to, ka naudas ekonomikas apstākļos psihiskās maksimalizēšanas specifiskās komponentes *ultimatīvajā* jeb pašā beidzamajā gala iznākumā – neapmaināmās vērtības, krājuma labumu daudzumi un cenas naudas izteiksmē – nodrošina visu labumu apmaiņas tirgu. Mēs arī izskaidrojām operācijas ar neapmaināmajām vērtībām, un, ļoti īsi izklāstot, atklājām, kādā veidā tiek noteikts katra labuma kvantums dotajā/noteiktā krājumā. Mēs arī izpētījām tiešās apmaiņas analīzes klasisko problēmu, proti, *cenas determināciju naudas izteiksmē*. Turklāt naudas cenas analīze pārlicinās indivīdus veikt investīcijas, sniegs informāciju par determinantiem, kuri nosaka “diferenci” starp gaidīto naudas ienākumu no labumu pārdošanas un gaidītajiem naudas izdevumiem ražošanas faktoriem. Un kopumā šī analīze rosinās ļaudis investēt labumu krājumu ražošanā.

4. daļa Cenas un patēriņš

1. Naudas cena

Mēs redzējam, cik ļoti liela nozīme ir labuma cenai naudas izteiksmē netiešās apmaiņas ekonomikā. Ražotāja vai strādnieka naudas ienākums, kā arī katra cilvēka kā patērētāja psihiskais ienākums, ir atkarīgs no dažādu labumu cenu attiecībām. Un jautājums ir par to, kas un kā determinē šo cenu savstarpējās attiecības? Šajā pētījumā paplašināti iztīrāsīm gandrīz visas 2.daļā aplūkotās pamattēzes. Tur mēs redzējam, kā tiešās apmaiņas apstākļos viena labuma cena tiek izteikta otra labuma nosaukumos. Neraugoties uz to, ka tiešās apmaiņas pielietojamība ir ļoti ierobežota, mēs tomēr tās analīzei veltījām lielu uzmanību, un tādēļ, ka tiešās apmaiņas analīzes pamatatzinumi ir izmantojami arī netiešās apmaiņas analīzē.

Bartera apmaiņas sabiedrībā tirgus funkcionēja (pieņemot, ka šī sistēma vispār bija spējīga darboties) kā viena labuma apmaiņa pret jebkuru citu labumu, un šajā apmaiņas procesā veidojās preču tirgus cenas. Bet līdz ar naudas ekonomikas veidošanos, barterveida tirgus nepieciešamā kārtā ievērojami pārveidojies un vienkāršojies. Liels labumu skaits tiek apmainīts pret naudas precī un naudas prece pret daudzveidīgiem labumiem. Jebkurā vienkāršā tirgū (izņemot izolētu barteru) naudas prece funkcionē kā viens no diviem tirgus elementiem.

Pret naudu veic šāda tipa apmaiņas (izņemot aizdevumus un prasības, kas tiks skaidrotas vēlāk):

Vecie patēriņa labumi	pret naudu
Vecie patēriņa labumi	pret naudu
Jaunie patēriņa labumi un pakalpojumi	pret naudu
Kapitālpreces	pret naudu
Darba pakalpojumu	pret naudu
Zemes faktori	pret naudu

Katru ilgstspējīga labuma vienību varētu apmainīt *in toto* vai iznomāt to pakalpojumiem uz noteiktu laika periodu.

Tagad atcerēsimies no 2.daļas, ka divu labumu savstarpējas apmaiņas gadījumā pirmā labuma cena, kas izteikta ar otra labuma nosaukumu, ir vienāda ar otrā labuma daudzuma dalījumu ar pirmā labuma daudzumu. Ja, piemēram, konkrētā apmaiņas notikumā, proti, kad 150 bareli zivju tiek apmainīti pret 3 zirgiem, tad viena zirga cena zivju nosaukuma izteiksmē, ir “zirga cena zivīs”, t.i., 50 bareli zivju par zirgu. Tagad iedomāsimies, ka

tirgus ekonomikā, 3 zirgus apmaina pret 15 zelta uncēm (nauda). *Zirga naudas cena jeb zirga cena naudas izteiksmē* šajā apmaiņas notikumā ir 5 unces par zirgu. Labuma apmaiņas naudas cena ir zelta daudzuma vienību dalījums ar labuma vienību skaitu, kas viegli izsakāms skaitliskā proporcijā.

Lai ilustrētu, kā naudas cenas izrēķināmas labumu apmaiņā, iedomāsimies, ka notikušas šādas konkrētas apmaiņas:

15 zelta unces par 3 zirgiem
 5 zelta unces par 100 bareliem zivju
 1/8 zelta unces par 2 dučiem olu
 24 zelta unces par kāda X cilvēka 3 darba stundām

Šo apmaiņu naudas cenas ir šādas:

$$\frac{15 \text{ unces}}{3 \text{ zirgi}} = \frac{5 \text{ unces}}{1 \text{ zirgs}}$$

$$\frac{15 \text{ unces}}{100 \text{ bareli zivju}} = \frac{1 \text{ unce}}{20 \text{ bareli zivju}} = \frac{1/20 \text{ unces}}{1 \text{ barels zivju}}$$

$$\frac{1/8 \text{ unces}}{2 \text{ duči olu}} = \frac{1/16 \text{ unces}}{1 \text{ ducis olu}}$$

$$\frac{24 \text{ unces}}{8 \text{ h darbs}} = \frac{3 \text{ unces}}{1 \text{ h darbs}}$$

Katras līnijas pēdējā proporcija izsaka katras apmaiņas labuma vienības naudas cenu.

No šīm proporcijām ir redzams, ka, lietojot naudu visās apmaiņās, naudas cena kļūst par visu proporciju *kopsaucēju*. Tā, izmantojot augstākminētās cenas, katrs pats var izrēķināt, ka, ja 1 zirgu maina pret 5 uncēm, 1 barelu zivju pret 1/20 unces, tad vienu zirgu netieši apmaina pret 100 bareliem zivju vai pret 80 dučiem olu vai pret viena cilvēka 5/3 darba stundas utt. Jebkuru labumu neskaitāmi daudzās izolētās savstarpējās apmaiņas, arī labumu apmaiņas pret naudu, kā arī labumu savstarpējās apmaiņas proporcijas ir viegli izsakāmas naudas cenu savstarpējās proporcijās. Te nepieciešams uzsvērt, ka iepriekš minētās labumu apmaiņas proporcijas ir hipotētiskas, un vispār tās var tikt izteiktas naudas cenu proporcijās. Un tikai pateicoties naudai, mēs varam hipotētiski novērtēt “barterdarījuma proporcijas”. Tikai izmantojot naudu kā apmaiņas starplīdzekli, galu galā varētu apmainīt vienu labumu pret citu labumu to hipotētiskā proporcijā¹. Daudzi autori kļūdās uzskatot, ka nauda varētu būt kaut kādā veidā abstrahēta, resp. nošķirta no naudas cenu veidošanās procesa, un ka analīze spēj precīzi raksturot kādas lietas “it kā” apmaiņas faktisko norisi barterdarījuma ceļā. Ievērojot naudas un naudas cenas pielietojamības plašumu labumu apmaiņā, nav iespējams abstrahēties no naudas, analizējot cenu veidošanos netiešās apmaiņas ekonomikā.

Līdzīgi kā tiešajā apmaiņā, arī tirgus tiecas *izveidot katram labumam vienu cenu*. Pamatlikums, kā jau konstatējām, ir tāds, ka katrs pārdevējs tiecas pārdot savu preci par iespējami augstāku naudas cenu, bet katrs pārdevējs, savukārt, tiecas maksāt par preci iespējami zemāku naudas cenu. Noteiktā laika periodā pircēju un pārdevēju darbību rezultātā vienmēr un ātri izveidojas viena tirgus cena. Ja tirgū valdošā cena par 100 bareliem zivju ir, piemēram, 5 unces, tad tas nozīmēs, ka, gadījumā, ja pārdevēji un pircēji uzskatīs, ka viņi var pārdot un pirkt zivis par šādu cenu, tad viņi zivis tirgos maksājot/ saņemot 5 unces par 100 bareliem zivju, un neviens pircējs nemaksās 6 unces

un neviens pārdevējs nepiekritīs saņemt tikai 4 unces. Šāda veida rīcība tirgū tiks īstenota ar visiem labumiem un atbilstīgi pilnīgi attīstītas tirgus sabiedrības likumam, kas nosaka, ka noteiktā laika periodā jebkurš homogēns labums ir pārdodams un pērkams par vienu noteiktu naudas cenu.

Kas tie ir par spēkiem, kuri nosaka no kura punkta vajadzētu sākt veidoties katra labuma vienotai naudas cenai? Tas jau bija izskaidrots 2.daļā, proti, šāds naudas cenu determinants ir indivīda vērtību skala, kura izpaužas pieprasījuma un piedāvājuma sarakstos.

Mums jāatceras, ka, risinot tiešās apmaiņas problēmas un nosakot “zivju cenu zirgos”, vienlaicīgi tika arī noteikta “zirgu cena zivīs” jeb zirgu cena zivju nosaukumu izteiksmē. Bet kas ir apmaiņa naudas ekonomikā labumu cena naudas izteiksmē un kā to nosaka?

Atgriezīsimies pie iepriekš aplūkotajiem tipiskajiem apmaiņas gadījumiem. Šajā apmaiņā tika izveidotas tirgus naudas cenas četriem atšķirīgiem labumiem. Tagad apvērsīsim šo apmaiņas procesu, dalot apmaināmo labumu kvantumus ar naudas kvantumiem, un iegūsim šādas proporcijas:

$$\begin{array}{cccc} 1/5 \text{ zirga} & 20 \text{ bareli zivju} & 16 \text{ duči olu} & 1/3 \text{ h darba} \\ \text{-----}; & \text{-----}; & \text{-----}; & \text{-----} \\ 1 \text{ unce} & 1 \text{ unce} & 1 \text{ unce} & 1 \text{ unce} \end{array}$$

Šis matemātisko attiecību veids -- rinda var tikt turpināta un, tādējādi, attiecināta uz jebkura skaita konkrētu labumu un naudas attiecībām. *Jebkura labuma naudas cenas apgriezta attiecība izsaka labuma cenu naudas izteiksmē* un šī formula attiecas uz katru atsevišķu labumu. Nauda, zināmā mērā, ir vienīgais labums, kurš paliek tādās pašās situatīvās attiecībās, kādas tās bija katram labumam barterdarījuma režīmā. Barterdarījumos katram labumam bija tikai sava tirgus noteiktā cena, kas izteikta *jebkura cita labuma* nosaukumā: zivju cena olu nosaukumos, zirga cena citu kustoņu nosaukumos utt. Naudas ekonomikā jebkuram labumam izņemot naudu ir viena tirgus cena konkrētas naudas nosaukumu izteiksmē. No otras puses, nauda tomēr vienmēr ir bezgalīga rinda dažādu labumu cenas, kuras veido konkrētu labumu cenas naudas izteiksmē. Visa cenu rinda, tverta kā cenu kopums, dod mums vispārēju priekšstatu par labumu cenām naudas izteiksmē. Ja mēs aplūkojam visu labumu cenu rindu, tad no tās mēs uzzinām, ko var nopirkt par vienu unci naudas, izsakot šo pirkumu konkrētā vēlamā labuma nosaukumā. Tas nozīmē, ka mēs uzzinām, kas tā tāda naudas unces vērtība varētu būt.

Alternatīvi mēs varam teikt, ka jebkura labuma naudas cena atklāj, kāda varētu būt tās pirktspēja tirgū. Iedomāsimies, ka cilvēkam pieder 200 bareli zivju. Viņš vērtē, ka tirgus noteiktā zivju cena ir 6 unces par 100 bareliem zivju un, ka viņš tādējādi varētu pārdot savus 200 barelus zivju par 12 uncēm. Tātad 100 barelu zivju pirktspēja tirgū ir 6 naudas unces. Līdzīgi spriežot, zirga pirktspēja tirgū varētu būt 5 unces utt. *Jebkura labumu krājuma pirktspēja ir vienāda ar to naudas summu, par kuru šo labumu krājumu tirgū var nopirkt*, un tā ir precīzi noteikta naudas cenu, kuru par šo labumu var saņemt. Lietas būtība ir tāda, ka *jebkura labuma kvantuma vienības pirktspēja ir vienāda ar tās naudas cenu*. Ja viena duča olu (ko uzskatām par vienību) naudas cena tirgū ir 1/8 zelta unces, tad viena duča olu pirktspēja ir vienāda ar 1/8 daļu unces. Un, līdzīgi, zirga pirktspēja iepriekšējā piemērā ir bija 5 unces; cilvēka vienas darba stundas pirktspēja bija 3 unces utt.

Attiecībā uz jebkuru labumu, izņemot naudu, var teikt, ka katras labuma vienības pirktspēja ir identiska ar naudas cenu, kuru tirgū par šo vienību var saņemt. Bet *kas ir monetārās vienības pirktspēja?* Acīmredzot, vienas zelta unces pirktspēja ir nosakāma vienīgi attiecībā pret visiem labumiem, kuri par unci ir nopērkami. Noteiktā sabiedrībā monetārās vienības pirktspēja pastāv atsevišķo labumu cenu virknes formā, ko izsaka

labumu vienību nosaukumos². Šī monetārās vienības pirktspēja pastāv kā ļoti liela skaita dažādu tipu labumu cenu rinda: 1/5 unces par zirgu; 20 bareli zivju par unci; 16 duči olu par unci utt.

Ir redzams, ka naudas prece un pirktspējas determinanti ievieš komplikācijas pieprasījumu un piedāvājumu sarakstā (sk. 2.daļu) un šī problēma jāatrisina; bet tā nevar būt vienkāršs pieprasījumu un piedāvājuma saraksta dublikāts, jo pieprasījuma un piedāvājuma situācija par naudu ir unikāla. Pirms izpētīt naudas cenu un tās determinantus, mums vispirms jāveic garš apkārtceļš, izpētot kā ekonomikā tiek noteikta naudas cena attiecībā pret visām citām precēm.

2.Naudas cenu noteikšana

Vispirms aplūkosim tipisku preci un izanalizēsim kā tirgū tiek noteikta tās naudas cena. (Taču šai sakarā lasītājam jāatgriežas pie cenu detalizētākas analīzes, kas tika veikta 2. daļā). Izpētīsim kāda homogēna labuma apmaiņu pret naudu.

Naudas cena tiek noteikta ar indivīda darbībām, kuras viņš veic saskaņā ar savu vērtību skalu. Piemēram, tipiska pircēja (piemēram A) vērtību skala varētu būt ranžēta šādā veidā:

- 7 zelta grāni
- 1.(pirmā) mārciņa sviesta)
- 6 zelta grāni
- 6 zelta grāni
- 5 zelta grāni
- 2. (otrā) mārciņa sviesta
- 4 zelta grāni
- 3 zelta grāni
- (3. (trešā) mārciņa sviesta
- 2 zelta grāni

Apaļajās iekaviņās ieliktais kvantitātes (lielumi) pagaidām personai nepieder, bet viņa apsver iespēju ar tām papildināt savu īpašumu; visas pārējās kvantitātes jau pieder šai personai. Šajā gadījumā pircēja *maksimālā pirkšanas naudas cena* ir 6 grāni zelta par pirmo sviesta mārciņu. Par jebkuru sviesta tirgus cenu, kas ir vienāda vai mazāka par 6 zelta grāniem, viņš savus 6 zelta grānu apmainīs pret sviestu. Bet par cenu kas ir vienāda ar 7 zelta grāniem vai lielāka par 7 zelta grāniem viņš pirkšanas darījumu neveic. Viņa *maksimālā otrās sviesta mārciņas pirkšanas cena* varētu būt daudz zemāka. Šāds rezultāts ir vienmēr pareizs un izriet no derīguma likuma; katras sviesta papildmārciņas *marginālais derīgums*, kuru viņš iegūst savā īpašumā, pazeminās. No otras puses, līdz ar katru viņa izdoto zelta grānu, katra tā grāna *marginālais derīgums*, kas viņam vēl paliek, paaugstinās. Nopirkto labumu daudzumam palielinoties, abi šie spēki piespiež pazemināt katras papildvienības pirkšanas *maksimālo cenu*³. Izejot no šādas vērtību skalas, mēs varam kompilēt šī pircēja pieprasījuma sarakstu, ar katra labuma daudzumu, ko viņš tirgū tērēs par katru hipotētisko naudas cenu. Mēs varam izveidot pieprasījuma līkni, ja vēlamies redzēt šo pieprasījumu grafiskā formā. Pircēja individuālais pieprasījuma saraksts, kas tika iztirzāts iepriekš, ir skatāms 6.tabulā.

6. TABULA

TIRGUS jeb PĀRDOŠANAS CENA	PIEPRASĪTAIS DAUDZUMS (PIRKŠANAI)
Zelta grāni par marciņu sviesta	Sviesta mārciņas
8.....0
7..... 0
6.....1
5.....1
4.....2
3.....2
2.....3
1.....3

Pamatojoties uz derīguma likumu mēs piezīmējam, ka individuālajai pieprasījuma līknei jābūt vai nu vertikālai, ja hipotētiskā cena pazeminās, vai noliekta pa labi, (t.i. pieprasītais daudzums var būt vai nu tas pats vai lielāks, ja naudas cena pazeminās), bet ne noliekta pa kreisi (jo mazāki kvantumi netiek pieprasīti).

Tā kā 6.tabulā skatāma jebkura pircēja pieprasījumu saraksta konfigurācija jeb vispārīgā formā, tad ir saprotams, ka situācijā kad pircēju būs vairāk par vienu, viņu tirgus darbības ievērojami *pastiprināsies*. Ir iespējamas tikai divas atšķirīgu cilvēku vērtību skalas klasifikācijas: vai nu tās visas ir identiskas, vai – atšķirīgas. Pilnīgi neiespējams ir tāds gadījums, ka viena indivīda vērtību skala ir identiska kāda cita indivīda vērtību skalai. Un tā tas ir tādēļ, ka vērtējumi, ko veic cilvēciskas būtnes, ir neierobežoti dažādi. Ja tomēr divu pircēju vērtību skalas būtu identiskas, tad arī viņu individuālo pieprasījumu saraksti būtu identiski. Tad pircēju B,C,D individuālie pieprasījumu saraksti būtu identiski ar A pieprasījuma sarakstu. Ja pircēju individuālie pieprasījumu saraksti būtu identiski, tad tirgus pieprasījuma līkņu kopuma forma arī būtu identiska ar pircēja A pieprasījuma līkni, lai gan, protams, pieprasījumu kvantumi – B, C, D no vienas puses un A – no otras puses – būtu ievērojami atšķirīgi. Protams, pircēju vērtību skalas drīzāk vienmēr ir atšķirīgas, un tas tad arī nozīmē to, ka viņu katras sviesta mārciņas pirkšanas maksimālās cenas arī būs atšķirīgas. Un tad rezultāts ir tāds, ka pārdošanas cenai pazeminoties, arvien vairāk un vairāk atšķirīgas pircēju grupas iesaistās tirgū. Rezultātā ļoti pastiprinās tirgus pieprasījuma līknes noliekums pa labi.

Kā piemēru ilustrācijai, kā tirgus pieprasījuma sarakstu veidošanu ietekmē individuālās vērtību skalas, izmantosim jau iepriekš aprakstītā pircēja A darbību un viņa vērtību skalu, pieņemot, ka divu citu pircēju – B un C – vērtību skalas ir šādas:

<i>Pircējs B</i>		<i>Pircējs C</i>
- 6 grāni	- 5 grāni	
- 1-mā lb. sviesta	- 4 grāni	
- 5 grāni	- 1-mā lb. sviesta	
- 2-rā lb. sviesta	- 3 grāni	
- 4 grāni	- 2-rā lb. sviesta	
- 3 grāni	- 3-šā lb. sviesta	
- 2 grāni	- 2 grāni	
- 3-šā lb. sviesta	- 4-tā lb. sviesta	
- 4-tā lb. sviesta	- 5-tā lb. sviesta	
- 1 grāns	- 1 grāns	

Pamatojoties uz šīm vērtību skalām, varam sastādīt viņu individuālos pieprasījuma sarakstus (7.tabula).

7.TABULA

Pircējs B		Pircējs C	
Cena grāni/lb	Pieprasītie daudzumi lbs. sviests	Cena grāni/lb	Pieprasītie daudzumi lbs. sviests
7	0	5.....	0
6	0	4	0
5	1	3	1
4	2	2	3
3	2	1	5
2	2		
1	4		

Mēs piezīmējam, ka nevienam no šiem individuālajiem atšķirīgajiem sarakstu modeļiem, hipotētiskajai cenai pazeminoties, nekad nevarētu būt pa kreisi nolikts grafiks.

Tagad mēs varam summēt A, B un C individuālos pieprasījuma sarakstus *tirgus pieprasījuma sarakstā*. Tirgus pieprasījuma saraksts rāda labumu kopējo daudzumu, ko visi pircēji kopā tirgū vēlētos nopirkt par konkrētā laika periodā noteikto cenu. Pircēju A, B un C tirgus pieprasījumu saraksts skatāms 8.tabulā.

8.TABULA

TIRGUS KOPPIEPRASĪJUMA SARAKSTS	
Cena	Pieprasītais kvantums
8	0
7	0
6	1
5	2
4	4
3	5
2	8
1	12

33.zīmējumā šis saraksts (8.tabula) un tā papildinājums, kas veido tirgus pieprasījuma sarakstu, attēlots grafiski.

Tirgus piedāvājuma saraksta veidošanas principi ir līdzīgi, lai gan vērtību skalas veidošanās kauzālie spēki ir atšķirīgi⁴. Katrs piedāvātājs ranžē savā vērtību skalā katru pārdodamo vienību un arī apmaiņā ieņemamo naudas daudzumu. Pārdevēja X vērtību skala varētu izskatīties šāda:

Pārdevējs X

--(7 grāni)

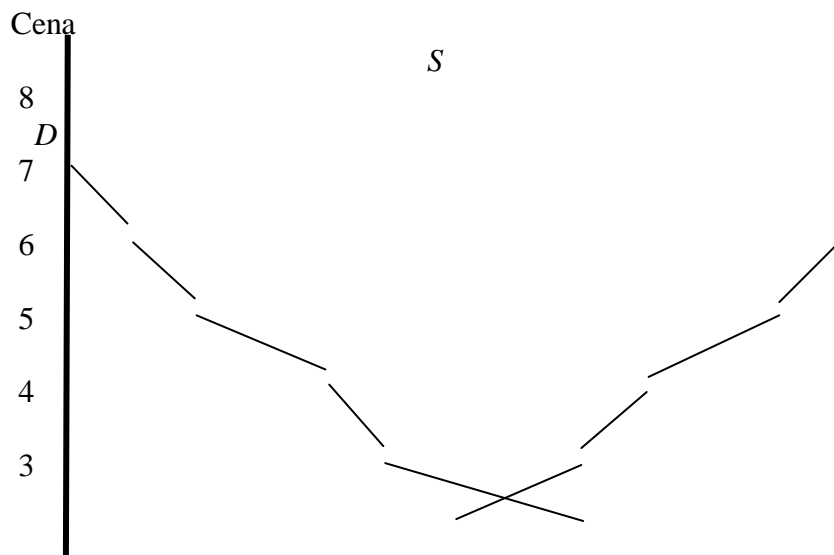
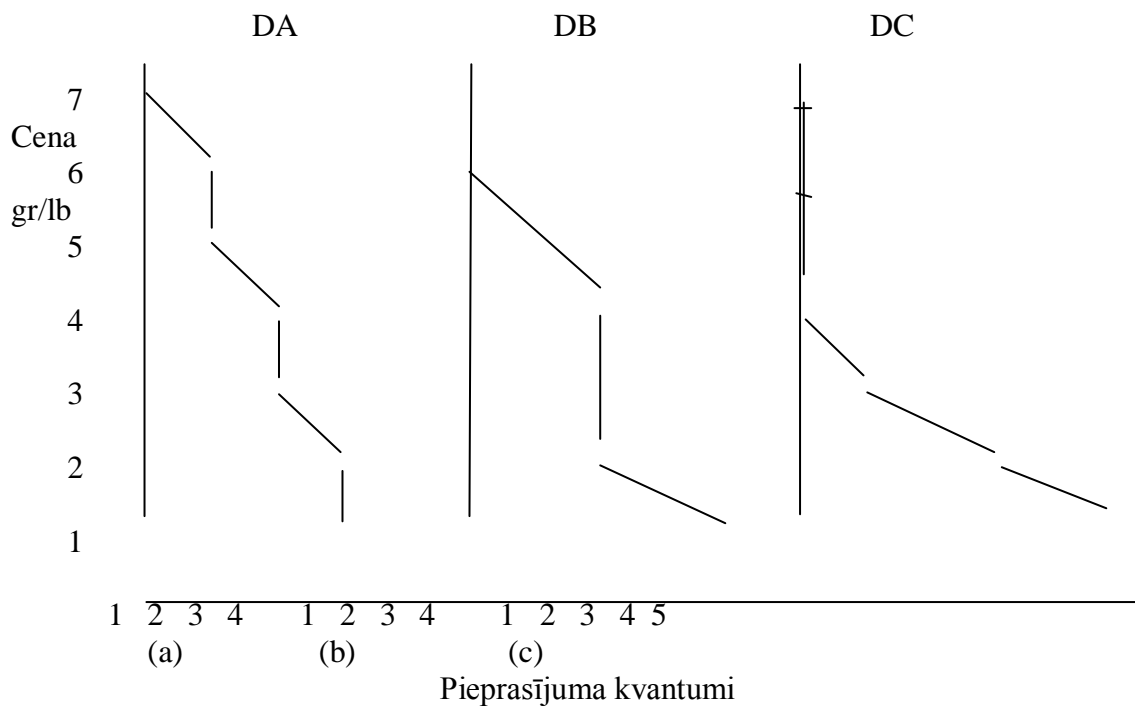
--(6 grāni)

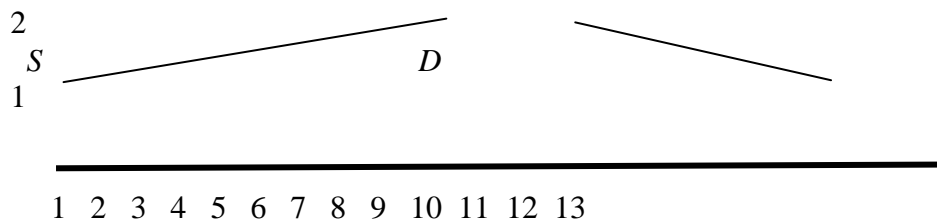
--6-tā lb. sviesta

--(5 grāni)

- 5-tā lb. sviesta
- 4-tā lb. Sviesta
- (4 grāni)
- 3-tā lb. sviesta
- (3 grāni)
- 2-tā lb. sviesta
- 1-mā lb. sviesta
- (2 grāni)
- (1 grāni)

Ja sviesta tirgus cena kļūst 2 zelta grāni, šis pārdevējs vairs to nepārdod, un pat tad, ja viņa sviesta krājuma pirmā mārčiņa sasniegtu 2 grānu cenu viņa vērtību skalā. Par 3 grāniem viņš pārdod divas mārčiņas sviesta, katra no tām tiek vērtēta zemāk par 3 grāniem. Par cenu 4 grāni viņš pārdod trīs mārčiņas sviesta utt.





Pieprasījuma kvantumi

Tirgus pieprasījums = (DA + DB + DC)

Krājums = (x + y)

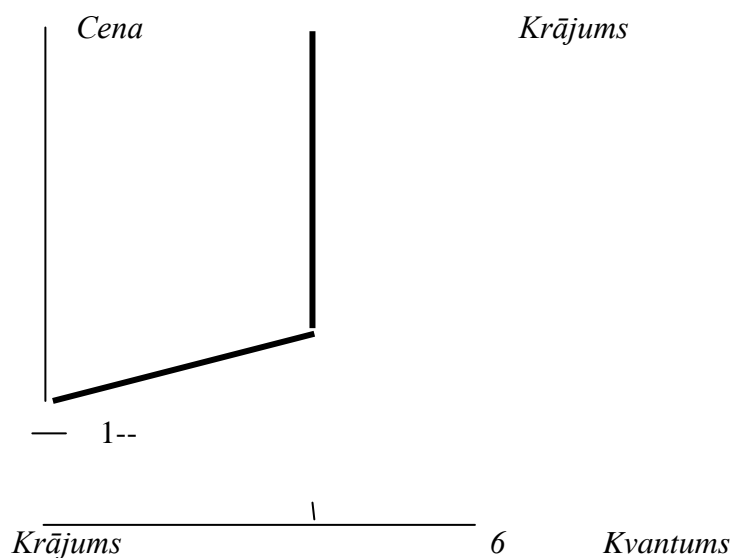
33.zīm. TIRGUS PIEPRASĪJUMA UN TIRGUS PIEDAVĀJUMA PAPIDINĀJUMA REZULTĀTI

Acīmredzams, ka hipotētiskajai cenai pazeminoties, individuālā piedāvājuma līkne varētu būt vai nu vertikāla vai noliekta pa kreisi, t.i., cenas pazemināšanai jānovēd vai nu pie piedāvājuma pazemināšanas, vai saglabāšanas, bet nekad pie piedāvājuma palielinājuma. Teiktais ir ekvivalents apgalvojumam, ka hipotētiskajai cenai paaugstinoties, piedāvājuma līkne ir vai nu vertikāla vai noliekta pa labi. Un atkal jāsaprot, ka cēloni pamato derīguma likums; līdz ar sava krājuma labumu pakāpenisku pārdošanu, atlikušā krājuma marginālais derīgums no pārdevēja viedokļa paaugstinās, jo pārdevēja saņemtās naudas marginālais derīgums tiecas pazemināties. Protams, ja krājuma marginālais derīgums no tā piedāvātāja viedokļa ir niecīgs vai vienāds ar nulli un turklāt viņa pakāpeniski saņemtās naudas marginālais derīgums kritīs visai lēni, šis likums neietekmēs viņa piedāvāto kvantumu visā viņa tirgošanās darbības laikā un lokā, un tādēļ arī piedāvājuma līkne varētu būt vertikāla gandrīz visā viņa tirgošanās darbību laikā. To ievērojot, pārdevēja Y vērtību skala varētu būt šāda

Pārdevējs Y

- (6 grāni)
- (5 grāni)
- (4 grāni)
- (3 grāni)
- (2 grāni)
- 6-tā lb sviesta
- 5-tā lb sviesta
- 4-tā lb sviesta
- 3-tā lb sviesta
- 2-rā lb sviesta
- 1-mā lb sviesta
- (1 grāns)

Šis pārdevējs labprāt pārdotu katru sava krājuma vienību par cenu kas augstāka par minimālo cenu, proti, kas augstāka par 1 grānu. Viņa piedāvājuma līkne attēlota 34.zīmējumā.



34.zīm. PĀRDEVĒJA Y PIEDĀVĀJUMA GRAFIKS

Pārdevēja X situācijā viņa pārdošanas minimālā cena ir 3 gani par pirmo un otro mārciņu sviesta, 4 grāni par trešo mārciņu sviesta, 5 grāni – par ceturto un piekto un 6 grāni par sesto mārciņu sviesta. Bet pārdevēja Y minimālā pārdošanas cena par pirmo mārciņu sviesta un par katru nākamo mārciņu sviesta ir 1 grāns. Un tad nekādā gadījumā piedāvājuma grafiks nevarētu būt noliekts pa labi, cenai pazeminoties; un nekādā gadījumā cenas pazemināšanās nevar novest pie vairāku vienību piedāvāšanas.

Izskaidrošanas nolūkā pieņemsim, ka tirgū ir tikai divi sviesta piedāvātāji – X un Y. Un viņu vērtību skalas ir iepriekšējās. Tad viņu individuālais un kopējais tirgus piedāvājuma saraksts varētu būt tāds, kā attēlots 9.tabulā.

9. tabula

PIEDĀVĀTIE KVANTUMI			
Cena	X	Y	Koppiedāvājums tirgū
8.....	6	6	12
...	6	6	12
7.....	6	6	12
...	5	6	11
6.....	3	6	9
...	2	6	8
5.....	0	6	6
...	0	0	0
4.....			
...			
3.....			
...			
2.....			
...			

1.....			
...			

9. Tabulas tirgus piedāvājuma līkne ir attēlota 33. zīmējumā.

Mēs atzīmējam, ka tirgus piedāvājuma un tirgus pieprasījuma līkņu krustpunkts rāda cenu, pie kuras piedāvātais kvantums ir vienāds ar pieprasīto kvantumu. Šajā gadījumā šis krustpunkts *atrodas starp* divām cenām. Šāda krustpunkta vieta diagrammā radusies vienības *dalāmības* trūkuma rezultātā. Grāna kā vienības nedalāmība nav starpcenu ieviešanas nosacījums. Un tādēļ *tirgus līdzsvara cena* būs *vai nu 2 vai 3 grāni*. Tā būs labākā noapaļotā cena, lai izveidotu *precīzi skaidras tirgus attiecības*. Viena no šīm cenām – 2 vai 3 grāni – varētu apmierināt piedāvātājus un pieprasītājus. Tomēr pieņemsim, ka monetārā vienība ir dalāma mazākās vienībās, un tad līdzsvara cenu ir, teiksim, 2,5 grāni. Šādu pieņēmumu neveicam problēmas vienkāršošanas nolūkā. Tas ir reāli pamatots, jo viena no preču naudas svarīgākajām īpašībām ir iespēja to precīzi dalīt mazākās vienībās, kuras tad varētu tirgū apmainīt. Monetāro vienību dalāmība ļauj mums turpināt piedāvājuma un pieprasījuma sarakstu analīzi starp šiem diviem līdzsvara cenu punktiem – 2 un 3 grāniem. Tirgus monetārā cena tieksies sasniegt līdzsvara cenu, šajā gadījumā 2,5 grāni. Pie augstākas cenas piesolītais kvantums piedāvājumā būs lielāks par pieprasīto kvantumu; rezultātā daļa piedāvāto labumu nevarētu tikt pārdota un pārdevēji nolaidīs cenu, lai savu krājumu pārdotu. Tā kā tirgū var pastāvēt tikai viena cena un pircēji vienmēr tiecas pēc izdevīgāka pirkuma, tad rezultāts būs vispārēja cenu pazemināšanās līdzsvara cenas virzienā. No otras puses, ja cena ir zemāka par 2,5 grāniem, tad varētu būt pircēji par šo cenu, kuru pieprasījums tomēr paliek neapmierināts. Šādi pieprasītāji pārsolis šo cenu, un, tā kā pārdevēji vienmēr lūkojas pēc augstākas cenas, tirgus cena paaugstināsies, virzoties uz līdzsvara cenu. Tādējādi tas fakts, ka cilvēks vienmēr lūkojas pēc lielāka derīguma, spēcinās viņu darboties tā, lai izveidotu naudas cenu noteiktā līdzsvara punktā, un tad par šo cenu veikt turpmāko apmaiņu. Labumu turpmākā apmaiņā naudas cena paliks līdzsvara punktā līdz brīdim, kad mainīsies pieprasījuma vai piedāvājuma saraksti. Pieprasījuma un piedāvājuma nosacījumu izmaiņas izveidos jaunu līdzsvara cenu, un uz to tad arī tieksies tirgus cena.

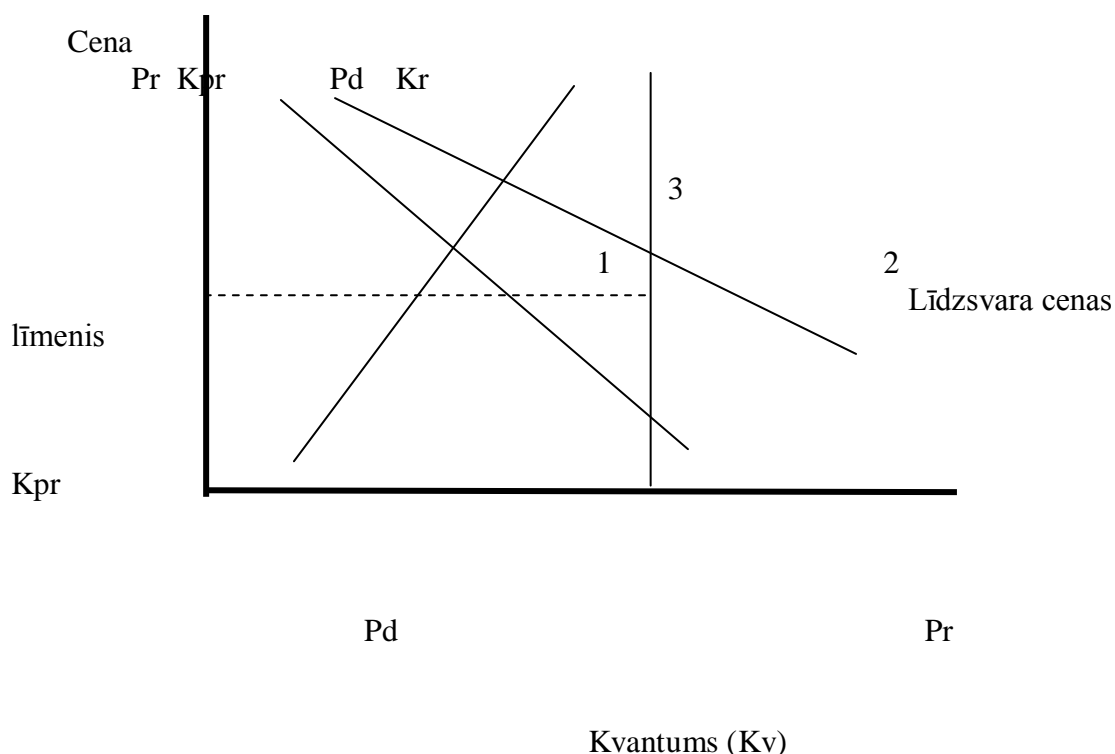
Kā līdzsvara cena varētu būt atkarīga no piedāvājuma un pieprasījuma sarakstu konfigurācijas un kādi ir šo sarakstu cēloņi, tas tiks noskaidrots šīs analīzes turpinājumā.

Katra labuma krājums ir reāli eksistējošais kopējais šī labuma kvantums. Daļu no tā varētu piedāvāt apmaiņai, bet atlikumu – *rezervēt*. Pie jebkuras hipotētiskās cenas šo rezervēto atlikumu var izņemt no apgrozības, piesummēt to pieprasījumam pirkšanai, bet visu pārdevēju *rezervētais* pieprasījums summāri sastādīs *koppieprasījuma turēšanu*⁵. Turētais koppieprasījums ietver sevī pašreizējo neīpašnieku labumu kvantuma pieprasījumu apmaiņai un labumu pašreizējo īpašnieku rezervēto pieprasījumu. Tā kā piedāvājuma grafiks ir vai nu vertikāls vai, cenai kāpjot, – pieaugošs, pārdevēju rezervētais pieprasījums līdz ar cenas kāpumu kritīs vai arī nepastāvēs vispār. Abos gadījumos, cenai pazeminoties, koppieprasījuma turēšana paaugstināsies. Situācijā, kad paaugstinās rezervētais pieprasījums, arī koppieprasījuma turēšana ir lielāka – tā (koppieprasījuma) grafiks ir ievērojami elastīgāks, nekā regulārā jeb sistemātiskā pieprasījuma grafiks. Un visas te raksturotās izmaiņas izraisa rezervētā pieprasījuma komponente⁶. Un tā – jo augstāka krājuma tirgus cena, jo mazāka labpatika turēt tirgū labumu krājumu un arī pērkot iegūt to, bet jo kvēlāka vēlēšanās pārdot savu labumu krājumu. Un pretēji – jo zemāka kāda labuma tirgus cena, jo lielāka gatavība iegūt to sev, bet mazāka labpatika to pārdot.

Un tagad raksturosim koppieprasījuma grafiku. Koppieprasījuma (Kpr) grafika un dabūjamā fiziskā krājuma grafika (Kr) krustpunkts (2) vienmēr ir līdzsvara cenas līmenī,

t.i., piedāvājuma (Pd) un pieprasījuma (Pr) grafiku krustpunkta (1) līmenī, bet šajā situācijā apmaināmie daudzumi (kvantumi) šajos grafikos nav nolasāmi.

Koppieprasījuma (Kpr) un piedāvājuma (Pd) grafiki tomēr atklāj arī tādu situāciju (krustpunkts



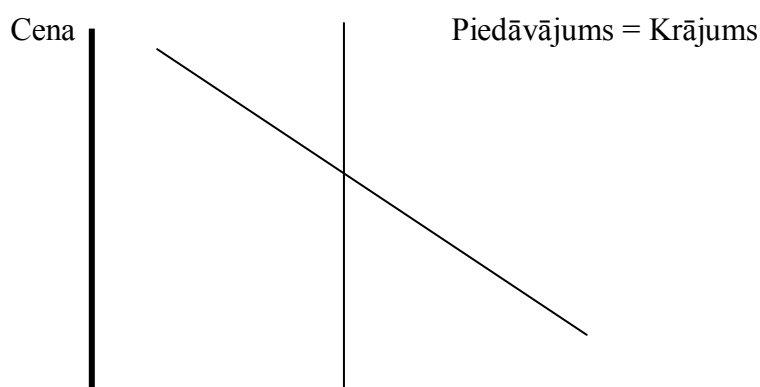
Apzīmējumi: Kpr – koppieprasījums; Pr – pieprasījums; Pd – piedāvājums Kr – krājums; 1 – līdzsvara cenas punkts; 2- krustpunkts Kpr-Kr, 3- krustpunkts Kpr-Pd

35.zīm. PIEDĀVĀJUMA , PIEPRASĪJUMA, KOPPIEPRASĪJUMA UN KRĀJUMA GRAFIKS

3), kad viss esošais krājums (Kr) būtu nonācis kā īpašumā un tad jebkura labuma tirgus cena tiektos uz tādu lielumu, pie kura koppieprasījuma krājums (Kpr) būs vienāds ar visu tirgū esošo krājumu (Kr).

Koppieprasījuma grafiks attēlo pieprasījuma un rezervētā piedāvājuma summu. Abu minēto parametru grafiki cenu krituma gadījumā noliecas pa labi. Bet līdzsvara cena abos gadījumos (sk. 35.zīm. krustpunkts 1 un 2) paliek nemainīga (sk. arī 35.zīm. horizontālo līdzsvara cenas līmeņa līniju).

Ja nebūtu rezervētā pieprasījuma, tad pieprasījuma grafiks būtu vertikāls un piedāvājuma apjoms būtu vienāds ar visu krājuma apjomu.



koppieprasījums

Pieprasījums =

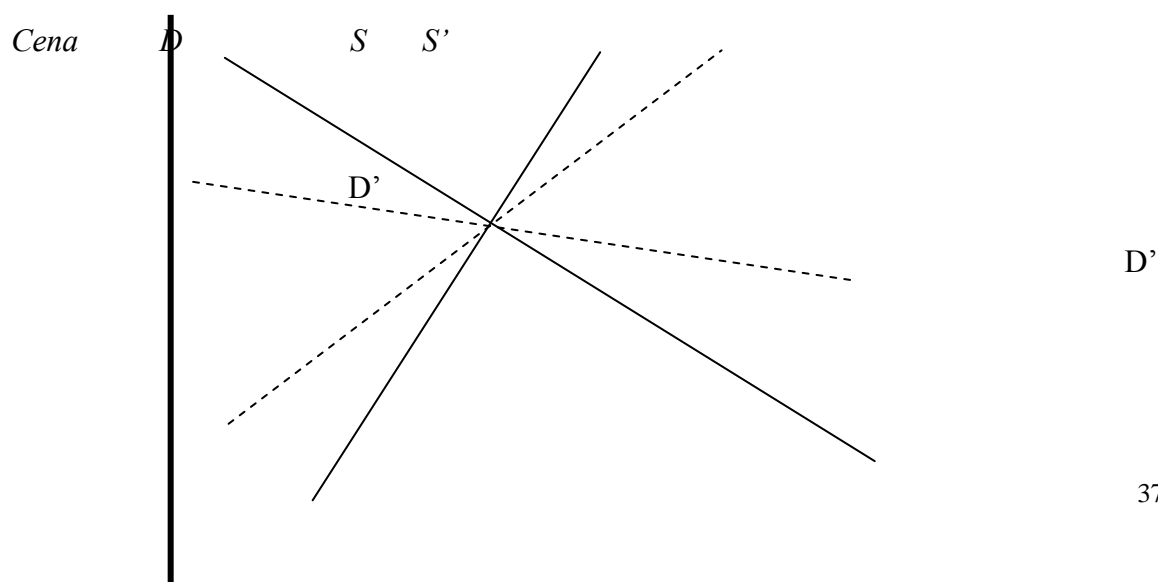
Kvantums

36.zīm. REZERVĒTĀ PIEPRASĪJUMA TRŪKUMA SEKAS

3.Pieprasījuma un piedāvājuma sarakstu noteikšana

Tirdzniecībā jebkura labuma naudas cena ir noteikta ar individuālo pircēju pieprasījumu un individuālo pārdevēju piedāvājumu sarakstiem. Pircēju un pārdevēju darbības ir vērstas uz vienotas līdzsvara cenas izveidošanu pieprasījuma un piedāvājuma grafiku krustpunktā. Līdzsvara cena mainās tikai šo sarakstu izmaiņu rezultātā⁸. Bet rodas jautājums: Kas ir šo sarakstu determinants? Kādas atziņas būtu gūstamas un kas būtu sakāms par vērtību skalām un no tām atkarīgajiem sarakstiem?

Vispirms var apgalvot, ka 2.daļā veiktās analīzes secinājumi ir attiecināmi arī uz naudas cenu. Un, vispārinot, būtu pietiekami teikt, ka tiktāl, kamēr spekulanti korekti paredz līdzsvara cenu, piedāvājuma un pieprasījuma saraksti atspoguļos sekojošu faktu: ja kāda labuma cena būs virs līdzsvara cenas, pieprasītāji to pirs mazāk, nekā par līdzsvara cenu, gaidot uz šīs paaugstinātās cenas kritumu; ja labuma cena būs zem līdzsvara cenas, pieprasītāji (pircēji) pirs vairāk, paredzot naudas cenas kāpumu. Un, līdzīgi, bet pretēji – pārdevēji pie šīs paaugstinātās cenas centīsies pārdot vairāk, paredzot šīs cenas drīzu pazemināšanos, bet pirs mazāk, paredzot cenu drīzu kāpumu. Spekulāciju vispārīgais efekts padara piedāvājuma un pieprasījuma līknes daudz elastīgākas, proti, pārbīda tās no DD uz D'D' un no SS uz S'S' (sk. 37.zīm.). Jo vairāk cilvēku iesaistīsies šādā korektā spekulācijā, jo elastīgāki būs šie grafiki. Visu šādu darbību rezultātā līdzsvara cena tiks sasniegta ātrāk.



D'

Kvantums

37. zīm. *Spekulācijas ietekmes uz piedāvājuma un pieprasījuma līkņu raksturu*

Mēs redzējam, ka spekulācijām relatīvi bieži piemītošā kļūdīšanās sliecas būt nelokāmi pakoriģējoša. Ja spekulatīvā pieprasījuma un piedāvājuma saraksti drīzāk nespēj noteikt pareizo līdzsvara cenu un tārad uzrāda citu krustpunktu jeb cenu, tad visai drīz

kļūs redzams, ka šī cena nav spējīga reāli noskaidrot tirgus attiecības. Kamēr vien spekulatīvo sarakstu iedibinātais līdzsvara punkts ir identisks ar sarakstu iedibināto līdzsvara punktu, no kura atskaitīts spekulatīvā elementa efekts, tikmēr tirgošanās tieksies novest cenu (un pārdodamo kvantumu) īstajā līdzsvara cenas punktā. Ja spekulatīvie saraksti iedibina olu cenu 2 grāni, bet saraksti bez spekulatīvā elementa iedibina olu cenu 3 grāni, tad šajā situācijā pieprasītā kvantuma ekscess ir virs piedāvātā kvantuma ekscesa, un pircēju solīšanas process galā novedīs pie cenas 3 grāni¹⁰.

Pagaidām atstāsim spekulatīvo elementu bez ievērtības un atgriezīsimies pie pircēju pieprasījuma sarakstiem. Pieņemsim, ka pircējs savā vērtību skalā ranžē kāda labuma vienības. Kādi ir viņam vajadzīgo *labuma vienību pieprasīšanas* pamatapsvērumi? -- Tie ir cieši saistīti ar šo labumu derīgumu. Jebkuram cilvēkam ir tikai un vienīgi trīs jebkura labuma derīguma pamatapsvērumi¹¹. Pirmais -- (a) -- ir vēlāk paredzētā šī labuma pārdošana par augstāku naudas cenu. Šāds apsvērums ir spekulatīvo pieprasījumu pamats. Tas gan savā dziļākajā būtībā tomēr ir ātri gaistošs. Rutīnā balstīta pieredze atklāj daudz fundamentālākus šādu pieprasījumu pamatapsvērumus. Otrais pamatapsvērums -- (b) -- ir pieprasītā labuma kā patēriņa priekšmeta tiešā lietošana. Trešais pamatapsvērums -- (c) -- šī labuma kā ražošanas faktora tiešā lietošana. Pamatapsvērums (b) attiecas tikai uz patēriņa precī; (c) gadījums attiecas tikai uz ražošanas faktoriem. Pirmais pamatapsvērums attiecas uz patērēšanu, otrais -- uz ražošanas procesu. Tā gala rezultāts ir patēriņa prece, kas pārdodama par naudu. Trešais pamatapsvērums attiecas tikai uz investējošiem ražotājiem, uz sev vajadzīgo ražošanas faktoru pirkšanu; trešā pamatapsvēruma būtība ir patērēšana. Ja mēs atliekam sānis īslaicīgo spekulatīvo apsvērumu, tad (b) ir visu patēriņa labumu individuālo pieprasījuma sarakstu pamatapsvērums, un (c) ir visu ražošanas labumu pieprasījumu pamatapsvērums.

Kādēļ pārdevējs apmaiņā prasa naudu? -- Pārdevējs prasa naudu tādēļ, ka viņš no sava viedokļa vērtē šīs naudas marginālo derīgumu augstāk par to labumu, kuru viņš piedāvā pārdošanai. (Naudas derīguma komponentus un determinantus analizēsim nākamajā šīs grāmatas daļā).

Labuma pircējs prasa naudu tās tiešās lietošanas vērtības dēļ, kas būtu realizējama iegādājoties patēriņa vai ražošanas labumus; pārdevējs prasa naudu tās marginālā derīguma dēļ, kas būtu realizējams apmaiņā. Iepriekš teiktais gan vēl nenozīmē, ka tirgus pieprasījuma un piedāvājuma grafiku komponentu apraksts būtu jau pilnīgi pabeigts, jo mēs neesam vēl izskaidrojuši labumu ranžēšanu pārdevēju vērtību skalās un naudas ranžēšanu pircēju vērtību skalās. Kad pārdevējs savu labumu krājumu nepārdod, bet kādu laiku patur to pie sevis, tad kas ir šāda labuma *pieprasījuma rezervēšanas* pirmavots? Mēs jau redzējām, ka jebkurā laukpunktā rezervētā labuma kvantums ir tas krājuma kvantums, kuru pārdevējs atsakās pārdot par tā pašreizējo cenu. Pārdevēju rezervētā pieprasījuma pirmavoti ir divi: (a) paredzējums vēlāk pārdot to par augstāku cenu; un šis ir jau iepriekš izanalizētais spekulatīvais faktors; un (b) šī labuma lietošanas vērtība pašam pārdevējam. Tomēr šo otro faktoru reti kad izmanto saistībā ar lietojamiem ražošanas labumiem, jo pārdevējs producē ražotāja labumus pārdošanai un parasti tie nav sagatavoti tūlītējai un tiešai lietošanai turpmākā ražošanā. Tomēr dažos gadījumos šāda tiešās lietošanas alternatīva var pastāvēt. Tā, piemēram, jēlnaftas ražotājs var naftu pārdot, bet ja tās naudas cena pazeminās līdz kādam noteiktam minimumam, viņš var to savā rūpnīcā pārstrādāt gazolīnā. Situācijas ar patēriņa precēm jau iztirzājām, proti, tās varētu tieši pārdodot kā jau daļēji lietotus labumus, tādi lietoti labumi varētu būt, piemēram, māja, gleznojums utt. Tomēr, naudas ekonomikas apstākļos, pastāvot augsti attīstītai specializācijai, šādi gadījumi ir reti iespējami.

Ja mēs neievērojam (a), kas savā būtībā ir īslaicīgi darbīgs faktors, un saprotam, ka (b) nav bieži iespējams variants, tad kļūst skaidrs, ka daudzi tirgus piedāvājuma grafiki kļūs vertikāli. “Vertikāls grafiks” nozīmē to, ka pēc tam, kad veikta investēšana ražošanā un labumu krājums jau saražots, ražotājs ir gatavs to pārdot par naudas cenu, lai arī cik zema tā būtu. Šis apgalvojums, protams, nenozīmē to pašu, par ko jau iepriekš diskutēts, proti, ka *investēšana turpmākā ražošanā* būtu izdarāma arī tai situācijā, kad pārdevējs *paredz* ļoti zemu pārdodamā produkta cenu. Un, tāpat, problēma ir noteikt, cik daudz šobrīd investēt kāda labuma ražošanā, lai *kaut kad nākotnē* šo produktu ražotu un pārdotu. Kas attiecas uz tirgus piedāvājuma līkni, kura palīdz dienu no dienas iedibināt līdzsvara cenu, tad jābilst, ka tā atspoguļo darījumus ar jau esošo krājumu un ar tā rezervēto pieprasījumu. Ražošanā mēs nodarbojamies ar investēšanas lēmumu pieņemšanu, ievērojot, cik liels produkta krājums kādā noteiktā laikā ir jau saražots. Un, tāpat, faktiski mēs pašlaik diskutējam par tirgus piedāvājuma līkni, un, pārdevēju problēma šai sakarā ir izlemēt, *ko darīt ar jau saražoto labumu krājumu*. – Labumu producēšanas problēmu iztirzāsim piektajā un nākamajās šīs grāmatas daļās.

Turpinājumā apzināsim situācijas, kādas veidojas, iepriekšējiem pircējiem atgriežoties tirgū, un, labumu atkalpārdošanas problēmu. Lai viņi varētu atgriezties tirgū, viņu precēm ir jābūt *ilgtspējīgām*. (Piemēram, vijolnieka pakalpojums nav ilgspējīgs labums, jo nav atkārtoti pārdodams vijolnieka personības ietonētais vienreizējais priekšnesums, ko dzirdējis klausītājs). Tirgū esošā labuma kopkrājumu veido šādu saskaitāmo summa: jaunais saražoto labumu kopums, tagadējo ražotāju rezervētais pieprasījums, veco labumu īpašnieku izolē piedāvātais labumu kopums, veco labumu īpašnieku rezervētais pieprasījums (t.i., veco pircēju saglabātais labumu daudzums). Veco labumu īpašnieku tirgus piedāvājumu līkne, cenai paaugstinoties, pakāpeniski kļūst vertikāla, bet viņu rezervētā pieprasījuma līkne, cenai krītot, pakāpeniski kļūst slīpa vai paliek konstanta. Citiem vārdiem, veco īpašnieku saraksti funkcionē tāpat kā viņu līdzinieku ražotāju saraksti. Tirgus koppiedāvājuma grafiks veidosies, vienkārši summējot ražotāju un veco īpašnieku piedāvājumu līknes. Koppieprasījuma turēšanas saraksts būs vienāds ar pārdevēju pieprasījumu plus ražotāju rezervētais pieprasījums un plus veco īpašnieku rezervētais pieprasījums.

Ja labums ir 18. gs. mēbeļu čipendeila stila krēsls, kurš nevar tikt atkārtoti ražots, tad tirgus piedāvājumu līkne ir identiska ar veco labumu īpašnieku piedāvājumu līkni. Šis nav jaunražojums, nedz arī krājuma papildinājums.

Jo lielāka ir veco labumu krājuma proporcionālā daļa, salīdzinot to ar jaunražojumu krājumu, citām lietām esam vienādām, jo lielāks kļūst veco īpašnieku labumu krājuma svarīgums, salīdzinājumā ar jaunražojumu krājumu. Un šī veco labumu krājuma tendence kļūs daudz nozīmīgāka tai gadījumā, ja šie labumi būs ilgspējīgi.

Viens no patēriņa labumu tipiem, kura krājuma līkne tiks iztīrīta nākamajās sadalās, diskutējot darba un izpeļņas problēmas, ir personālie pakalpojumi, piemēram, ārsta, jurista un/ vai advokāta, koncertējoša vijolnieka, kalpotāja u.c. pakalpojumi. Šāda veida pakalpojumi, kā jau iepriekš norādījām, protams, nav ilgspējīgi. Faktiski šos minētos pakalpojumus-labumus pārdevēji patērē tūdaļ. Nebūdam materiālas dabas objekts, pakalpojums tiek izstarots tūlītēji no paša piedāvātāja viņa producētās enerģijas plūsmas formā. Piedāvājuma līkne ir atkarīga no indivīda-piedāvātāja lēmuma producēt un piedāvāt personisko enerģiju pārdošanai vai neproducēt to un nepiedāvāt. Šajā darbības sfērā nav labumu "krājuma", jo šī labuma producēšana un patērēšana noris momentāni un tādējādi šie labumi tūlītēji beidz pastāvēt. Tādēļ ir saprotams, ka jēdziens "krājums" ir lietojams tikai saistībā ar taustāmiem objektiem. Personālo pakalpojumu cena tomēr ir nosakāma tāpat kā taustāmo labumu gadījumā, proti, atbilstīgi piedāvājuma un pieprasījuma intensitātei.

Jebkura labuma līdzsvara cenas izveidošana tiecas iedibināt *miera stāvokli*, tiecas uz apmaiņas pārtraukšanu. Pēc tam, kad līdzsvara cena ir izveidota, pārdošana notiek tik ilgi, kamēr krājums nonāk visspējīgāko īpašnieku rokās, atbilstīgi viņu vērtību skalām. Kamēr vien tiks ražota jauna produkcija, arī tirgošanās *turpināsies*, tomēr tikai pateicoties tam, ka tiks laists tirgū arvien jauns produkcijas krājums. Šis produkcijas pieplūdums tirgū izmainīs *miera stāvokli* un iedibinās jaunu apmaiņas stadiju, kurā labprāt tirgosies ražotāji un patērētāji. Kad kopkrājums būs nostiprinājies – noteikts un nemainīgs, un, jaunas produkcijas nebūs, tad, iespējams, ka miera stāvoklis kļūs svarīgs, nozīmīgs. Labumu cenu izmaiņas vai jaunas apmaiņas ir labumu novērtējumu izmaiņu sekas, t.i., naudas un labumu pozīciju izmaiņu sekas vismaz divu tirdzniecību vērtību skalās, un tas ievirza viņus turpināt labumu apmaiņu pret naudu. Protams, tā kā labumu novērtējumi šajā pasaulē gandrīz vienmēr mainās, tirgošanās ar vecajiem precēm arī turpināsies¹².

Tādas preces, ar kurām notiek neregulāri mainīga tirdzniecība, ir, piemēram, reti sastopamais čipendeila mēbeļu stila krēsls. To krājums ir ļoti neliels, bet toties naudas cenas relatīvi augstas. Šo krēslu krājums parasti ir to pircēju īpašumā, kuriem piemīt spēcīga pirkšanas tieksme, un tirgošanās ar tiem ir reta parādība. Tiklīdz kā viens no kolekcionāriem konstatē, ka čipendeila krēsla vērtība viņam ir zemāka par noteiktu naudas summu, kuru viņš par šo krēslu varētu saņemt, pārdodot to, var uzskatīt, ka apmaiņa ir iespējama. Tomēr ar labumu vairākumu, tostarp pat tādiem labumiem, kuri skaitās nereproducējami, tirgošanās turpinās, jo tirdzniecību skaits ir liels un labumu novērtējumi nepārtraukti mainās.

Rezūmējot, jāsaka, ka pircēji izlemj pirt patēriņa labumus par dažādām cenām (pagaidām izslēdzam no mūsu redzes loka iepriekš analizēto spekulatīvo faktoru), pamatojot šo izvēli ar savu *prasību pēc tiešās lietošanas labumiem*. Viņi izlemj atturēties no pirkšanas sava *naudas rezervētā pieprasījuma* dēļ – šo naudu viņi drīzāk patur sev, nekā izdod par kādu konkrētu labumu. Pārdevēji, naudas saņemšanas nolūkā, piedāvā savas preces visos gadījumos, bet galvenokārt divu iemeslu dēļ (bet izslēdzot no redzes loka spekulācijas iespēju preces cenas paaugstināšanās gadījumā) – krājuma rezerves saglabāšana sev un paša prasība pēc tieši lietojamiem labumiem. Jebkura labuma un visu

patēriņa labumu piedāvājuma un pieprasījuma sarakstu vispārējais determinējošais faktors ir tirdzinieku pieprasījumu sabalansēšana. Šos pieprasījumus nosaka divi faktori, proti, viņu prasības pēc tiešās lietošanas labumiem un pēc naudas. Turklāt abi faktori ir saistīti vai nu ar šo labumu rezervēšanu vai apmaiņu. Lai gan mēs turpinājumā diskutēsīm par ražošanas investīciju lēmumiem, ir jau acīmredzams, ka investēšanas lēmuma pieņemšanas vai nepieņemšanas iemesls ir prasība pēc *nākotnē* cerētās peļņas naudas izteiksmē. Neinvestēšanas lēmuma iemesls, kā jau iepriekš konstatējam, ir naudas krājuma izmantošanas konkurence *tagadnē*.

4. Peļņa, ko gūst apmaiņā

Kā jau skaidrojām 2. daļā, pārdevēju spēju tirgoties nosaka viņa vērtību skala. Spējīgākie pārdevēji, tie, kuriem ir spēcīga tieksme pēc naudas, veic pārdošanu par līdzsvara cenām. Un līdzīgi ar pircējiem – labumu pirkšanu par līdzsvara cenu veic tie spējīgākie pircēji jeb tie, kuriem ir spēcīgi izteikta tieksme iegūt labumus. Tā, piemēram, sviestu par 2,5 grāniem mārciņā pārdod tie, kuriem 2,5 grāni zelta ir vērtīgāki par vienu mārciņu sviesta; bet par šo cenu pirks tie, kuru sviesta-naudas vērtību attiecības ir pretējas. Tie, kuri atbilstīgi savai vērtību skālai izslēdzas no pārdošanas vai pirkšanas, ir “mazāk spējīgi” pircēji un pārdevēji vai tādi, kuriem vājāka pirkšanas vai pārdošanas tieksme un tie pieskaitāmi t.s. submarginalajiem tirdziniekiem. “Marginālie” pircēji un “marginālie” pārdevēji ir tie tirdzinieki, kuri tik tikko spēj tirgoties. Marginālais pārdevējs ir tas tirdzinieks, kura noteiktā minimālā pārdošanas cena ir tieši 2,5 grāni. Tiklīdz kā nedaudz pazemināsies cena, viņš izstāsies no tirgus. Marginālais pircējs ir tas tirdzinieks, kura noteiktā maksimālā pirkšanas cena ir tieši 2,5 grāni. Tiklīdz kā nedaudz paaugstināsies cena, viņš izstāsies no tirgus. Atbilstīgi cenu vienādības likumam, visas apmaiņas tiek veiktas par līdzsvara cenu (ja reiz tā ir iedibināta). Un šī līdzsvara cena ir marginālo pircēju un marginālo pārdevēju, viņu piedāvājuma un pieprasījuma sarakstu un to krustpunktu novērtējumu vienādības determinēts robežpunkts. No cilvēka rīcības būtības izpratnes seko, ka visi pircēji cer no apmaiņas gūt sev labumu, resp., ka tā viņiem būtu izdevīga. Tie, kuri atturas no labumu pirkšanas, uzskata, ka viņi var būt zaudētāji šajā apmaiņā. Šie nojēgumi atbilst praksioloģijas definīcijai un ir patiesi visos labumu apmaiņas gadījumos.

Daudzi autori lielu uzmanību pievērš “psihiskajam superienākumam”, ko gūst spējīgākie pārdevēji un pircēji apmaiņā, un pastāv mēģinājumi izmērīt un salīdzināt šos “superienākumus”. *Psihiskais superienākums* ir *gandarījums* par *izcili* veiksmīgu darījumu. Tā, piemēram, pircējs, kuram nāktos pirkt kādu labumu daudzumu par 4 grāniem, acīmredzot, būs subjektīvi ļoti gandarīts, ja viņam būs izdevies to nopirkt par 2,5 grāniem. Tas pats sakāms par pārdevēju, kurš bija gatavs pārdot šo pašu daudzumu par 2 grāniem, bet izdevās to pārdot par 2,5 grāniem. Tomēr “supermarginālo” tirdzinieku psihiskais superienākums nevarētu būt pretstatā attiecībās ar marginālo pircēju un pārdevēju psihisko superienākumu. Jāatgādina, ka marginālais pircējs vai pārdevējs arī gūst psihisko superienākumu, jo tie iegūst no apmaiņas, pretējā gadījumā viņi netirgotos. Visu indivīdu vērtību skalas ir tikai *vērtību sakārtojums* un tādas metodes, ar kuru varētu izmērīt “distanci” starp labumu vērtību kārtām, resp. intervālus; šādas distances jēdziens ir aplams. Tātad, secinot, var teikt, ka nav starppersonālo salīdzinājumu un mērījumu metožu un nav arī pamata apgalvojumam, ka viena tirdznieciska darījuma puse gūst lielāku gandarījumu, nekā otra¹³.

Mēs sekojošā veidā varam ilustrēt neiespējamību izmērīt derīgumu vai gandarījumu. Pieņemsim, ka tirgū tika iedibināta olu līdzsvara cena, proti – 3 grāni par duci olu. Sekojošās skalas A, B, C ir izlases iespējamo pircēju vērtību skalas:

A	B	C
<ul style="list-style-type: none"> ---4 gr ---3,5 gr ---(1 d. olu) ---3 gr ---2,5 gr 	<ul style="list-style-type: none"> ---5 gr ---(1 d. olu) ---4,5 gr ---4 gr ---3,5 gr ---3 gr ---2,5 gr 	<ul style="list-style-type: none"> --- 3,5 gr ---3 gr ---(1 gr olu) ---2,5 gr

Naudas vienības savā starpā atšķiras par 0,5 grāniem; vienkāršošanas labad pieņemsim, ka pircējs piekritīs sekojošai attiecībai – viena vienība naudas par vienu duci olu. C, acīmredzot, ir submarginālais pircējs. Viņš izstāsies no pirkšanas tiklīdz kā cena kļūs 3 grāni par duci olu, jo viņa vērtību skalā 3 grāni ir vērtīgāki par vienu duci olu. Bet pircēji A un B tomēr veiks pirkumus. Tagad A ir marginālais pircējs, bet arī viņš tik tikko ir spējīgs pirkt. Kad cena būs 3,5 grāni, viņš, ranžējuma dēļ savā vērtību skalā, izstāsies no tirgus, B turpretim ir supermarginālais pircējs un viņš pirks duci olu pat tad, ja tā cena būs 4,5 grāni. Bet vai mēs varam apgalvot, ka B guvis lielāku labumu nekā A? Nē, to mēs nevaram apgalvot. Katra iepriekš skaidrotā vērtību skala ir tikai indivīda subjektīvo vērtību sakārtojums. Pat ja B dod priekšroku olu pirkšanai par 4,5 ganiem, bet A par 3,5 grāniem, mums tomēr nav šo divu pircēju superienākumu salīdzināšanas standarta. Viss, ko vien mēs šai sakarā varam teikt, ir tas, ka *vis* cenas 3 grāni B gūst psihisku superienākumu no apmaiņas, bet A, būdams submarginālais pircējs, palika bez psihiskās superienākuma. Pat tad, ja mēs uz brīdi pieņemam, ka starpkārtu “distances” jēdzienam ir kaut kāda jēga, tad tomēr viss, ko mēs varam teikt šai sakarā, ir tikai tas, ka A superienākums virs 3 grāniem var viņam būt subjektīvi derīgāks, nekā B pircējam viņa superienākums virs 3 grāniem, pat ja pēdējam no šiem diviem ir arī superienākums virs 4,5 grāniem. Šis tomēr nav derīgumu starppersonālais salīdzinājums, un naudas un labumu relatīvie ranžējumi atšķirīgās vērtību skalās nav izmantojamas šādiem salīdzinājumiem.

Autori, kuri mēģina izmērīt psihisko ieguvumu no apmaiņas, koncentrē savu uzmanību uz “patērētāja superienākumu”. Daudzi iepriekšējie autori savus mērīšanas mēģinājumus centās pamatot ar cenu, kuru cilvēks ir maksājis par precī, pretstatot to ar iespēju atbrīvoties no šīs preces pārdodot to par noteiktu cenu. Šīs metodes ir pilnīgi maldinošas. Tas fakts, ka A nopircis uzvalku par 80 zelta grāniem un otru par 50 grāniem, turpretī B nevar pirkt uzvalku par cenu, kas augstāka par 52 grāniem, nenozīmē, ka ir iespējama psihiskā superieguvuma kaut kāda veida mērīšana, un nav arī iespējams apgalvot, ka A ieguvums kaut kādā ziņā būtu “augstāks” par B ieguvumu. Ja mēs arī spētu identificēt marginālos un supermarginālos pircējus, mēs tomēr nekad nevarēsim apgalvot, ka vienu ieguvums ir lielāks par otro ieguvumu, un tādēļ jebkāds patērētāju psihisko superieguvumu mērīšana un salīdzināšana ir noraidāma.

Vērtēšanas procedūras sakarā pastāv arī vairāki citi fundamentāli metodoloģiska rakstura maldī. Pirmkārt jāmin individuālās vērtību skalas nošķiršana no indivīda konkrētās rīcības. Un arī jānorāda, ka ekonomika nodarbojas ar reālas faktiskas rīcības vispārējo aspektu, nevis ar rīcības cilvēka iekšējo psiholoģisko aktivitāti. Mēs izsekojam indivīda specifiskas vērtību skalas pastāvēšanu un būtību, bāzējoties uz viņa *reālu*

darbību; mēs neko nezinām par to indivīda vērtības skalas daļu, kura neizpaužas viņa reālajā darbībā. Un jautājums par to, cik daudz kāds indivīds būtu spējīgs maksāt, ja viņam draudētu visa sava labumu krājuma zaudēšana, ir tīri akadēmiskas dabas jautājums un kā tādām tam nav nekāda sakara ar cilvēka rīcību. Visiem līdzīgiem prātojumiem nav vietas ekonomikā. Turklāt ar šādu prātošanu paūz atgriešanos pie klasiskās ekonomikas maldiem par darījumiem ar visu labumu krājumu, it kā rīcība ar vienu krājuma vienību būtu attiecināma uz indivīda rīcību ar visu viņa labumu krājumu. Šajā sakarā būtu nepieciešams saprast, ka rīcība notiek tikai ar marginālo vienību. Un rīcība ar marginālo vienību nekādā veidā nav determinēta ar visa krājuma derīgumu.

Patiesība ir tāda, ka līdz ar krājuma palielināšanos šī krājuma totālais derīgums arī paaugstinās. Šāds apgalvojums ir deduktīvs secinājums no labuma īstenās dabas jeb būtības. Desmit labuma vienības indivīda vērtību skalā tiek ranžētas augstāk par šī paša labuma četrām vienībām. Bet šāda ranžēšana nekādā veidā nav attiecināma uz cita lieluma (piemēram, 4, 9, 10 vienību) krājuma katras vienības derīguma ranžējumu. Un šis apgalvojums ir pareizs attiecībā uz jebkura lieluma krājumu. Mēs varam apstiprināt tikai triviāli parastās attiecības, proti, ka piecām vienībām ir augstāks derīgums nekā vienai vienībai, un ka pirmajai vienībai ir augstāks derīgums nekā otrai vienībai, trešajai utt. Bet šī nav kāda noteikta sarindošanas metode intervālā no vienkārša derīguma līdz “priekšmetu komplekta” derīgumam¹⁴. Totālais derīgums patiešām iegūs reāla būtiska, nevis hipotētiska jēdziena jēgu tikai tad, kad jāpieņem reāls lēmums attiecībā uz visu labumu krājumu. Šai gadījumā ir runa tomēr tikai par *marginālo* derīgumu, attiecinātu uz robežlielumu vai robežvienību, kas pieder visai vienību kopai.

Patērētāju superieguvumu mērīšanas mēģinājumu absurds varētu kļūt saprotamāks, ja mēs, loģiski spriežot, tūliņ kaut kādā veidā mēģinātu izmērīt *visu* patēriņa labumu neapšaubāmo “dimensiju”, kuru raksturojām un nosaucām par “patērētāju superieguvumu”. To izraisa tāds fakts kā preču ražošanas apmaiņai, citiem vārdiem -- pati preču ražošanas funkcionē tikai un vienīgi šī apmaiņas fakta dēļ. – Tas gan vēl nekad nav mēģināts izdarīt¹⁵.

5. Naudas marginālais derīgums

A. PATĒRĒTĀJS

Šajā sadaļā iztirzāsim naudas ranžēšanu atšķirīgu indivīdu vērtību skalās. Mēs zinām, ka labumu vienību ranžēšana šādās skalās ir noteikta ar šo vienību marginālā derīguma relatīvo ranžējumu. Barterdarījumos dažādu labumu relatīvais ranžējums ir labumu lietošanas marginālā derīguma svarīguma novērtējuma rezultāts. Taču monetārajā ekonomikā naudas preces tiešās lietošanas vērtība ir aizplīvurota ar tās maiņas vērtību.

Pirmās daļas piektajā sadaļā mēs aplūkojām marginālā derīguma likumu, un konstatējām, ka katras labuma vienības marginālais derīgums ir noteikts sekojošā veidā: (1) ja vienība pieder rīcības cilvēkam, tad šīs vienības marginālais derīgums ir vienāds ar pēdējās svarīgākās vajadzības vērtības rangu vai ar to tās izmantošanu, no kuras viņam jāatsakās šīs vienības zaudējuma gadījumā; bet (2), ja šī vienība vēl nav rīcības cilvēka īpašumā, t.i., ja tā viņam vēl nepieder, tad, iegūstot šo vienību savā īpašumā, tās marginālais derīgums ir vienāds ar to šīs personas visnozīmīgāk vērtēto vajadzību, kuru ar šo labumu vienību viņa varētu apmierināt. To ievērojot, cilvēks izkārto sava labumu krājuma dažādās vienības atbilstīgi to lietojumu svarīguma pakāpei, bet atteikšanās nepieciešamības gadījumā viņš vispirms atsakās no vismazsvarīgākā lietojuma. Arī savas naudas vienības viņš izkārto līdzīgi. Naudas precei ir daudz dažādu izlietojuma veidu, un to daudzums palielinās līdz ar naudas ekonomikas, darba dalīšanas un kapitāla

struktūras attīstību un pilnveidi. Visi pieņem lēmumus par daudz un dažādām patēriņa precēm, visi iesaistās investīciju projektos, lemt par savu patēriņu atkarībā no nākotnē gaidītā ienākuma un peļņas pieauguma un par skaidrās naudas papildinājumu savā bilancē. Mēs apgalvojam, ka katra persona savu naudu atvēl vai asignē vispirms savam vissvarīgākajam – pirmajam naudas izlietojumam, tad – nākamajam – otram vissvarīgākajam izlietojumam utt., tādā veidā nosakot savas naudas iespējamās izlietojumu un izdevumu sakārtotu rindu. Tāpat kā ar jebkuru citu patēriņa priekšmetu, vispirms katrs cilvēks atsakās no sava vismazsvarīgākā naudas izlietojuma.

Pagaidām mēs neskaidrojām visus naudas marginālā derīguma aspektus, tostarp skaidrās naudas bilancei – tos iztirzāsim vēlāk. Aplūkosim naudas marginālo derīgumu sasaistē ar indivīda lēmumiem par savu patēriņu. Katrs cilvēks ir patērētājs un tādēļ šī analīze attiecas uz jebkuru indivīdu, kurš piedalās naudas apmaiņā.

Katru savas naudas vienību viņš izlieto jau skaidrotajā secībā, proti, vispirms savas vissvarīgākās vajadzības apmierināšanas nolūkā, tad nākamās svarīgākās vajadzības apmierināšanai nolūkā utt. Viņa *psihiskais ienākums* ir marginālais derīgums, t.i., vissvarīgākā naudas lietojuma vērtība. Viņa *psihiskā izmaksa* ir nākamais vissvarīgākais lietojums, no kura viņam jāatsakās, lai iegūtu savas vissvarīgākās vajadzības apmierināšanai nepieciešamo produktu. Tādējādi visaugstāk ranžētais *atteikšanās* derīgums ir definējams kā viņa konkrētas rīcības *izmaksa*.

Derīgums, ko cilvēks iegūst vai cer iegūt no apmaiņas akta, ir nopirktās papildvienības marginālais derīgums, t.i., iegūtās vienības vissvarīgākais lietojums. Bet derīgums, no kura viņš atsakās jeb atteikšanās derīgums, ir tās labuma vienības augstākais derīgums, no kuras viņš atteicās, aizmainot to jeb apmainot to pret ko citu. Ja viņš ir nopirktās labuma vienības patērētājs, tad tas nozīmē, ka viņš iegūtās papildvienības marginālo derīgumu vērtē daudz augstāk par tās vienības marginālo derīgumu, kuru viņš aizmainīja; un šis derīgums ir viņa psihiskais ienākums, kuru viņš cer iegūt no labumu apmaiņas. – No otras puses, tas, no kā viņš atsakās, ir tās naudas vienības lietojums, kuru viņš “pārdeva” vai kuru viņš atdeva. Viņa noteiktā *izmaksa* ir tā svarīgākā lietojuma vērtība, kuru viņš ieguva apmaiņā pret savu naudu¹⁶. Ikviens cilvēks tirdznieciskā darījumā tiecas iegūt psihisko ienākumu, kas ir lielāks par viņa psihisko izdevumu, un tādējādi iegūt psihisko peļņu; šis apgalvojums ir pareizs arī attiecībā uz patērētāju pirkšanas darbībām. Protams, ir iespējama arī kļūdīšanās.

Ja patērētājs turpina iegādāties sev labumus, tad – atbilstīgi marginālā derīguma likumam un no viņa viedokļa – katram viņa iegūtajam papildvienības marginālajam derīgumam *jāpazeminās*. – No otras puses un saskaņā ar to pašu likumu – ja viņš atsakās no labuma vienībām, tās pārdodot, tad, no viņa viedokļa, šī labuma marginālais derīgums viņam kļūst lielāks. Un, acīmredzami, viņam jāpārtrauc labuma pirkšana tad, kad atteikšanās marginālais derīgums kļūst lielāks par pārkamā labuma marginālais derīgums. Teiktais ir skaidra patiesība attiecībā uz labumu tiešo apmaiņu, bet kā ir tad, ja veic apmaiņu pret naudu, kas ir apmaiņas starplīdzeklis?

Acīmredzami, ka nauda nav tikai derīgs labums, bet gan viens no visderīgākajiem labumiem naudas ekonomikā. Nauda kā starplīdzeklis tiek lietots praktiski jebkurā apmaiņā. Mēs arī redzējām, ka viena no cilvēku vissvarīgākajām aktivitātēm ir savas naudas krājuma asignēšana dažādiem vēlamiem konkrētiem izlietojumiem. Tādējādi, acīmredzami, *ka nauda pakļaujas marginālā derīguma likumam, gluži tāpat kā jebkurš cits patēriņa priekšmets*. Nauda ir tāds patēriņa priekšmets, kas ir dalāms homogēnās vienībās. Viens no naudas lietošanas iemesliem ir tas, ka tā reāli eksistē jau sadalīta relatīvi mazās homogēnās vienībās. Pirmo naudas vienību indivīdam vajadzētu atvēlēt vissvarīgākajam un visvērtīgākajam tās izlietojumam; otro – sekojošam mazāk vērtīgam izlietojumam utt. Katra naudas vienība, no kuras indivīds atteiksies, to izdodot, būs arī

viņa atteikšanās ziedot pēdējo augstāk vērtēto lietojumu, kas iepriekš tika vai varēja tikt nodrošināts. Tātad viss, kas bija patiešs attiecībā uz patēriņa priekšmetu, attiecas arī uz naudu, proti, *naudas krājumam palielinoties, tās marginālais derīgums pazeminās; un pretēji – naudas krājumam samazinoties, tās marginālais derīgums paaugstinās*¹⁷.

Naudas krājuma papildinājuma marginālais derīgums ir vienāds ar visaugstāk vērtētās vajadzības apmierināšanai atbilstošo produktu, ko vien par šo papildus naudu var iegūt; un naudas krājuma marginālais derīgums ir vienāds ar indivīda visaugstāk vērtēto produktu, no kura būtu jāatsakās, ja atteiktos no šīs monetārās vienības.

Kas ir tās dažādās vajadzības, kurām kalpo nauda un kuras var apkalpot par naudu? Cilvēks patēriņa labumus izmanto savu vajadzību apmierināšanai, un izmantošanas pamatveidi ir šādi: (a) naudas priekšmeta nemonetāra izlietošana (piemēram, zelta izmantošana ornamentiem); (b) naudas izdošana par dažāda veida patēriņa precēm; (c) alternatīvi kombinēta investēšana ražošanas faktoros; un (c) skaidras naudas bilances papildināšana. Katra no šīm plašajām naudas izlietošanas kategorijām attiecas uz lielu daudzumu dažāda tipa un kvantuma precēm, un katra no šīm alternatīvām ir ranžēta indivīda vērtību skalā. Kas ir patēriņa preču izmantošana? Tā ir to tieša patērēšana, apmierinot savas vēlmes, un šie dažāda veida vēlmju apmierinājumi ir ranžēti personas vērtību skalā. Bet, ja nauda tiek izlietota nemonetāriem nolūkiem, tad tā kļūst par tiešās lietošanas labumu, un pārstāj būt apmaiņas starplīdzeklis. Nākamais naudas izmantošanas veids ir tūlītēja tas investēšana, ar nolūku nākotnē iegūt lielākas iespējas patērēt vairāk, nekā pašlaik.

Kas ir rīcības cilvēka skaidrās naudas bilances lietderība? Detalizēti šo jautājumu skaidrosim vēlāk, bet pagaidām mums jākonstatē, ka vēlēšanās uzlabot savu skaidrās naudas bilanci rodas no fundamentālās *nenoteiktības* īstajā laikā veikt preču pirkšanu, vienalga – kapitāla vai patēriņa preču pirkšanu. Arī būtiski svarīga ir indivīda nākotnes vērtību skalas *nenoteiktība* un tādēļ viņa vēlēšanās turēt pa rokai skaidru naudu, lai tūdaļ reaģētu uz izmaiņām tirgū, kuras varētu notikt. Nenoteiktība patiešām ir visas cilvēka rīcības fundamentāla pazīme, bet cenu un vērtību skalu mainības nenoteiktība ir tikai šīs būtiskās cilvēkdarbības pazīmes aspekti. Ja, piemēram, kāds indivīds cer uz monetārās vienības pirkstspējas paaugstināšanos tuvākajā nākotnē, tad viņš centīsies atlikt preču pirkšanu uz vēlāku laiku un papildinās savu skaidrās naudas bilanci. No otras puses, ja viņš nojaus naudas pirkstspējas krišanos, viņš tūdaļ pirks vairāk un pazeminās savu skaidrās naudas bilanci. Par vispārējās nenoteiktības piemēru varam uzskatīt indivīdu tipiskus lēmumus turēt rezervē noteiktu daudzumu skaidrās naudas “nebaltai dienai”, vai neparedzētam gadījumam, kas prasīs dažādus negaidītus mārciņu izdevumus. Indivīdi ar savu rīcību, kuru nosaka nodrošināšanās nepieciešamības nojauta, demonstrē, ka naudas vērtība nav vienkāršs preču apmaiņas fēnomens; nauda, kas ir indivīda rīcībā, savas plašās prečspējas dēļ, nav nekas vairāk, nedz kas labāks, kā tikai šī indivīda *īpašums*, bet ar tās starpniecību indivīds nodrošina sev dažādus vēlamus pakalpojumus.

Dažu autoru uzskats, ka nauda, kas atrodas indivīda skaidrās naudas bilancē, izpilda viņam kādu pakalpojumu, ir maldīgs uzskats, un tas apliecina divu atšķirīgu jēdzienu kļūdainu izpratni, proti, jēdzienu naudas “cirkulācija” un “naudas dīka slepena krātuve”. Vispirms jānorāda, ka visa nauda *vienmēr* ir noteiktu indivīdu skaidrās naudas bilancē. Un nauda nekad nepiedalās kādā mistiskā – noslēpumainā un nesaprotamā “cirkulācijā”. Tā vienmēr ir kāda indivīdu A skaidrās naudas bilancē, un tad, kad šis indivīds A pirks olas no indivīda B, tad nauda no A bilances tiks *pārvesta* uz B tīrās naudas bilanci. Otrkārt, neuzsverot laika sprīža ilgumu, katra naudas vienība vienmēr ir kādas personas skaidrās naudas bilancē, tā nodrošina viņam kādu pakalpojumu, bet nekad neatrodas kādā “dīka slepenā krātuvē”.

Kas ir jebkura patēriņa apmaiņas akta marginālais derīgums un izdevums? Kad patērētājs izdod piecus grānus zelta par vienu duci olu, tad tas nozīmē, ka viņam ir nojauta, ka viena duča olu ieguve par pieciem zelta grāniem ir viņa visaugstāk vērtētais šo piecu grānu izlietojums. Šis „viņa visaugstāk vērtētais” ir viņa ieguvums par pieciem zelta grāniem šajā apmaiņā. Un tas ir viņa šo piecu grānu marginālais derīgums. Bet, kas ir “izdevīgais izdevums”, vai, vienkāršāk, „izdevums” apmaiņas sakarā, konkrētāk -- nākamais labākais alternatīvais atteikums? Tas ir šo piecu grānu visvērtīgākais izlietojums, kas vien bija iespējams. Un tas var būt viens no sekojošiem alternatīviem izlietojumiem, resp., tas, kuram viņa vērtību skalā ir visaugstākais novērtējums. Un alternatīvas ir šādas: (a) izdevums iegādājoties citu patēriņa preci; (b) naudas preces izlietošana tiešā patēriņa nolūkos; (c) izdevumi, sakarā ar investēšanu ražošanas faktoru līnijās, nolūkā nākotnē gūt lielākus naudas ienākumus un lielākas patērēšanas iespējas; (d) savas skaidrās naudas bilances papildināšana. Nepieciešams piebilst – tā kā izdevums attiecas uz lēmumiem par marginālo vienību (neatkarīgi no cenas lieluma), tad tā ir arī šī lēmuma “marginālā cena”. Šī cena, ko maksā indivīds, ir subjektīva un tā ir ranžēta viņa vērtību skalā.

Atteikšanās lietderīguma būtība izdot naudu par kādu konkrētu patēriņa preci ir saprotamāka tai gadījumā, kad izdevums ir vienāds ar vērtību, ko varēja dabūt citā naudas tērēšanas aktā. Kad runa ir par indivīda atteikšanās cenu investēt, tad tā ir maksa par atteikšanās no nākotnē gaidāmā patēriņa kāpinājuma, kas izteikta ar indivīdu laika preferences likmēm. Bet to skaidrosim vēlāk. – Noteikti var apgalvot, ka gadījumā, kad indivīds pērk kādu konkrētu preci, piemēram, olas, tad, jo ilgāk viņš turpina tās pirkt, jo zemāka kļūst viņam katras secīgi iegūtās olas kā papildvienības marginālais derīgums. Tā tas, protams, ir saskaņā ar marginālā derīguma likumu. No otras puses, jo vairāk naudas viņš izdod par olām, jo lielāks kļūst atteikšanās marginālais derīgums, lai arī kas būtu nākamā labākā prece, kaut vai, teiksim, sviests. Tādējādi, jo vairāk naudas viņš izdod par olām, jo zemāks būs secīgi iegūto olu marginālais derīgums, un jo lielāka viņam būs to olu marginālā cena, kuras viņš pirks, t.i., vērtība, no kuras viņam būs jāatsakās. Acīmredzami, ka pēdējais kļūst lielāks par pirmo. Kad tas notiks un olu pirkšanas marginālā cena kļūs lielāka nekā papildiegūto patēriņa priekšmetu marginālais derīgums, viņš pārslēgsies uz sviesta pirkšanu un process turpināsies. Pie jebkura naudas krājuma cilvēks vispirms to izdos par savu patēriņu, un par katru nākamo labumu izdos naudu atbilstīgi tam pašam likumam. Dažkārt marginālā cena ir saistīta ar naudas investēšanu ražošanas faktoros. Šāda investēšana turpināsies tik ilgi, kamēr marginālais izdevums atteiktā patēriņa nosaukumos vai skaidrajā naudā ir lielāks par gaidītās peļņas pašreizējo vērtību. Dažreiz augstāk vērtētais lietojums attiecas uz indivīda skaidrās naudas bilances papildinājumu un tad investēšana turpināsies, kamēr vien šī lietojuma marginālais derīgums ir mazāks par marginālo izmaksu kādā citā līnijā.

Aprakstītajā veidā indivīds konstruē savu pieprasījuma sarakstu par katru patēriņa preci, un tirgus pieprasījuma saraksti tiek noteikti, summējot visus indivīda pieprasījuma sarakstus tirgum. Dotais visu patēriņa preču krājums un tā tirgus cenas ir noteiktas.

Varētu domāt, un daudzi autori tā arī uzskata, ka nauda šajā gadījumā izpilda mērīšanas funkciju un sniedz dažādiem indivīdiem piederošo labumu derīgumu salīdzinājumus. Bet tā tas tomēr nav. Vienai personai piederošās naudas derīgums atšķiras no otram personai piederošās naudas derīguma tāpat kā jebkuru citu labumu marginālās vērtības. Tas fakts, ka par vienu unci tirgū var nopirkt dažādus labumus, un ka šāda iespēja paveras visiem cilvēkiem, mums tomēr neko nesaka par veidiem kā šie cilvēki ranžē labumu atšķirīgās kombinācijas. *Te nav labumu kopumu vērtību vai rangu mērījumu salīdzinājumi.* Tikai nauda dod iespēju salīdzināt cenas.

Jau konstatējām, ka patēriņa preču cenas tiek veidotas un noteiktas indivīdu vērtību skalās, bez kādas tālākas analīzes nepieciešamības. Taču problēma ne tuvu nav tik vienkārša. Nevērība vai izvairīšanās no šīs sarežģītās problēmas piemeklē ekonomiku kā sērga jau ilgus gadus. Barter sistēmā to nebija grūti analizēt. Katrs indivīds sev pieejamos patēriņa labumus ranžēja un salīdzināja, katrs indivīds sava labuma sarakstu veidoja izsakot tos otram piederošo labumu nosaukumos. Relatīvie novērtējumi sastādīja individuālos pieprasījuma sarakstus, un, tos summējot, ieguva tirgus pieprasījuma sarakstus. Bet naudas ekonomikas apstākļos radās analītiskas grūtības.

Lai noteiktu preces cenu, mēs analizējam preces tirgus pieprasījuma sarakstus; bet tirgus pieprasījuma saraksti, savukārt, ir atkarīgi no indivīdu pieprasījumu sarakstiem; un tie, savukārt, ir determinēti ar labuma vienību ranžējumu indivīdu vērtību skalās un naudas vienībās, ko indivīdi paredzējuši dažādiem alternatīviem izlietojumiem; taču pēdējās alternatīvas ir pamatotas ar citu preču cenām. Tā, piemēram, olu hipotētisko cenu var uzskatīt kā jau noteiktu ar sviesta, uzvalku u.tml. priekšmetu cenām. *Tad kādā veidā tomēr varētu izmantot vērtību skalas un preču derīgumus, lai izskaidrotu naudas cenas veidošanos, ja pašas šīs vērtību skalas un preču derīgumi ir atkarīgi no naudas cenu eksistences?*

B. NAUDAS REGRESIJA

Ir labi saprotams, ka svarīgā naudas *cirkulācijas* problēma (X atkarīgs no Y, jo Y ir atkarīgs no X) naudas ekonomikā eksistē ne tikai attiecībā uz patērētāju lēmumiem, bet arī attiecībā uz jebkuru apmaiņas lēmumu. Aplūkosim pārdevēja darbību, kuram pieder patēriņa preču krājums. Viņam jāizlemj vai par izsolē noteikto naudas cenu viņš pārdos savus labumu krājumu vai paturēs to sev. Iemesls viņa dedzīgai vēlmei pārdot apmaiņā savu preču krājumu un saņemt par to naudu, ir šai apmaiņā iegūstamās naudas summas cits izlietojums. Un viņam sava nauda ir jāizmanto sev vissvarīgākajā veidā. Un tas nosaka viņa iegūstamās naudas novērtējumu, resp. šīs papildiegūstamās naudas marginālo derīgumu. Bet labumu krājuma pārdevējam šīs apmaiņā *papildus iegūstamās naudas marginālais derīgums ir bāzēts uz viņam jau piederošo naudu* un viņa gatavība izlietot to citām precēm, kuras viņš gribēs pirkt – patēriņa precēm un ražošanas faktoriem. Pārdevējam marginālais derīgums ir arī atkarīgs no iepriekš ekonomikā pastāvējušo dažādo patēriņa preču naudas cenām.

Līdzīgā situācijā atrodas strādnieki, zemes īpašnieki, investori vai kapitālpreču īpašnieki: pārdodot savus pakalpojumus vai preces, papildus iegūtajai naudai ir marginālais derīgums, tas ir nepieciešamais priekšnosacījums lēmumam par preču pārdošanu, un tādējādi tas ir labumu piedāvājuma par naudu determinants. Bet šis marginālais derīgums vienmēr ir atkarīgs no iepriekš eksistējošās preču cenu rindas sakārtojuma. Jebkura pakalpojuma vai preces pārdevēji par naudu ranžē tās naudas, ko viņi grib saņemt, marginālo derīgumu pret šo preču vai pakalpojumu turēšanas marginālo derīgumu. Ikviens, kurš izdod naudu kādas preces vai pakalpojuma pirkšanai, ranžē tās –naudas --marginālo derīgumu, kura viņam būs jāizdod, pret par šo naudu iegūtā labuma marginālo derīgumu. Šādas dažādu pircēju un pārdevēju vērtību skalas nosaka indivīdu piedāvājumu un pieprasījumu sarakstus un tādēļ arī visas naudas cenas; tomēr, lai ranžētu naudu un preces savā vērtību skalā, katram indivīdam piederošajai naudai jau jābūt savam – šai personai raksturīgajam savas naudas marginālajam derīgumam, un tam *vajadzētu* balstīties uz dažādo preču faktisko iepriekš pastāvējušo naudas cenu¹⁸. Šo kritisko izšķirīgi svarīgo naudas cirkulācijas problēmu atklāja profesors Ludvigs fon Misse (Ludvig von Misse) savā nozīmīgajā naudas regresijas teorijā¹⁹. Naudas regresijas teoriju varētu izskaidrot, vēlreiz apskatot katru šīs grāmatas

daļu no šīs teorijas viedokļa. Tagad atļausimies definēt “dienu” kā laika periodu, kad pietiekamā mērā ir noteikta jebkuras preces tirgus cenu dotajā sabiedrībā. Un tā, šajā dienā X katras preces naudas cena ir noteikta ar katra pārdevēja un pircēja naudas un preču piedāvājuma un pieprasījuma sarakstu grafiku krustpunktu šajā dienā X. Katrs pircējs un pārdevējs ranžē savu naudu un noteiktu preci saskaņā ar tās relatīvo marginālo derīgumu priekš sevis. Tādējādi, naudas cena šīs dienas X beigās ir noteikta ar naudas un labumu marginālo derīgumu, kāds pastāv šīs tirgošanās dienas X nobeigumā. Bet naudas marginālais derīgums ir bāzēts uz *iepriekš* eksistējošo naudas cenu sakārtotu rindu. Nauda tiek pieprasīta un atzīta par lietderīgu tādēļ, ka tai *jau ir* naudas cena. Tādējādi preces cena dienā X ir noteikta ar tās marginālo derīgumu šajā dienā X un naudas marginālo derīgumu šajā pašā dienā X, bet šī cena ir atkarīga no šī labuma cenas iepriekšējā dienā, proti, dienā X-1.

Tādējādi secinām, ka naudas cenas ekonomiskā analīze *nav* cirkulāra. Ja šodienas cenas ir atkarīgas no naudas marginālā derīguma, kāds tai ir šodien, tad pēdējā no šīm nosauktajām cenām ir atkarīga no tās šīs naudas cenas, kāda tai bija vakar. Tādējādi, jebkurā dienā naudas cena satur *laika komponenti*, un tādēļ tā ir tikai *daļēji* determinēta ar šīs naudas vakardienas cenu. Tas tomēr nenozīmē to, ka olu cena šodien ir daļēji noteikta ar olu vakardienas cenu, ka sviesta šodienas cena ir noteikta ar sviesta vakardienas cenu utt. Gluži pretēji, laika komponente ir būtiska katrai specifiskai cenai šodien tai nozīmē, ka tā ir saistīta ar visu preču vakardienas naudas cenu *vispārējo sakārtojuma rindu*, un, tādējādi, protams, ar katra sabiedrības indivīda secīgi īstenoto monetārās vienības vērtējumu. Ja mēs ņemam vērā šodienas cenu *vispārējā sakārtojuma rindu*, tad tomēr būtiski nozīmīgā laika komponente ir determinēta ar vakardienas cenu vispārējo sakārtojuma rindu.

Laika komponente ir naudu determinējošs faktors. *Bartersabiedrībā* nav tādas dienas cenu *laika komponentes*. Kad zirgs tiek mainīts pret zivīm, tad indivīds tirgū izlemj par to relatīvo derīgumu, pamatojoties vienīgi uz patēriņa priekšmetu lietošanas vērtību. Lietošanas vērtība ir tūlītēja un tās sakarā nav jēgas jautāt par kaut kādu iepriekšējo cenu. Tādējādi tādu labumu tiešās lietošanas marginālajam derīgumam kā zivis un zirgi nav iepriekšējā laika komponentes. Un tādējādi barterdarījumu sistēmā nav tādas cirkulēšanas problēmas. Ja bartera sistēmā visas iepriekšējās tirgus cenas un zināšanas par tām tiktu ikdienu pilnīgi aizmirstas, tad tas dotu ierosmi īsā laika periodā katram tirgus dalībniekam konsultēties ar citiem tirdziniekiem un visai ātri apmaiņas tirgus izveidotos no jaunu. Monetārajā ekonomikā situācija ir citādāka. Tā kā naudas ekonomikā patēriņa priekšmetu naudas marginālais derīgums ir atkarīgs no iepriekš eksistējošajām naudas cenām, tad naudas cenu izdzēšana no tirdzinieku apziņas nedos vairs iespēju to atjaunot. Naudas ekonomika sabruks un atgriezīsies visprimitīvākajā barterdarījumu situācijā un pēc tam tikai izteikti lēni spēs atjaunoties tādā formā, kāda tā bija pirms šīs cenu vispārējās aizmiršanas.

Uzskatot kā pašu par sevi saprotamu, ka naudas cenu nedeterminē cirkularitāte, tas tomēr vēl nenozīmē, ka daļējs regress nenotiek. Ja šodienas cena ir daļēji determinēta ar vakardienas cenām, un, savukārt, vakardienas cenas – ar aizvarakdienas cenām utt., tad tā nav vis kāda vienkārša bezgalīga regresija – atgriešanās kādā sākumstāvoklī, kur daļa no cenu determinācijas tomēr paliek neizskaidrota.

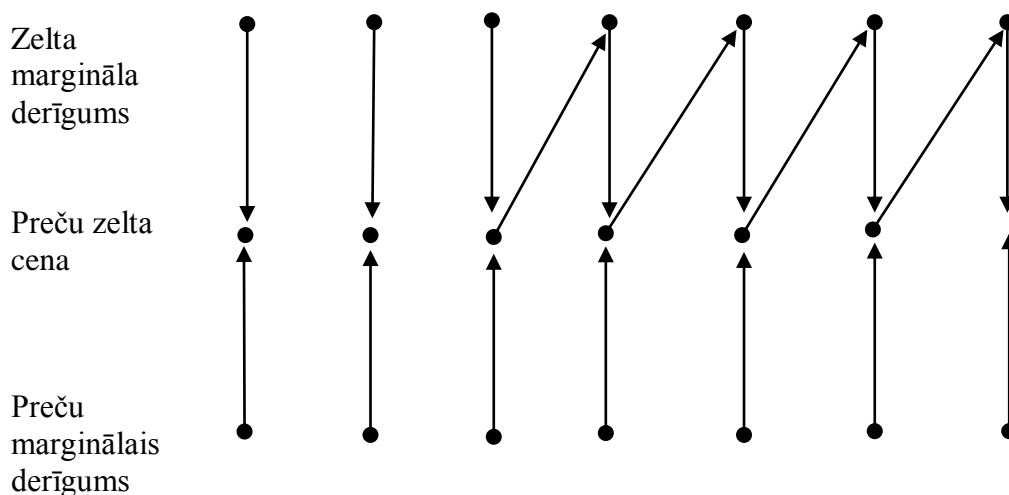
Šai gadījumā atbilde ir tāda, ka šāda regresija nav bezgalīga, un domu pavediens, virzoties uz šīs regresijas apstāšanās punktu, ir atšķirīgs naudas ekonomikas apstākļos un barterdarījumu situācijās. Atcerēsimies, ka naudas derīgums sastāv no *diviem* lieliem elementiem: naudas kā apmaiņas starplīdzekļa derīgums, un naudas priekšmeta tiešās lietošanas derīgums, t.i., naudas priekšmeta, piemēram, zelta izlietošana ornamentiem. Modernajā ekonomikā, kur naudas priekšmets ir attīstīts visā tā pilnībā apmaiņas

starplīdzekļa formā, naudas kā starplīdzekļa lietošanu tiecas aizplīvurot tās tiešā izlietošana patēriņam. Lai gan pieprasījums pēc naudas tālu pārsniedz tās pieprasījumu juvelierizstrādājumiem, tomēr pēdējā veida pieprasījums turpina pastāvēt un ietekmē naudas preces koppieprasījumu.

Katru dienu naudas ekonomikā zelta marginālais derīgums un tādējādi arī tā pieprasījums ir viens no naudas cenu determinējošiem faktoriem. Zelta marginālais derīgums un pieprasījums pēc zelta šodien ir atkarīgs no tās naudas cenu sakārtojuma rindas, kura pastāvēja vakar, kas, savukārt, atgriezeniski ir atkarīga no zelta marginālā derīguma un tā pieprasījuma vakar, utt. Un tā, ja nu mēs domāsim naudu regresējam, t.i., atgriežam to atpakaļ iepriekšējā laika situācijā, tad mums galu galā ir nepieciešams nonākt tajā reālajā laika punktā, kad cilvēki sāka lietot zeltu kā apmaiņas starplīdzekli. Apdomāsim tās pirmās dienas situāciju, kad cilvēki pārgāja no tīrās barterdarījumu sistēmas uz zelta izmantošanu kā apmaiņas starplīdzekli. Šajā dienā naudas cena, vai – drīzāk – zelta cena, par katru labumu bija daļēji atkarīga no zelta marginālā derīguma. Šim derīgumam bija laika komponente, proti, iepriekšējā zelta cenas sakārtojuma rinda, kura bija noteikta barterdarījumos. Citiem vārdiem, kad zeltu pirmo reizi sāka lietot kā apmaiņas starplīdzekli, tā lietošanas marginālais derīgums šajā kapacitātē bija atkarīgs no iepriekš eksistējošās zelta cenu sakārtojuma rindas, kas bija izveidota barterdarījumos. Bet, ja mēs zeltu regresējam vēl uz vienu dienu atpakaļ, t.i., *uz barterdarījumu pēdējo dienu*, tad šajā dienā preču cenām zeltā, līdzīgi kā visām citām preču cenām, laika komponentes *nav*. Šīs cenas tika noteiktas tāpat kā visas citas bartera cenas -- vienīgi ar zelta un citu preču marginālo derīgumu šajā dienā, bet zelta marginālajam derīgumam, ievērojot, ka to lietoja *tikai* tiešai patērēšanai, *nebija* nekādas laika komponentes.

Tādējādi ir pilnīgi izskaidrota naudas jeb zelta cenas noteikšana, bez cirkularitātes un bez bezgalīgās regresijas jēdzienu lietošanas. Zelta pieprasījums ir iekļauts jebkurā zelta cenā. Un šodien zelta pieprasījumam, ciktāl to lieto kā apmaiņas starplīdzekli, ir laika komponente, kas ir bāzēta uz vakardienas zelta cenu sakārtotu rindu. Šī laika komponente regresē līdz pēdējai barterdarījuma dienai, līdz tai dienai, kad zeltu sāka lietot kā maiņas starplīdzekli. Līdz šai dienai zeltam nebija tāda lietojuma; zeltu pieprasīja vienīgi tiešās izlietošanas vajadzībām, un rezultātā zelta cenas determinācijai šajā dienā un visās iepriekšējās dienās, nebija nekādas zelta laika komponentes^{20, 21}. Naudas regresijas cēloņu un laika modelis attēlots 38.zīm. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 utt. ir secīgo dienu kārtas skaitļi jeb numuri, tie attēlo kauzālo faktoru rindu, kuri determinē preču zelta cenu tirgū. Jebkurā laika periodā preču zelta cenu būtiski nosaka zelta un citu preču relatīvais marginālais derīgums, kas ranžēti indivīdu vērtību skalās. Zelta marginālais derīgums ir bāzēts uz zelta cenu, kāda tā bija visā iepriekšējā laika periodā. Ar sakārtoto rindu attēlotais laika komponents ietiecas

1 2 3 4 5 6 7



38.zīm NAUDAS REGRESIJAS CĒĻU UN LAIKA MODELIS

iepriekšējā barterdarījumu periodā, kad zelts tika lietots vienīgi tiešās lietošanas vajadzībām vai ražošanas nolūkos un kā apmaiņas starplīdzeklis. No šī punkta sākot iepriekšējai zelta cenai nav vairs laika komponentes atkarība, un šis laika periodu rindas sakārtojums izzūd.. Šajā diagrammā bartersistēma prevalē 1., 2., 3. dienā, bet zelts tiek izmantots par apmaiņas starplīdzekli, sākot ar 4. dienu un turpmāk.

Viens no svarīgākajiem regresijas teorijas sasniegumiem ir tā fakta atzīšana, ka nauda var rasties trešajā šīs grāmatas daļā aprakstītajā veidā, t.i., tā var attīstīties par patēriņa priekšmetu jau apstākļos, kad tā tiek pieprasīta tiešajai izmantošanai, kā priekšmets, kas arvien vairāk un vairāk tiek izmantots kā vispārējs apmaiņas starplīdzeklis. Zelta kā apmaiņas starplīdzekļa pieprasījums varētu tikt noteikts ar iepriekš eksistējošo cenu sakārtojuma rindu citu preču nosaukumu izteiksmē. Zelts kā apmaiņas starplīdzeklis tādējādi varēja *rasties vienīgi* tādā attīstības procesā, kāds attēlots 38.zīm. diagrammā; un izveidoties par naudu vienīgi barterapmaiņas situācijā no tieši lietojama apmaiņas priekšmeta, kura cenu izteica citu labumu nosaukumos. *Nauda attīstās no patēriņa priekšmeta, kuram jau ir pirktspēja*. Tādi priekšmeti ir, piemēram, zelts un sudrabs. Nauda nevar rasties no tīra gaisa ar kāda pēkšņa “sociāla līguma” vai “valsts likuma” palīdzību.

No šīs analīzes gan nav jāsecina, ka gadījumā, ja kāda pastāvošā nauda zaudētu savu tiešo lietojumu, tad to vairs nevarētu lietot kā naudu. Piemēram, ja zelts, pēc tam, kad tas tika izveidots par naudu, pēkšņi zaudētu savu ornamentālo vērtību vai lietojumu industrijā, tad tas nepieciešanā kārtā nezaudētu arī savu naudas būtību. Ja reiz zelts kā apmaiņas starplīdzeklis tika izveidots par naudu, tam naudas cena saglabājas. Ja kādā X dienā zelts zaudētu savu tiešo lietojumu, tam tomēr būtu iepriekšējā X-1 dienā noteiktā cena un šī zelta cena būtu zelta marginālās vērtības bāze dienā X. Un, līdzīgi, naudas cena, kas bija noteikta dienā X, būtu bāze naudas marginālās vērtības noteikšanai dienā X + 1. Izejot no šī X, zeltu pieprasīs, balstoties tikai uz tā apmaiņas vērtību, un nevis vispār balstoties uz tā tiešo lietojumu. Lai gan absolūti nepieciešanā kārtā nauda radās kā patēriņa priekšmets, kuram bija tiešās lietošanas funkcija, tas tomēr nekādā ziņā nenozīmē to, ka tās tiešais lietojums turpina saglabāties arī pēc tam, kad nauda bija izveidota.

Tātad patēriņa preču naudas cena tika vispusīgi izskaidrota indivīdu vērtību skalas priekšmetu nosaukumos, aizsniedzoties līdz katra labuma subjektīvās lietošanas vērtības

vērtējošais spriedums ir viņam ļoti lietderīgs no savas turpmākās darbības apsvēršanas viedokļa.

Pieņemsim, ka patērētājs nopērk produktu, bet pēc tam konstatē, ka viņa pirkums ir bijis kļūdainis, un ka šim viņa nopirktajam labumam ir maza vai pat nekāda vērtība. Tā, piemēram, cilvēks var nopirkt kūku un tad konstatēt, ka viņš to vispār nevēlas. Kūkas *ex ante jeb* gaidītais derīgums bija lielāks par tās naudas marginālo derīgumu no kuras viņš atteicās, pērkot šo kūku. Bet *ex post* viņš konstatēja, ka ir kļūdījies, bet otrreiz gan viņš nedrīkstētu kļūdīties. Protams, ka neviens nevar atbrīvoties no savas pagātnes, bet katrs var mācīties no savas pieredzes. Vajadzētu būt acīmredzamam, ka kūkai, ja reiz tā nopirkta, un tai ir maza vai nav nekādas vērtības, pat tai gadījumā, ja pircējs par to samaksājis vairākus grānus zelta. *Izdevumi* par šo kūku bija vienādi ar atteikšanās marginālo derīgumu no trim grāniem zelta, kurus viņš par šo kūku izdeva. Bet šis izdevums, kas tika veikts *pagātnē*, nopērkot šo kūku, neattiecas vairs uz šo kūku *tagadnē* un tādējādi nevar kaut kādā veidā ietekmēt tās vērtību *tagadnē*. Lai gan šāds apgalvojums ir labi saprotams, tomēr ekonomika cieš no šīs patiesības noliegšanas, un daļēji pat visā deviņpadsmitajā gadsimtā, un šie maldi izpaužas dažādās vērtības “cenu” teorijās. Šajās cenu teorijās tiek apgalvots, ka preces vērtību nosaka iepriekšējie izdevumi par šo preci vai – precīzāk – izdevumi, kurus pagātnē indivīdi upurējuši, lai to toreiz iegūtu sev. Bet faktiski ir tā, ka labums varētu kļūt vērtīgs vienīgi pateicoties indivīda vēlmei *tagadnē* šo labumu izlietot tieši vai cerot *nākotnē* šo labumu kādam pārdot tiešai lietošanai²³.

Modificējot iepriekš aplūkoto kopsavilkumu par pircēju rīcībām, mēs varam apskatīt gadījumu, kad pircējs nav pēdējais kāda noteikta labuma patērētājs, bet gan drīzāk tā spekulatīvais pircējs, kurš cer, ka nākotnē šīs preces cena paaugstināsies. Šajā gadījumā viņa augstākais ienākums būtu preces turēšanas marginālais derīgums, cerot šo preci nākotnē pārdot par augstāku cenu. Šis ienākums ir viņa neto jeb tīrais ienākums, kad atskaitīti visi ar šīs preces uzglabāšanu saistītie izdevumi.

D. PLĀNOŠANA UN IZVĒLES DIAPAZONS

Naudas izveide katram indivīdam ievērojami paplašināja izvēles diapazonu. Indivīdam lietošanai derīgu labumu izvēles diapazons, kurus viņš varētu iegūt par savu naudu, ir daudz plašāks, nekā atsevišķam indivīdam piederošo un lietojamo preču daudzums. Zirgus vai mājas var dažādi izmantot, arī jēlvielas var izmantot dažādās ražošanas jomās, bet naudu var asignēt izdošanai par jeb ko, neatkarīgi no tā, vai pret naudu iemaināmais priekšmets ir taustāms vai netaustāms. Nauda ievērojami paplašina izvēles diapazonu. Nauda ir galvenais *līdzeklis*, un kā tāda tā ir asignējama indivīda visaugstāk vērtētajām alternatīvajām vajadzībām²⁴.

Visi šie apgalvojumi būtu pareizi tikai tai izpratnes aspektā, ja tirdznieciskos darījumos piedalītos visi cilvēki. Un viņi vienmēr iesaistītos savas naudas kā šāda galvenā līdzekļa asignēšanā, cerot apmierināt savas visaugstāk vērtētās alternatīvās vajadzības. Persona savas darbības vispār, bet apmaiņas darbības – it sevišķi, veic īstenojot savas gaidas, turklāt -- vislabākajā veidā. Cilvēki vienmēr īsteno to darbību kursu, no kura viņi gaida vai cer gūt sev visaugstāk vērtēto un praktiski iespējamo gala rezultātu noteiktā nākotnes laukpunktā (kas dažkārt var arī būt laikā tik tuvs, ka darbība jāveic tūdaļ) un tādējādi gūt peļņu no sava darījuma. Bet, ja indivīds darbosies kļūdaini, resp., tā, ka kāds cits viņa darījums būtu viņam izdevīgāks un nestu lielāku psihisko ienākumu, tad viņš zaudēs. Viņš izvērtē savu *ex ante* situāciju tagadnē un iespējamā nākotnē, izvērtē savas izvēles un tiecas sasniegt tās atbilstīgi savai tehnoloģiskajai kompetencei, rīkojas atbilstīgi savam darbības *plānam*. Viņa darbību plāns ir savu rīcību paredzējums, kas balstīts uz viņa vajadzību ranžējumu un pieņēmumiem, kas balstās uz viņa zināšanām par to, kā iegūt savu vajadzību apmierināšanai nepieciešamos gala

produktus. Šādā izpratnē katra persona vienmēr *plāno* savu rīcību. Šis plānojums var ietvert plašu darbību diapazonu, sākot ar iespaidīgām investīcijām jaunā tērauda rūpnīcā, līdz mazu zēnu lēmumiem izdot divus centus par stikleni. Plāno vienmēr kaut ko noteiktu²⁵. Ir kļūdaini uzskatīt, ka brīvā tirgus sabiedrība ir “bez plāna” sabiedrība; gluži otrādi, pat katrs indivīds plāno savas darbības.

Bet vai nevar veidoties *haoss*, ja indivīda plāns izrādās nekoordinējams? Protams – nē, jo pati apmaiņas sistēma koordinē indivīdu plānus, apmierinot *abas* apmainītāju puses. Un jau iepriekš izskaidrojām principus un kārtību, kas nosaka apmaiņas fenomenus monetārajā ekonomikā: cenas, izlaides produkciju, izdevumus u.c. Monetārās ekonomikas struktūra prezentē komplicētu sistēmisku ainu un tā ir deducēta no cilvēka rīcības un netiešās apmaiņas kā savas bāzes²⁶. Un tādēļ plānošana nevar būt haotiska.

6. Patēriņa preču cenu savstarpējās attiecības

Patērētājs tirgū vienmēr saduras ar grūtībām, kas saistītas ar daudzveidīgo patēriņa preču iepriekšējām naudas cenām. Balstoties uz savu derīgumu vērtību skalu, viņš nosaka dažādo preču vienību un savas naudas ranžējumus un šāds ranžējums viņam rāda, cik daudz naudas viņš var izdot par katru preci. Īpaši jāuzsver, ka *viņš vēlas izdot savu naudu par kādu konkrētu preci, kamēr vien šīs preces papildvienības marginālais derīgums pārtrauks būt lielāks, nekā tās naudas marginālā vērtība, kuru viņš par šo patēriņa preces vienību izdod*. Šis ir patērētāja rīcības likums tirgus ekonomikā. Izdodot naudu par preci, katras jauniegūtās preces vienības marginālais derīgums pazeminās, bet tās naudas marginālais derīgums, no kuras viņš, maksādams ar to par preci, atsacījās, pieaug, līdz kamēr viņš pārtrauc izdot naudu par šo preci. Gadījumā, kad kaut vienas kāda labuma vienības marginālais derīgums kļūst zemāks par tās tirgus naudas cenas marginālo derīgumu, kuru viņš izdod par šo preces vienību, indivīdam nav vairs jāpērk nevienu šīs preces vienību.

Šādā veidā katrs indivīds nosaka savu jebkuras preces pieprasījuma sarakstu, un, tāpat, tā tiek arī noteikts viss tirgus pieprasījuma sarakstu kopums. Preču pozīcijas jeb rangi tirgus pieprasījuma sarakstos nosaka kāda varētu būt jebkuras preces tirgus cena tuvākajā nākotnē. Tā, lūk, ja mēs sadalām tirdzniecību darbības pa laika vienībām, teiksim, “dienām”, tad katrs individuālais pircējs izveido savu ranžējumu un pieprasījuma sarakstus, pamatojoties uz tām preču cenām, kādas pastāvēja dienas-1 beigās, un šādi izveidotie saraksti nosaka, kādas varētu būt šo preču cenas nākamās dienas, resp., dienas-2 beigās.

Tagad vēlams atgriezties pie šīs grāmatas 2.daļas 9. un 10. sadaļā izklāstītā. Tur veiktā barterdarījumu analīze ir attiecināma arī uz naudu. Katras dienas beigās reāli pastāvošie pieprasījumu saraksti (vai drīzāk koppieprasījuma saraksts) un preču krājumi iedibina līdzsvara cenas šajā dienā. Naudas ekonomikā šie faktori nosaka dažādu preču naudas cenas visas šīs dienas laikā. Preču cenu izmaiņu analīze, kas izklāstīta 2.daļā, ir tieši lietojama arī šajā sadaļā. Naudas ekonomikā svarīgākā tirdzniecība turpinās dabiskā ceļā, jo preces tiek ražotas katru dienu un tās nonāk tirgū. Izmaiņām piedāvājuma un pieprasījuma sarakstos vai – izmaiņām koppieprasījuma sarakstos un krājumu kvantumos piemīt tā pati darījumu virzošā ietekme, kāda tā ir barterdarījumos. Pieaugumi tirgus koppieprasījuma sarakstos, salīdzinājumā ar iepriekšējās dienas tirgus stāvokli, paaugstina arī naudas cenas šajā dienā; dabūjamā preču krājuma pieaugums pazemina šo preču cenu utt. Tāpat kā barterdarījumos, visu preču krājumi dienas beigās nonāk pie tiem īpašniekiem, kuriem ir visspēcīgāk izteikta vēlme tās iegādāties.

Līdz šim mēs pievērsāmies katras atsevišķas patēriņa preces cenas noteikšanai naudas izteiksmē un neveltījām īpašu uzmanību šo cenu savstarpējām attiecībām. Tomēr būtu nepieciešams arī šīs attiecības izprast. Dabūjamās preces ir ranžētas indivīdu vērtību skalās sasaistē ar viņu spēju turēt naudas precī savas skaidrās naudas bilancēs. Un tā, atbilstīgi šiem ranžējumiem un derīguma likumam, indivīdi asignē savas naudas vienības visvērtīgākajiem tās izlietojumiem – dažādām patēriņa precēm, investēšanai dažādos faktoros un savas skaidrās naudas bilances papildinājumam. Pagaidām atliksim jautājumus par naudas pārdali starp patēriņu un investīcijām, kā arī savas skaidrās naudas bilances papildinājumam, bet izskatīsim tikai patēriņa preču cenu savstarpējās attiecības.

Patēriņa preču savstarpējo attiecību likums ir šāds: *jo vairāk kādam noteiktam labumam (teiksim A) ir substitūtu, kuri indivīdam dabūjami apmaiņā, jo šī labuma (A) pieprasījuma saraksti (indivīda un tirdzniecības) kļūst elastīgāki*. Bet no “labuma” definīcijas seko, ka divi labumu nav viens otra perfekti substitūti, jo tiklīdz kā patērētājs uzskata divus labumus par pilnīgi identiskiem, tie kļūst, atbilstīgi definīcijai, par vienu labumu. Bet no otras puses, visi patēriņa labumi ir viens otra *parciāli jeb daļēji* substitūti. Kad indivīds ranžē savā vērtību skalā dabūjamo labumu miriādes un sabalansē to derīgumu samazinājumus, viņš uzskata vienu labumu par otra labuma parciālo substitūtu. Viena labuma ranga maiņa nepieciešamā kārtā izraisa visu pārējo labumu ranžējumus jeb rangu izmaiņas, jo visi ranžējumus izsaka ar kārtas skaitļiem un tie ir relatīvi. Viena labuma augstāka cena pārbīdīs patērētāju pieprasījumu no šīs patēriņa preces un kādu citu patēriņa precī, un tās pieprasījuma saraksts tādēļ paaugstināsies. Un apgrieztā sakarībā, proti, kādas preces piedāvājuma palielinājums izraisa tās cenas krišanos, un tādēļ patērētāju pieprasījums pārbīdīsies no citām precēm uz šo precī, kurai tagad zemāka cena, un tas, savukārt, pazeminās citu preču pieprasījumu sarakstus (protams, dažām vairāk, citām – mazāk).

Uzskats, ka tikai tehnoloģiski vienādi labumi ir viens otra substitūts, ir maldīgs. Jo vairāk naudas patērētājs izdos par cūkgaļu, jo mazāk naudas viņš var izdot par liellopu gaļu; jo vairāk naudas viņš izdos par ceļojumiem, jo mazāk naudas viņš varēs izdot par TV. Pieņemsim, ka cūkgaļas krājumu samazināšanās tirgū izraisīs tās cenas paaugstināšanos; un šīs izmaiņas ietekmēs liellopu gaļas pieprasīto kvantumu un tās cenu. Ja cūkgaļas pieprasījuma saraksts ir pilnīgi unitāri elastīgs visā savā diapazonā, tad tās paaugstinātā cena būs cēlonis mazākiem naudas izdevumiem tās pirkšanai, bet vairāk naudas aizplūdis tāda tās substitūta pirkšanai kā liellopu gaļa. Pieprasījuma saraksts pēc liellopu gaļas palielināsies un arī tās cena celsies. Bet – no otras puses – ja pieprasījuma saraksts pēc cūkgaļas ir *neelastīgs*, vairāk patērētāju naudas tiks izdota par cūkgaļu, un tā rezultātā vajadzētu pazemināties pieprasījuma sarakstam pēc liellopu gaļas un, kā sekas, arī tās cenai. Šādas substitūtīvo preču savstarpējās attiecības ir zināmā mērā patiesas attiecībā pret visām precēm, jo visas preces ir viena otras substitūts; un tādējādi jebkura prece tiek iesaistīta konkurencē par patērētāju naudas krājumu. Protams, ka daži labumi ir “identiskāki”/pilnīgāki substitūti nekā citi, un to savstarpējā sasaiste būs ciešāka, nekā citiem – mazāk “identiskiem” substitūtiem. Labumu substitūtīvās sasaistes ciešums ir atkarīgs no to patērētāju īpašajiem apstākļiem un substitūtu izvēlē cilvēki tiem dod priekšroku, nevis labumu tehnoloģiskajai līdzībai.

Patēriņa preces, ciktāl tās ir viena otras substitūti, ir saistīti sekojošos veidos: kad krājums A palielinās un tādējādi A preču cenas krīt, tad (1) ja A pieprasījumu saraksti ir elastīgi, tad arī būs vērojamas B, C, D utt. pieprasījumu pazemināšanās tendences, un to cenas pakāpeniski kritīs; (2) ja A pieprasījuma saraksti ir neelastīgi, tad tas izraisīs B, C, D utt. pieprasījuma kāpumu, un līdz ar to arī konsekvētu to cenu kāpumu; (3) ja elastība ir pilnīgi neitrāla (jeb pilnīgi unitāra), resp., tāda, ka naudas daudzums, kas izdots par A, nemainās, tādā gadījumā tas neietekmēs nedz pieprasījumu, nedz citu preču cenas.

Naudas ekonomikai un civilizācijai attīstoties palielināsies gan pieejamo preču daudzums, gan to substitūti. Tātad, rezultātā, ir tendence dažādu preču pieprasījumam kļūt daudz elastīgākam, lai gan šīs tendences diapazons var būt ļoti plašs – no pilnīgi elastīgas līdz pilnīgi neelastīgai. Tā kā substitūtu daudzuma palielināšanās tiecas padarīt individuālo pieprasījumu grafikus elastīgus, tad sāk dominēt pirmais no iepriekš minētajiem mijdarbības tipiem. Kad tirgū parādās *jauni* preču tipi, tie aizvirza naudas pieprasījumu prom no citiem substitūtīvajiem produktiem un tas izraisa reakciju jeb pretdarbību, kura atbilst pirmajam iepriekš minētajam tipam.

Patēriņa preču substitūtīvās attiecības pārliecinoši izskaidrojis Filips Vaikstīds²⁷ (Philip Wicksteed).

Ja kāda sieviete iet uz tirgu, bet vēl pilnībā nav izlēmusi vai viņa grib pirkt jaunus kartupeļus vai cāļus, tad cenu, par kuru viņa varētu pirkt, viņa nosaka divējādi ... Viņa apsver savas pirkšanas iespējas un pirmais un vissvarīgākais cenas indikators ir tā alternatīva, no kuras viņa varētu atteikties. Bet ir vienlīdz redzams, ka ne tikai šīs konkrētās lietas cena viņai ir svarīga, bet arī daudzu citu lietu cenas ietekmē viņas izlemšanas problēmu. Ja, piemēram, pietiekami labi vecie kartupeļi būtu dabūjami par zemāku cenu, viņa nebūtu uz miera maksāt augstāku cenu par jaunajiem kartupeļiem, utt.

Ja no patērētāja kā pircēja viedokļa visas patēriņa preces viena ar otru konkurē, tad tas nozīmē, ka viena prece attiecībā pret konkurējošo precī ir *komplementāra* jeb ir tās papildprece. Komplementārās preces ir tādas preces, kuras no patērētāju viedokļa ir cieši saistītas. Komplementārās patēriņa preces ir, piemēram, *golfa nūjas* un *golfa bumbiņas*. Tās ir divas dažādas preces, kuru pieprasījumi kāpj un krīt savstarpēji sasaistīti. Attiecībā uz minēto piemēru var apgalvot, ka golfa bumbiņu piedāvājuma palielinājums izraisīs bumbiņu cenu *kritumu*; bet paaugstinās golfa *nūju* pieprasījuma sarakstu un palielinās arī pieprasīto golfa bumbiņu daudzumu. Tas izraisīs golfa nūju cenu *paaugstinājumu*. Tātad atkarībā no tā, cik lielā mērā divas preces A un B ir komplementāras, preču A piedāvājumam palielinoties, to cena krīt, preces B pieprasījuma saraksts palielinās un tās cena paaugstinās. Tā kā kādas preces cenas kritums vienmēr palielina tās pieprasīto daudzumu, tas vienmēr stimulē komplementārās preces pieprasījuma sarakstu un tādējādi izraisa tās cenas kāpinājumu²⁸. Šādu norišu rezultātam oriģinālās preces pieprasījuma elastība nav būtiska.

Rezumējums par patēriņa preču mijdarbībām.

Substitūtīvās preces:

Ja preču A krājums *palielinās* un to cena *pazeminās*, tad ja

A pieprasījuma grafiks ir:

Neelastīgs: B, C, D, pieprasījums un cena *paaugstinās*

Elastīgs: B, C, D, pieprasījums un cena *pazeminās*

Neitrāls: B, C, D, neietekmē, nemainās



Komplementārās preces:

Ja preču A krājums *palielinās*, A cena *pazeminās*, tad

B, C, D, pieprasījums un cena *paaugstinās*

(Kamēr vien pieprasījuma grafiks ir vertikāls, ietekmes nav. Vai: Līdz brīdim, kamēr pieprasījuma grafiks paliek vertikāls, komplementāro preču B, C, D, . . . tirgus netiek ietekmēts)

Visas preces ir savstarpēji substitutīvas, bet tikai nedaudzas ir savstarpēji komplementāras jeb papildpreces. Kad visas preces ir arī savstarpēji komplementāras, tad komplementārais efekts tiek sajaukts ar substitutīvo efektu, un tad katra atsevišķā gadījuma raksturu nosaka tā faktora ietekme, kurš ir spēcīgāks, proti, vai nu komplementārais vai – substitutīvais faktors.

Līdz šim aplūkojām tikai tās patēriņa preču mijdarbības, kuras saistītas ar preču krājuma vai piedāvājuma izmaiņu efektu. Ja notiek izmaiņas pieprasījuma sarakstā, tad ietekmes ir atšķirīgas – citādākas. Pieņemsim, ka preču *A* tirgus pieprasījuma saraksts pieaug – nobīdās pa labi. Tas nozīmē, ka pie jebkuras hipotētiskās cenas nopirktais preču *A* daudzums un līdz ar to par šo preču daudzumu izlietotā naudas kopsumma arī *pieaugusi*. Bet, pie dotā naudas piedāvājuma kopienā, tas nozīmē, ka būs vienas vai vairāku citu preču pieprasījuma sarakstos samazinājums²⁹. Izdodot no esošā naudas krājuma vairāk par precī *A*, mazāk naudas atliks ko izdot par precēm *B, C, D, . . .*. Pēdējo preču – *B, C, D, . . .* – pieprasījuma grafiki nobīdās pa kreisi un šo preču cenas *krīt*. Tādējādi visu preču savstarpējās substitutīvītes efekts ir tāds, ka preces *A* pieprasījuma pieaugums rezultējas preces *A* cenas paaugstināšanā un tas novedīs pie visu pārējo preču *B, C, D, . . .* pieprasījuma sarakstu pazeminājuma un to cenu krituma. Mēs sapratīsim šīs attiecības pilnīgāk, kad apjēgsim, ka pieprasījuma sarakstus determinē indivīdu vērtību skalas un ka *A* vienības marginālā derīguma paaugstināšanās nozīmē citu patēriņa preču derīguma relatīvo kritumu.

Divas preces viena otru ietekmē atbilstīgi savai komplementaritātes pakāpei. Pieaugot golfa nūju pieprasījuma sarakstam, iespējams, ka palielināsies arī golfa bumbiņu pieprasījums, jo abas nosaka relatīvi pieaugošā golfa spēlēšanas vēlme. Ja mainās pieprasījums, tad komplementāro preču cenas paaugstināsies vai kritīs reizē. Un šajā gadījumā nevaram teikt, ka preces *A* pieprasījuma kāpums noved pie komplementārās preces *B* pieprasījuma kāpinājuma, jo abām ir viens un tas pats pieprasījuma paaugstinājuma cēlonis, proti, viens patēriņa priekšmetu komplekts – golfa spēles rīki.

Tagad mēs atkal varam rezumēt abu patēriņa preču mijdarbības, kuras saistītas ar šo preču krājuma un pieprasījuma izmaiņām (piedāvātāju rezervēto pieprasījumu šai gadījumā varētu neņemt vērā, tā kā šai gadījumā spekulatīvais elements tiecas koriģēt bāzes determinantu vērtējumus, patērētāju pieprasījumu).

10. tabulā redzamas preču *B, C, D*, reakcijas uz preces *A* determinantu izmaiņām, atkarībā no tā, cik lielā mērā šīs preces ir substitutīvas vai komplementāras attiecībā pret precī *A*. Zīme “+” rāda, ka pārējo preču cenas reaģē tajā pašā virzienā kā preces *A* cena; zīme “–” nozīmē, ka pārējo preču cenas reaģē pretējā virzienā.

10. TABULA

B, C, D, . . . cenu izmaiņas

Ja <i>A</i> un <i>B, C, D</i> ir:	Ja mainās <i>A</i> krājums	Ja mainās <i>A</i> pieprasījums
Savstarpēji substitutīvas	+	ja <i>A</i> pieprasījums ir <i>elastīgs</i>
	--	ja <i>A</i> pieprasījums ir <i>neelastīgs</i>
	Nekas 0	ja <i>A</i> pieprasījums ir <i>unitārs</i>
		--

Savstarpēji komplementāras	--	+
-------------------------------	----	---

Dažos gadījumos vecais krājums varētu tikt vērtēts atšķirīgi no jaunā krājuma, un tos varētu uzskatīt par atsevišķiem, nošķirti labumiem. Tā, piemēram, vecas bet labi saglabājušās naglas ir uzskatāmas par tādām pašām kā jaunas – tikko ražotas naglas, un arī veco Fordu var uzskatīt par tādu pašu kā jauno Fordu. Šajā gadījumā abi labumi ir cieši saistīti. Ja pieprasījuma saraksts pēc jaunajiem Fordiem pazeminās, bet to cena paaugstinās, patērētāji pārsviedīsies uz veco Fordu pirkšanu, tādējādi izraisot veco Fordu cenu celšanos. Tādā veidā vecie un jaunie patērētāji priekšmeti, kas ir tehnoloģiski līdzīgi, kļūst savstarpēji ļoti cieši saistīti substitūti un to pieprasījumi un cenas arī būs cieši saistītās attiecībās.

Ekonomikas literatūrā patērētāja teorijā daudz ir rakstīts par “pieņēmumu”, ka katrs labums tiek izvēlēts pietiekami neatkarīgi no citiem labumiem. Faktiski, kā jau redzējām, dažādu labumu izveles ir nepieciešamā kārtā savstarpēji atkarīgas, jo visas tās ir ranžētas patērētāju vērtību skalās. Visu labumu derīgumi ir relatīvi. Labumu ranžētās vērtības un nauda ļauj indivīdam veidot katrai precei (un to kopumam) savu pieprasījuma sarakstu naudas izteiksmē.

7. Ilglietojamu preču cenas un šo preču pakalpojumi

Kādēļ cilvēki pērk patērētāja preces? -- Kā mēs jau redzējām šīs grāmatas 1. daļā, patērētāja preces ir iekārots un pieprasīts labums tādēļ, ka rīcības persona cer ar tām apmierināt savas visaugstāk vērtētās vēlmes, cer, ka ar tām viņai būs iespējams gūt savu vissvarīgāko vajadzību apmierinājumu. Citiem vārdiem, jebkura labuma vērtība ir tas subjektīvais *baudījums*, ko indivīds varētu gūt, to *patērējot*. Taustāmos labumus, tādus kā, piemēram, barība, apģērbs, māja u.c., un netaustāmos labumus, tādus kā, piemēram, ārstnieciska palīdzība, koncerta sniegums u.tml. patērētājs vērtē kā pakalpojumus, kuri viņam dod gandarījumu.

Katrs patērētāja labums spēj sniegt noteiktu daudzumu *pakalpojumu laika vienībā*. To var nosaukt par labuma *vienības servisu jeb pakalpojumu*. Ja pakalpojumi ir apmaināmi, tos iespējams pārdot atsevišķi. No otras puses, ja prece ir fizisks ilglietojams priekšmets, to iespējams pārdot patērētājiem pa gabaliem. Tas nozīmē, ka šāda tipa prece satur vairākas nākotnē realizēt iespējamās pakalpojuma vienības. Kādas ir savstarpējās attiecības starp pakalpojuma vienībām un ilglietojamu preci kā veselumu to cenu izteiksmē?

Ir ļoti zināms, ka, pārējiem noteikumiem esot vienādiem, *daudz* ilgspējīgāki labumi ir vērtīgāki nekā *mazāk* ilgspējīgi labumi, jo pirmie satur vairāk nākotnē iespējamo pakalpojumu vienības. Tā, pieņemsim, ka ir divi televizori un abi skatītājiem sniedz vienādus pakalpojumus, bet televizora *A* projektētais kalpošanas ilgums ir pieci gadi, bet *B* – desmit gadi. Uzskatot, ka abu servisi ir vienādi, *B* sola divreiz vairāk pakalpojumu nekā *B*. Līdz ar to *B* tirgus cena būs divreiz lielāka par *A* tirgus cenu³⁰.

Neilgspējīga prece nav nošķirama no tās palpojuma. Un tādēļ šādas preces vienmēr pārdod kā veselumus. Sviests, olas utt. tiek pārdoti kā veselumi. Veselumu veido viela un pakalpojums. Turpretī personu kā garīgi fizisku veselumu nekad nepārdod. Tā to darīja tikai vergu tirgū. Tā, piemēram, brīvā tirgus apstākļos neviens nevar nopirkt ārstu, advokātu vai piānistu uz visu viņa mūžu, t. i., lai viņi sniegtu pakalpojumus pēc savas

brīvas gribas, bet bez samaksas. Persona pārdod savus pakalpojumus kā savas personības individualizētas vienības.

Problēma pārdot pakalpojumu pa daļām vai kā veselumu, rodas sakarā ar ilgspējīgu patēriņa priekšmetu pirkšanu, tādu kā mājas, pianīno, smokingi, televizori u.c. Mēs redzējām, ka labumus kā veselumus pārdod pa daļām – nodalītām/atdalītām homogēnām vienībām, piemēram, maizi pa šķēlēm, olas – pa olu dučiem u.tml. Iepriekšējā diskusijā konstatējām, ka labumu varēja pārdot divējādi – kā fizisku vienību komplektu, piemēram, māja, televizors u.c., vai pa pakalpojumu vienībām uz noteiktu laika periodu. Šo ilgspējīgo labumu pārdošanu pa pakalpojuma vienībām sauc par rentēšanu, izrentēšanu, īrēšanu, iznomāšanu, bet pakalpojuma vienības cenu sauc par *renti*.

Tā kā labums pats par sevi ir tikai cerēto pakalpojumu vienību saišķis, tad ir pareizāk par mūsu analīzes pamatjēdzienu pieņemt *pakalpojuma vienību*. Un ir arī saprotams, ka patēriņa labuma pakalpojuma vienības pieprasījums un cena tiek noteikti pēc tiem pašiem principiem, kas jau iepriekš izklāstīti šajā grāmatā.

Ilgspējīgi labumi satur pakalpojuma vienību kopumu, kas izmantojams ilgākā laika periodā. Iedomāsimies, ka mājas gaidītais kalpošanas mūžs ir 20 gadi. Pieņemsim, ka šīs mājas gada īres maksas tirgus cena, kuru nosaka tirgus piedāvājums un pieprasījums, ir 10 unces zelta. Kāda šai gadījumā būs šīs mājas kā veseluma tirgus cena, ja to tagad vajadzētu pārdot? Tā kā ikgadējā šīs mājas rente ir 10 unces (un uzskatot, ka rentes lielums gadu gaitā nemainīsies) mājas pircējs iegūs kopsummu, kas vienāda ar 20 x 10, vai 200 unces cerētā rentes ienākuma. Mājas kā veseluma cena tieksies būt vienāda ar tās pašreizējo vērtību – 200 uncēm. Ērtības labad šobrīd pieņemsim, ka nedarbojas laika preferences fenomens, un, tādēļ pašreizējā vērtība 200 unču apjomā paliek nemainīga arī turpmāk. Šajā gadījumā mājas kā veseluma cena tiecas līdzināties 200 uncēm.

Bet pieņemsim, ka mājas kā veseluma tirgus cena ir 180 unces. Šajā gadījumā būtu liels pieprasījums pēc šīs mājas, jo, nopērkot šo māju par 180 uncēm, var gaidīt monetāro peļņu, jo šo māju var izrentēt un gūt kopienākumu 200 unču apmērā. Šāda darbība ir līdzīga pirkšanai spekulatīvos nolūkos, cerot vēlāk to atkal pārdot par augstāku cenu. No otras puses, mājas pašreizējam īpašniekam tās pārdošana par 180 uncēm būtu ļoti nepatīkams darījums. Viņam daudz izdevīgāk būtu šo māju izrentēt, nevis pārdot. Tādējādi, pie šādiem nosacījumiem būtu ievērojams pieprasījuma ekscess, kas ievērojami pārsniegtu šāda tipa māju piedāvājumu pārdošanai par 180 uncēm. Šāda ekscespieprasījuma situācijā vairāksolīšana izraisīs mājas cenas paaugstināšanos, tiecoties uz 200 unču līmeni. No otras puses, pieņemsim, ka mājas tirgus cena ir lielāka par 200 uncēm. Tad būs neliels skaits pirkšanas pieprasījumu, jo lētāk būtu rentēt šo māju, nevis par šādu summu to nopirkt. Gluži pretējā situācijā atrodas mājas pārdevējs – viņš māju labprātāk pārdotu, nekā izrentētu, jo pārdošanas cena ir augstāka, resp. viņam izdevīgāka. Ekscespiedāvājums virs cenas 200 unces par māju pārsniedz pieprasījumu un tiecas iedibināt līdzsvara cenu.

Kamēr tirgus cenu nosaka tā kā tas aprakstīts šīs daļas iepriekšējā sadaļā, tirgus arī nosaka cenu *attiecības*. Mēs redzējām, ka ir noteikta saistība starp ilgspējīga patēriņa labuma pakalpojuma vienības cenu un šī labuma kā veseluma cenu. Ja šīs saistības jeb attiecības tiek sagrautas vai nav lietojamas kādā īpašā laika periodā, tad indivīdu darbības tirgū tiecas izveidot tās, veicot darbības un cerībā būt peļņu un gala rezultātā tas viss neizbēgami noved pie izdevību likvidēšanas. Tā ir “arbitrāžas” situācija tai pašā izpratnē kā *vienas cenas* izveide tirgū kādai konkrētai precei. Ja kādai precei pastāv divas cenas, tad cilvēki metīsies pirkt šo precī lētākajā tirgū un vairāk tās pārdot dārgākajā tirgū, kamēr šīs aktivitātes ar preču krājumu un pieprasījumu abos tirgos izveidos līdzsvara cenu un tādējādi likvidēs arbitrāžas nepieciešamību. Ilgspējīgu labumu un to pakalpojumu gadījumā tirgus tiecas izveidot līdzsvara cenu attiecības. *Labuma kā*

veseluma tirgus cena ir vienāda ar šī labuma nākotnē gaidītā rentes ienākumu vai rentes cenu summas pašreizējo vērtību.

Nākotnē gaidītie rentes ienākumi, protams, nav nepieciešamā kārtā vienkārša pašreizējās rentes cenu ekstrapolācija. Patiešām, tā kā cena vienmēr ir mainīga, tad gandrīz vienmēr gadīsies tā, ka arī rentes cenas nākotnē būs mainījušās. Kad persona nopērk ilgt spējīgu labumu, viņa ir nopirkusi tā pakalpojumus uz ilgu laiku nākotnē; tas nozīmē, ka viņa vairāk ņemusi vērā *nākotnē* iespējamo likmi, nekā pašreizējo likmi; pašreizējo cenu viņa ņem vērā tikai kā varbūtēju ievirzes faktoru nākotnē³¹. Tagad pieņemsim, ka daudzi tirdzinieki vērtē, ka šīs mājas rentes tuvākajās dekādēs būs daudz zemākas nekā pašreiz, ka cena nebūs vis 20 x 10 unces, bet atbilstīgi mazāka.

Lai turpinātu problēmas risinājumu, mums tagad nepieciešams definēt "labuma kā veseluma cenu", kā tās tirgus *kapitālo vērtību*, pat riskējot ar neskaidrībām sakarā ar jēdzienu "kapitālprece". Jebkura labuma kapitālvērtība ir šīs preces naudas cena par kuru to pašreiz tirgū iespējams pārdot. Šis jēdziens attiecas uz ilgspējīgiem labumiem (patēriņa precēm, kapitālprecēm, dabas dotiem faktoriem) un ietver sevī to nākotnē iespējamās pakalpojumus³². Patēriņa preces kapitālvērtība tiecas būt vienāda ar nākotnē gaidīto nomas maksu summas pašreizējo vērtību.

Jebkurā brīdī kapitālā vērtība bāzējas uz nākotnē gaidītajām īres cenām. Bet kas notiks, ja šīs gaidas būs kļūdainas? Iedomāsimies, piemēram, ka šīs mājas tirgus gaidītās rentes cenas tuvāko nedaudzo gadu laikā paaugstināsies un tās kapitālā vērtība būs augstāka par 200 uncēm. Pieņemsim, ka īres cena turpretī reāli kritīsies. Tas nozīmēs, ka mājas oriģinālā kapitālā vērtība tirgū ir novērtēta pārāk augstu un tā pārsniedz šīs mājas īres ienākumus. Tie, kuri pārdeva māju, teiksim, par 250 uncēm, guva peļņu, bet tie, kuri nopirka māju nolūkā to izrentēt, šajā transakcijā jeb darījumā izrādījās zaudētāji. Tādā kārtā tie, kuru paredzējumi bija pareizāki, ieguva, bet tie, kuru paredzējumi bija nepareizi, zaudēja, un tas notika viņu spekulatīvo darījumu dēļ.

Ir labi saprotams, ka šāda veida monetārā peļņa nerodas vienkārši no pareiza paredzējuma, *bet gan no tā, ka vienu indivīdu paredzējumi ir pareizāki, nekā citu indivīdu paredzējumi*. Ja visu indivīdu paredzējumi būtu bijuši pareizi, tad oriģinālai kapitālajai vērtībai vajadzēja būt zem 200 uncēm, teiksim, 150 unces, un tas tad galā būtu zemās rentes cenu rezultāts. Šādā gadījumā monetārā peļņa nebūtu iespējama³³. Vajadzētu būt saprotamam, ka peļņa vai zaudējums ir pašu ieguvēju un zaudētāju brīvas darbības sekas. Cilvēks, kurš nopircis kādu mantu tā izrentēšanas nolūkā, ir tikai pats vainīgs, ja, paļaudamies uz ekscesīvu kapitālo vērtību, bija pārāk optimistiskās cerībās par iespējam gūt peļņu no savas investētas naudas. Cilvēks, kurš pārdod par kapitālo vērtību, kura ir augstāka par iespējamo īres ienākumu ir apbalvots par savu gudrību ievērot visu pušu brīvos lēmumus. Un tā kā veiksmīgi prognozētāji realitātē tiek apbalvoti, bet sliktie sodīti, atbilstīgi savu pareizo un nepareizo spriedumu proporcijām, tirgus tiecas izveidot un uzturēt tik augstu paredzējumu kvalitāti, cik vien to cilvēciski iespējams paveikt.

Tirgus ikdienas iedibina līdzsvaru starp kapitālo vērtību un nākotnē *gaidīto* renšu maksu summu. Tas notiek līdzīgi tam, kā tiek iedibināta ikdienas tirgus līdzsvara cena jebkurai precei, ievērojot tās piedāvājumu un pieprasījumu. No otras puses, līdzsvara attiecības starp pašreizējo kapitālo vērtību un faktiskajām nākotnē iespējamām rentēm ir veiksmīgo tirdzinieku paredzējumu rindas. Šī attiecība ir *finālais* līdzsvars. Tas ir līdzīgs ikdienas iedibinātajai preču *finālai līdzsvara* cenai.

Kapitālās vērtības un rentes cenu pētīšanai nepieciešama piedāvājuma-pieprasījuma papildus analīze. Vienības rentes cenas noteikšana nesastāda problēmu. Kapitālās vērtības cenas noteikšanu tomēr nepieciešamas modificēt atkarībā no rentes cenas un sasaistē ar to. Ilgspējīgas preces pieprasījums būs ne tikai sasaistīts ar tās lietošanas

vērtību, bet būs arī citu vērtību daļa, kā *pieprasījums investīcijām*, kuras *nākotnē būtu iespējams izrentēt*. Ja cilvēks jauš, ka kāda konkrēta labuma kapitālās vērtības tirgus cena ir zemāka nekā ienākums, kuru viņš varētu gūt nākotnē no šī labuma rentes maksas, viņš pārdos šo labumu un ieies tirgū kā izrentēšanas maksu piedāvātājs. Un līdzīgi – šī labuma kā veseluma *rezervētais pieprasījums* būs ne tikai tā tiešās lietošanas vai spekulatīvo cenu kāpuma sakarā, bet arī atkarīgs no šī labuma izrentēšanas iespējām nākotnē. Ja ilgpējīga labuma īpašnieks uzskatīs, ka šī labuma pārdošanas cena (kapitālā vērtība) ir zemāka par tā rentes maksu, viņš šo labumu paturēs savā īpašumā, bet izrentēs to. Preces kapitālā vērtība būs tāda pati kā visam krājums, un visiem preces pieprasījumiem arī vajadzētu būt līdzsvarā. Pircēju rezervētais pieprasījums, tāpat kā iepriekš, būs radies tā iemesta dēļ, ka pastāv naudas rezervētais pieprasījums, jo abu šo labumu kā veselumu – proti, paša labuma kā veseluma un tā vienību pakalpojumi – apmaiņā tiks pieprasīta nauda.

Citiem vārdiem, jebkuras patēriņa preces gadījumā tās īpašniekam ir divas izvēles – vai nu to patērēt tieši vai pārdot to par naudu. Ilgpējīga labuma gadījumā tās īpašnieks var veikt ar to tikai vienu no sekojošām darbībām: vai nu lietot to tieši, vai pārdot to kā veselumu, vai izīrēt to – uz laiku pārdodot tā pakalpojumu vienības. Mēs jau redzējām, ja labuma tiešai lietošanai ir augstāka vērtība viņa vērtību skalā, tad cilvēks to izlieto pats, bet netaisī šo labuma krājumu tirgū; ja šī labuma kā veseluma pārdošanai ir augstāka vērtība viņa vērtību skalā, tad viņš ieiet kapitāla tirgū kā šī labuma piedāvātājs. Ja šī labuma izrentēšanai ir augsta vērtība viņa vērtību skalā, tad viņš ieiet “renšu” tirgū kā šī labuma piedāvātājs. Tas, kura no šīm pēdējām alternatīvām būs augstāka viņa vērtību skalā, ir atkarīgs no tā, kura alternatīva pēc viņa vērtējuma viņam dos lielāku naudas ienākumu. Piedāvājuma grafika veids abos gadījumos – kapitāla un renšu tirgū – var būt vai nu pa labi noliegts, vai pa kreisi noliegts vai vertikāls, un jo lielāks ir gaidītais ienākums, jo mazāks būs tiešai lietošanai rezervētais daudzums. Un ir skaidrs, ka abu tirgu piedāvājuma saraksti ir savstarpēji saistīti. Šie saraksti nonāk līdzsvarā tad, kad starp tiem ir izveidota līdzsvara cenu attiecība.

Un līdzīgi -- ja cilvēka īpašumā nav kāda labuma dotajā laika momentā, tad viņam jāizvēlas kā rīkoties, proti, vai nu (a) nepirkt šo labumu un tādējādi saglabāt savu naudu sev, vai (b) nopirkt to veselumā, vai (c) īrēt to. Viņš, protams, izvēlēšies to darbību, kura būs nozīmīgāka viņa vērtību skalā, un tas, savukārt, ir daļēji atkarīgs no viņa naudas pieprasījuma un arī no tā, kurš pirkšanas veids varētu būt lētāks. Ja viņš izlemj pirkt, tad tas viņam jāizdara tajā tirgū, kurš pēc viņa vērtējuma ir lētāks; un, labumu nopircis, viņš var izvēlēties vai nu patērēt to tieši vai atkal pārdot tajā tirgū, kur cena ir daudz augstāka. Tā, lūk, ja mājas kapitālā vērtība ir 200, bet pircējs vērtē, ka tās kopējā rentes maksa varētu būt 220, tad viņš pirs to kā veselumu par 200, un pēc tam jaunais mājas īpašnieks var to izmantot tieši vai arī piedāvāt to renšu tirgū, lai nopelnītu gaidītās 220 unces. Pēdējā izvēle ir atkarīga no viņa vērtību skalas. – Te izskaidrotais ir cits arbitrāžas darbības piemērs, tās mērķis ir sasaistīt ilgpējīgu preču divējādu tirgu pieprasījuma grafikus.

Te vajadzētu uzsvērt, ka dažos gadījumos pats īres līgums atklāj kapitāla līguma raksturu un nākotnē gaidītās peļņas novērtējumu. Tas vērojams *ilgtermiņa īres līgumos*. Iedomāsimies, ka A ir plānojis izrentēt savu māju B uz trīsdesmit gadiem par ikgadēju cenu un tā ir fiksēta oriģinālā kontraktā. Šajā līgumā, neņemot vērā to, ka rentes cenas nepārtraukti mainās, ir fiksēta *noteikta* rentes cena. Piedāvājumu un pieprasījumu sarakstos, atbilstīgi dažādu indivīdu vērtējumiem atkarībā no kursa maiņas, figurē viena un tā paša tipa labuma variatīvas rentes. Un, tā, piemēram, ja ir divas identiskas mājas, un tiek gaidīts, ka, pastāvot variatīvām rentēm, mājas A rentes maksājums trīsdesmit gadu laikā varētu būt 300 unces, bet mājas B ilgtermiņa rentes cena varētu būt 10 unces gadā. Un te atkal ir vērojami līdzīgi sakari starp tirgiem. *Pašreiz izveidotā labumu ilgtermiņa*

rentes cena tieksies būt vienāda ar identisku preču gaidīto svārstīgo renšu summas tagadējo vērtību. Ja vispārējais paredzējums ir tāds, ka renšu summai vajadzētu būt 360 uncēm, tad 300 unces par ilgtermiņa renti būtu daudz prasīts un būtu arī samazināts rentes piedāvājums par šo cenu. Un galu galā situācija ir atkal tāda, ka vienmēr esošās nenoteiktības apstākļos veiksmīgākie prognozētāji gūst peļņu, bet neveiksmīgie – zaudē³⁴.

Laika preference ir reāla un tādēļ nākotnes rentes maksas tagadējā vērtība vienmēr būs mazāka, pastāvot noteiktam diskontam, nekā šī rentes maksājumu summa. Ja tas tā nebūtu, tad ļoti ilgspejīgu preču kapitālā vērtība vienmēr varētu būt bezgalīgi liela, lai gan faktiski tās nolietojas nemanot. Zemei kā mūžam pieprasītam īpašumam, vajadzētu būt gandrīz bezgalīgi augstai pārdošanas cenai. Iemesls tam, kādēļ tas tā tomēr nenotiek, ir tas, ka laika preference nākotnes preces diskontē, atbilstīgi to domātajam eksistences ilgumam. Kādu lielumu ir sasniegusi laika preferences likme, to iztirzāsim nākamajās šīs grāmatas daļās. Bet, lai arī kā būtu, nākamā skaitliskā ilustrācija rāda laika preferences ietekmi uz preces kapitālvērtību. Pieņemsim, ka ilgspējīgas preces, kuras domātais mūža ilgums ir 10 gadi, gaidītās īres maksas vērtība ir 10 unces gadā. Ja laika preferences likme ir 10 % gadā, tad nākotnes rentes maksas un to pašreizējā vērtība ir sekojošas:

Gadi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gaidītās rentes	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Tagadējā vērtība (tagadējo vērtību iegūst, atskaitot 10% no iepr. gada tagadējās vērtības)	9	8,1	7,3	6,7	6,0	5,4	4,9	4,4	4,0	3,6
Tagadējo vērtību summa = 52,4 unces = kapitālā vērtība, salīdzinājumā ar gaidīto nākotnes renti 100 unces										

Tā kā laiku skaita uz priekšu – nākotnē, tad saliktie diskonti kļūst arvien lielāki, un, galu galā, visu pašreizējo vērtību var reducēt uz ļoti mazu lielumu.

Ir ļoti svarīgi apzināties, ka laika preferences faktors *nestrādā* tik pat precīzi kā nenoteiktības situāciju relatīvi pareizie paredzējumi par peļņu vai zaudējumiem. Piemēram, ja laika preferences likme ir 10%, tad iepriekšminētās preces pārdošana par 59,4 uncēm, un tad tās izrentēšana uz 10 gadiem, lai iegūtu 100 unces, tomēr monetāro peļņu neradīs, jo tagadējā nauda ir vērtīgāka par nākotnes naudu, proti – cilvēks ieguva nākotnes naudas summu, kuru tirgus novērtēja vienādu ar 59,4 uncēm tagadnes naudā.

Rezumējot antreprenieru rīcību ar ilgspējīgām precēm, mēs varam apgalvot, ka viņi tiecas *investēt*, pērkot jau eksistējošas ilgspējīgas preces tad, kad uzskata, ka patēriņa preces tagadējā kapitālā vērtība tirgū ir zemāka par nākotnē iegūt cerēto renšu maksu summu (kas diskontēta ar laika preferenci). Viņi precī pārdos tad, kad viņi uzskatīs, ka tagadējā šīs preces kapitālā vērtība ir augstāka nekā nākotnē iegūstamo rentes maksājumu diskontētā summa. Lietpratīgākie prognozētāji iegūs peļņu, bet sliktākie – cietīs zaudējumus. Kamēr paredzējumi ir pareizi, “arbitrāža” nebūs.

Lai gan mēs esam izanalizējuši antreprenieru arbitrāžas peļņu un zaudējumus gadījumā, kad (**Stils**) viņi pārdod (nevis izrentē), mēs esam arī pilnīgi atšķetinājuši likumu, kas regulē antreprenieru ienākumus – ienākumus, kurus ražotājs cenšas iegūt ražošanas procesā. Šo problēmu analizēsim arī turpmāk³⁵.

8. Labklājības salīdzinājumi un patērētāju prasību pilnīga apmierināšana

Viss pirmajā daļā teiktais par naudas ekonomiku ir pareizs un attiecas uz visām naudas ekonomikas situācijām.

Bet pirmajā daļā gūtie analīzes rezultāti naudas ekonomikā ir izmantojami arī citā aspektā. Vispirms mēs varētu tos sasaistīt ar patērētāju naudas asignējumiem saviem visaugstāk vērtētajiem lietojumiem saskaņā ar viņu vērtību skalām. Taču mēs nedrīkstam aizmirst patērētāju naudas izdošanas *visaugstāko nolūku*. Šis visaugstākais nolūks ir viņa visaugstākās vajadzības faktiskais apmierinājums, ko viņš gūst lietojot nopirkto labumu. Tā, lūk, *tirgus* analīzes nolūkā paskaidrojam – ja reiz Džons ir nopircis trīs mārciņas sviesta, mēs zaudējam jebkuru interesi par šo viņa nopirkto sviestu, jo pieņemam, ka viņam nav vairs nekādu iespēju to tirgū atkal pārdot. Sviesta pārdošanu mazumtirdzniecībā mēs saucam par *patēriņa preces* pārdošanu, jo tā ir šī sviesta *pēdējā pārdošana par naudu* visā garajā sviesta ražošanas procesā. Tagad šis sviests ir galīgā patērētāja īpašums. Patērētājs savā vērtību skalā ir apsvēris šo pirkumu un izlēmis ko ar to darīt.

Pilnīgi noteikti jāuzsver, ka ņemot vērā cilvēka rīcības veselumu, mēs nevaram novērst savu uzmanību no tā fakta, ka šis patērētāja pirkums nav tomēr sviesta pēdējais tapšanas un pārvērtību beigu punkts. Džons šo sviestu var aiznest mājās un izlietot to saskaņā ar savām visaugstāk vērtētajām konkrētajām vajadzībām: sviesta grauzdeņiem, sviesta kūkām, sviesta smalkmaizītēm u.tml. Izlietojot sviestu kūkām vai sviestmaizēm, Džona kungs, piemēram, varētu cept kūkas, pagatavot sviestmaizes un pasniegt tās cienastā. Mēs redzam, ka pirmajā daļā gūtās atziņas par derīgiem labumiem – zirgiem, sviestu un u.tml. – paliek spēkā arī šajos aprakstītajos gadījumos, proti, patērētājs nopirkto sviestu var izmantot atbilstīgi tā lietošanas iespējām, apmierinot savas visaugstāk vērtētās vajadzības. Tādējādi mēs arī redzam, ka sviests, kas pārdots par naudu kā pats pēdējais sviesta ražošanas gala produkts, nav vis patēriņa prece, bet gan *kapitālprece*, kaut arī viens no zemākās kārtas produktiem, salīdzinājumā ar visiem citiem iepriekšējiem daļproduktiem. Kapitālprece ir ražots labums, kuru tomēr iespējams turpmāk kombinēt ar citiem faktoriem, lai sagādātu patēriņa labumu – labumu, kurš galu galā sniedz galīgo gandarījumu tā patērētājam. Vadoties no praksioloģiskā viedokļa veseluma sviests kļūst par patēriņa labumu tikai tai momentā, kad to galīgais patērētājs faktiski apēd vai arī kādā citā līdzīgā veidā patērē to.

No īstēni praksioloģiskā viedokļa nav pieļaujams nosaukt mazumtirdzniecībā patērētājam pārdoto gala precī par patēriņa precī. Taču no katalaktikas viedokļa, t.i., no praksioloģijas tradicionālās apakšnozares – monetārās apmaiņas zinātnes viedokļa – tomēr ir pieņemts nosaukt mazumtirdzniecībā patērētājam pārdoto galīgo precī par patēriņa precī. Tā ir preces ražošanas procesa pēdējā pakāpe, kas sasaistīta ar naudu, un vairumā gadījumu tā – šī prece – ir arī pēdējais punkts, no kura sākot prece ir pieejama patērētājam, lai viņš izlemtu par savas naudas investēšanu tās ražošanas faktoros. Nosaukt precī šajā preces-naudas sasaistes pakāpē par patēriņa precī ir pieļaujams, paredzot, ka mēs vienmēr apzinām arī iepriekšējās šī labuma kvalifikācijas, proti, preces ražošanas procesā tai noteiktā secībā piemītīgas pazīmes un/vai īpašības. Mums vienmēr jāatceras, ka bez finālās jeb gala pakāpes un patērētāja gala asignējuma šai sakarā, nav saprātīga pamata kopveselam monetārās apmaiņas procesam. Ekonomika nevar atļauties pārtraukt procesu ar patēriņa preces ražošanas galīgo pakāpi viņpus naudas sakariem; patēriņa prece ir ražošanas procesa gala nolūks un gala produkts un arī monetāro transakciju produkts sabiedrībā.

Pievērsīsimies vēl šīs problēmas noskaidrošanai. Tas ir jautājums par patērētāju ienākumiem. Trešajā šīs grāmatas daļā mēs analizējam patērētāju naudas ienākumus un viņu psihiskā ienākuma maksimalizēšanas universālo gala nolūku un mēs konstatējam, ka starp tiem pastāv tāda paša apjoma un pakāpes attiecības. Jebkurš indivīds tiecas maksimalizēt pēdējo no iepriekš minētajiem diviem faktoriem, proti, savu psihisko ienākumu. Tas sevī ietver visu patēriņa labumu plašo diapazonu, gan apmaināmos, gan neapmaināmos. Apmaināmie labumi parasti ir saistīti ar naudu, un tādējādi tie ir pārdodami par naudu, kamēr neapmaināmie labumi tādi nav. Mēs norādījām uz faktu, ka maksimalizēts tiek nevis *monetārais*, bet gan *psihiskais* ienākums, un arī uz to, ko un cik lielā mērā tas – psihiskais ienākums – ietekmē darba patēriņu un nosaka investīcijas kādā konkrētā patēriņa precē. Patiesība ir tāda, ka psihiskais ienākums, esam tīri subjektīvs, nav izmērāms. Turklāt, no praksioloģijas viedokļa, mēs pat nespējam parastā veidā salīdzināt divu personu psihiskos ienākumus vai derīgumus. Un tādēļ mēs nevaram apgalvot, ka A ienākumi vai derīgums ir lielāki nekā B ienākumi vai derīgums.

Mēs spējam, vismaz teorētiski, izmērīt tikai to, cik liels ir kādas personas naudas ienākuma papildinājums naudā, bet tas tomēr nav viņa psihiskā ienākuma mērīšanas līdzeklis. Turklāt tas nenozīmē, kā mēs varbūt varētu domāt, ka tas mums dod kaut kādu eksaktu pakalpojuma daudzuma indikatoru, pēc kura varētu noteikt katra indivīda tiešā veidā saņemto *apmaināmā* labuma pakalpojumu. 50 zelta unču liels ienākums vienā gadā nenozīmē, un visdrīzāk arī nevar nozīmēt viņam to pašu, ko viņa ienākums 50 zelta unču apjomā no apmaināma pakalpojuma kādā citā gadā. Naudas pirkšanas spēja, kas izteikta citu patēriņa priekšmetu nosaukumos, ir nepārtraukti mainīga, un nav paņēmienu kā izmērīt šīs izmaiņas.

Protams, mēs, kā vēsturnieki nevis ekonomisti, varam izteikt neprecīzus spriedumus, salīdzinot reālos ienākumus noteiktos laika periodos, bet nevis monetāros ienākumus. Tā, lūk, ja Džons vienā gadā ir saņēmis 1000 unču lielu ienākumu, bet nākamajā gadā – 1200 unces, un cenas šajā gadā ir normāli paaugstinājušās, tad Džona reālie ienākumi par naudu pērkamo preču nosaukumos ir paaugstinājušies salīdzinoši mazāk, nekā naudas nominālais pieaugums, vai, varbūt, pat pazeminājies. Tomēr, kā mēs redzēsīm turpmāk, tā nav precīza mērīšanas metode vai pat tikai naudas pirkspējas vai tās maiņas identifikācija.

Ja mēs analizējam iepriekš minēto laika periodu, tad jāuzsver, ka naudas ienākumi nav nekļūdīgs orientieris. Ir daudzas patēriņa preces, kuras ir iegūstamas divējādi – apmaiņā pret naudu un bez naudas attiecībām. Tā, lūk, Džons varētu izdot 18 unces mēnesī par pārtiku, renti un mājsaimniecības uzturēšanu, turpretī Šmits tikai 9 unces mēnesī. Tas nekādā ziņā nenozīmē, ka Džons saņem divreiz vairāk šo pakalpojumu nekā Šmits. Džons var dzīvot hotelī, kur viņam šos pakalpojumus sniedz par naudu. Šmits, turpretī, var būt precējies un uztur mājsaimniecību, un gatavo šos pakalpojumus bez sasaistes ar naudu. Šmita psihiskie ienākumi no šāda servisa var būt vienādi ar Džona psihiskajiem ienākumiem vai pat lielāki, jo viņam ir mazāki naudas izdevumi.

Mēs netaisāties izmērīt psihiskos ienākumus, ja aprobežojamies ar precēm, to sasaistē ar naudu. A un B var dzīvot vienāda tipa mājās, bet kā ekonomists-apskatnieks var deduktīvi izsecināt, ka abi iegūst vienāda apjoma baudījumus no savām vienādajām mājām? Acīmredzami, ka abi šie baudījumi drīzāk ir atšķirīgi, bet skaidrais ienākumu vai īpašuma fakts pats par sevi neatklāj šīs atšķirības vai to pakāpes, apjomus.

No tā visa seko, ka likums par izlietotās naudas marginālā derīguma pazemināšanos attiecas vienīgi uz *katras atsevišķas* personas novērtējumu. Nav iespējams salīdzināt šādus atsevišķu personu naudas derīgumus. Mēs nevaram apgalvot, ka kāds ekstra dolārs Rokfelleram sniedz lielāku gandarījumu, nekā kādam nabaga vīram. Ja Rokfellers pēkšņi kļūtu nabags, katrs viņa dolārs viņam kļūtu vērtīgāks, nekā tas ir tagad; un līdzīgi, ja

nabaga vīrs pēkšņi kļuvis bagāts, viņa vērtību skala saglabātos nemainīga, bet katrs viņa dolārs viņam kļuvis mazāk vērtīgāks, nekā tas ir tagad. Bet tas ir tālu no mēģinājuma salīdzināt atšķirīgu indivīdu baudījumus vai subjektīvos novērtējumus. Noteikti ir iespējams, ka Rofelleram katrs viņa dolārs sniedz vairāk baudījuma, nekā askētiskajam nabadzīgajam indivīdam.

9. Daži derīguma izpratnes maldi

Vairāki autori parasti atbalsta tādu derīguma doktrīnas izpratni, kas postulē, ka patērētājs vienmēr darbojas tā, lai viņa gūtais marginālais derīgums no jebkura labuma būtu *vienāds* ar tā cenu. Lai izprastu šo tēzi, mēģināsim izanalizēt Džona kunga preferenču skalu apcerot viņa viena vai vairāku uzvalku pirkumus, pieņemot, ka visu uzvalku kvalitātes ir vienādas. Pieņemsim, ka viņa vērtību skala ir sekojoša:

---	3,4	grāni	zelta
---	3,3	--“	--
		---	(pirmais uzvalks)
---	3,2	--“	--
---	3,1	--“	--
		---	(otrais uzvalks)
---	3,0	--“	--
---	2,9	--“	---
---	2,8	--“	---
		---	(trešais uzvalks)
---	2,7	---	“

Un, pieņemsim arī, ka katra uzvalka tirgus cena ir 2,9 grāni, un Džons grib pirkt nevis tikai vienu vai trīs uzvalkus, bet divus. *Šādā gadījumā viņš atteiksies pirkt pēdējo jeb pēc skaita trešo uzvalku, jo šī uzvalka marginālais derīgums pazeminās, un kļūst mazāks par tās naudas summas marginālo derīgumu, kura viņam par to jāizdod*³⁶. Tas ir acīmredzami. Ja autors formulē problēmu, sadalot labumu ļoti sīkās vienībās, piemēram, sviestu uncēs, naudu -- centos utt., tad ir pavisam viegli nonākt pie slēdziena, ka patērētājs šādā veidā grib darboties ar jebkuru labumu, ievērojot tirgus cenu, salīdzināt naudas summas marginālo derīgumu ar konkrētā labuma marginālo derīgumu, kas nopērkams par šo summu. Tomēr, vajadzētu saprast, ka tā nekad nav kaut kāda “salīdzināšana”. Uzvalku pirkšanas gadījumā, otrā uzvalka rangs ir tomēr ievērojami augstāks par 2,9 grānu rangu. Tādēļ šos rangus nevar uzskatīt par salīdzināmiem lielumiem. Pat sīki dalāmu labumu (preču) gadījumā, pastāv rangs diference, nevis vienādība, starp diviem labumiem. Cilvēks var nopirkt 11 unces sviesta par 10 centiem uncē, tomēr tas nav ranžējums starp 11-to unci un 10 centiem viņa vērtību skalā; šajā gadījumā tā nav rangs *vienādība*, bet gan to atšķirība, jo pēdējā nopirktā unce – 11-tā unce sviesta tiek vērtēta augstāk nekā par to izdotā naudas summa. Protams, ka patērētājs centīsies izdot savu naudu tā, lai nopirktās preces rangs un par to izdotās naudas rangs būtu savstarpēji iespējami tuvāki, taču tie nekad nevar būt pilnīgi vienādi.

Turklāt atsevišķa labuma marginālais derīgums pēc tam, kad tas nopirkts, pēc sava ranga atšķiras no jebkura cita labuma. Apdomāsim un apsvērsim vienu zelta grānu kā monetāro vienību. Teiksim, ka noteiktu dažādu preču tirgus cenas ir sekojošas:

- olas – viens ducis par vienu grānu,
- sviests – viena mārciņa par grānu,

maize – viena šķēle par grānu,
konfektes – viena konfekte par grānu.

Katrs indivīds pirkts katru minēto patēriņa priekšmetu līdz brīdim, kad tā marginālais derīgums pārsniegs viena zelta grāna marginālo derīgumu. Vienam indivīdam tas nozīmētu nopirkt 5 mārciņas sviesta, 3 šķēles maizes, 2 konfektes utt. Tas, savukārt, nozīmē to, ka 6-tās sviesta mārciņas vai 4-tās maizes šķēles marginālais derīgums jau būs zemāks, nekā par to izdotās vienas zelta mārciņas marginālais derīgums. Tomēr katra labuma marginālais derīgums pēc sava ranga būs atšķirīgs no jebkura cita labuma marginālā derīguma, tie nebūs savstarpēji vienādi.

Kāda cita, ne mazāk kurioza doktrīna nosaka, ka līdzsvara cenu apgabalā dažādu preču marginālo derīgumu proporcijas ir vienādas ar šo preču cenu proporcijām. Detalizēti neiedziļinoties kā autori nonākuši pie šādiem secinājumiem, mēs skaidri saskatām to absurdumu tai apstākļi, ka derīgumi nav kvantumi un tādēļ derīgumi nav arī dalāmi.

Šādi maldi rodas no idejas, ka katrs indivīds grib darboties tā, lai *pielīdzinātu* jebkura labuma marginālo derīgumu šī labuma konkrētam pielietojumam. Attiecinot šo doktrīnu uz naudu, tas nozīmētu to, ka naudas vienības marginālais derīgums ir vienāds jebkurai personai jebkurā tās izlietojumā jomā. Bet tā spriest nav korekti, jo, kā jau konstatējām, dažādu labumu marginālie derīgumi nav savstarpēji pielīdzināmi. Labuma vienības tiek asinētas secīgi – vispirms visvēlamākās savas vajadzības apmierinājumam, tad -- nākamās visvēlamākās savas vajadzības apmierinājumam utt. Ja kādam labumam ir dažādi iespējamie lietojumi, un katrs no tiem ietver sevī vairākas iespējamās lietojamās vienības, tad katras šīs vienības marginālais derīgums savā pielietojumā turpina pazemināties, ja vienību krājums pieaug. Pērkot preces, katras nākamās nopirktās preces marginālais derīgums pazeminās, un cilvēkam jāasignē sava nauda vispirms pirmajam pielietojumam, tad – citam utt. Tomēr tā nekādā gadījumā nav kaut kāda marginālo lietojumu pielīdzināšana.

Marginālo derīgumu pielīdzināšanas dogmu vislabāk varētu paskaidrot šādi:

Ar s apzīmēsim kāda patēriņa priekšmeta visu krājumu, uzskatot, ka tas ir sadalīts divās daļās un katra no tām var tikt lietota atšķirīgā veidā. Šo divu atšķirīgo daļu /kvantumu piemērotību diviem atšķirīgiem lietojumiem apzīmēsim ar x_1 un y_1 , pie nosacījuma, ka $x_1 + y_1 = s$. Persona var uzskatīt par iespējamu šo veselo patēriņa priekšmetu tērēt secīgi pa maziem kvantumiem. Cilvēka dabai piemīt nenovēršama tendence izvēlēties to darbības kursu, kas šķiet paveram vislielāko iespēju dotajā laika momentā. Tādējādi, ja persona samierinās ar veselā sadalīšanu, tad seko, ka veselā daļas kopā nevar dot viņam lielāku baudījumu. Ar u_1 un u_2 apzīmējam divu veselā daļu derīguma pieaugumus tos atšķirīgi tērējot. Ja viss veselums ir sadalīts vienādās daļās tad $du_1 = du_2$. Galvenais rezultāts -- patēriņa priekšmets jātērē maksimāli lietderīgi³⁷.

Maldu galvenā būtība pastāv tai apstākļi, ka derīgumu saprot kā noteiktu kvantumu, kā noteiktu patēriņa priekšmeta pielikuma funkciju, un ka problēmas iztīrīšanā izmanto bezgalīgi mazus elementus – soļus, pakāpes u.tml. Abas pieejas ir maldinošas. Derīgumi nav kvantitātes, bet ir rangi, un patēriņa priekšmeta secīgi lietotie kvantumi vienmēr ir diskrētas šī kvantuma vienības, bet tās nevar būt bezgalīgi mazas vienības, resp., bezgalīgi mazi lielumi. Ja kāda patēriņa priekšmeta vienība ir diskrēta, resp. precīzi nošķirta no visām citām šī priekšmeta vienībām, tad katras šādas vienības rangs atšķiras no katras citas vienības ranga, un tie nevar tikt savstarpēji salīdzināti.

Daudzi maldi rodas diskusijā par derīgumu, pieņemot ka derīgums ir kaut kāds kvantitātes veids, vismaz principā arī izmērāms. Ja teikto attiecinām uz derīguma maksimalizēšanu patērētājam, tad tas nenozīmē, ka mēs to attiecinām uz noteikta

krājuma vai uz kaut kāda kvantuma maksimalizēšanu. Bet mēs to attiecinām tikai uz noteikta indivīda vērtību skalā *visaugstāk ranžēto pozīciju*. Tas pats sakām par kvantuma papildinājumu ar bezgalīgi mazām šī kvantuma derīguma vienībām. Tad problēmas risināšanas nolūkos pieņem lietošanai ļoti mazas vienības, kuras pakāpeniski pievieno kādam kvantumam, skaidrojot uzskatu, ka derīgums ir tāpatīgs kvantitātei, un tas noved pie maldiem, skaidrojot marginālo derīgumu kā matemātisku atvasinājumu no kopveselā veidojuma – totālā derīguma, kas it kā sastāvētu no dažādām šī labuma derīguma vienībām. Faktiski tādu attiecību nav, nav arī tāda lieta kā totālais derīgums; ir tikai lielākas vienības marginālais derīgums. Vienības lielums ir atkarīgs tikai no cilvēka rīcības ar šo vienību³⁸.

Iepriekš teiktais ilustrē vienu no nopietnākajiem kaitējumiem, kas rodas no matemātisko metožu lietošanas ekonomikā, jo šo metožu izmantošana balstās uz nepārtrauktības hipotēzi, resp., uz priekšmeta sadalīšanu ļoti mazos elementos, procesu – sīkās pakāpēs (soļos, fāzēs) u.tml. Vairums autoru, kuri raksta par ekonomiku, atzīst šādu pieeju par nekaitīgu un potenciāli ļoti lietderīgu fikciju, uzsverot to izcili veiksmīgo izmantošanu fizikas jomā. Viņi nerespektē milzīgās atšķirības starp fizisko pasauli un cilvēka rīcības pasauli. Problēma nepastāv tikai tai apstākļi, ka fizika ir izstrādājusi mērīšanas instrumentus mikroskopiskām parādībām un veiksmīgi lieto tos. Būtiskā atšķirība ir tāda, ka fizika nodarbojas ar nedzīviem objektiem, kuri *kustās*, bet nav *spējīgi darboties un/ vai rīkoties*. Fizisko objektu kustības varētu pētīt, vadoties no precīziem, kvantitatīviem likumiem, tie labi formulēti matemātisko funkciju terminos. Tā kā likumi apraksta noteiktu kustību trajektorijas, tad vispār nevar teikt, ka tas ir kaitīgi, rosinot vienkāršot nepārtrauktības hipotēzi un ļoti maza lieluma pakāpju lietošanu.

Tomēr cilvēciskās būtnes nevar kustēties tādā veidā. Tās darbojas mērķtiecīgi, lietojot līdzekļus sev vajadzīgo galīgo konkrēto lietu iegūšanas nolūkos. Cilvēka rīcības pētīšanas pamats ir būtiski atšķirīgs no fizisko objektu kustības likumu pētīšanas pamata. Īpaši jāuzsver, ka cilvēciskas būtnes darbības bāze ir tās lietas, kuras ir viņa rīcības priekšmeti. Un cilvēciska būtne nav spējīga saskatīt kāda fenomena bezgalīgi mazus soļus un/vai pakāpes, elementus; tām nav nekāda sakara ar viņa rīcību. Tā, lūk, ja viena unce ir mazākā vienība, kuru cilvēciska būtne ir spējīga atšķirt, tad unce ir pamatvienība, un mēs nevaram vienkārši pieņemt lēmumu bezgalīgi turpināt unces dalīšanu sīkākās vienībās.

Derīguma teorijas pamatproblēma, pret kuru matemātiķi izturas nevērīgi, ir *konkrētas vienības lielums*. Raugoties no nepārtrauktības matemātiskās hipotēzes, tā vispār nav nekāda problēma; ir nepieciešama ļoti liela prāta piepūle, lai izprastu matemātiski definēto bezgalīgi mazo vienību; burtiski tas nozīmē, ka vienībai *nav lieluma dimensijas*. Bet cilvēka rīcības praksioloģiskajā analizē kvantums / lielums kļūst par pamatjautājumu. Vienības lielums ir vienības būtiska dimensija un šis lielums variē atbilstīgi situācijas sevišķumam – atšķirīgumam no jebkuras citas situācijas. Un katrā no šīm atšķirīgajām situācijām vienības lielums kā tās būtiska dimensija kļūst par *marginālo* vienību. Marginālā vienība ir skaitliska attiecība starp vienības derīgumu un tās variatīvo lielumu.

Tendence pamatīgi iztirzāt cilvēka rīcības problēmas, lietojot derīguma vienādības un bezgalīgi mazu soļu jēdzienus ir arī redzama nesenajos rakstos par “indiferentajiem plāniem/ kartēm”. Gandrīz visas mūsdienu publikācijas matemātiskās ekonomikas jomā par patērēšanas teoriju balstītās uz “indiferences” hipotēzi. To bāze ir traktāts par divu plašā diapazonā kalibrētu labumu klašu kombināciju, pret kurām indivīds savos vērtējumos ir indiferents (vienaldzīgs). Turklāt šīs atšķirības ir ļoti mazas. Izšķirošie nozīmīgi ir maldi par to, *ka indiferece nevar būt rīcības pamats*. Ja cilvēks patiešām ir indiferents pret divām alternatīvām, tad viņš nav spējīgs izdarīt izvēli un rīkoties. Mūs interesē cilvēka rīcības analīze. Jebkuras rīcības gadījumā var uzrādīt faktiski izdarīto izvēli, kas pamatota ar indivīda preferenci, proti, priekšroka tiek dota vienai no divām

alternatīvām. Un te nav vietā indifferences jēdziens – ne ekonomikā, nedz arī kādā citā praksioģijas zinātnē. Ja jautājums ir par cilvēka indiferenci izlietot 5,1 vai 5,2 unces par sviestu, tādēļ ka šī atšķirība – 5,1 vai 5,2 – ir maza un viņam nenozīmīga, tad tā arī nav alternatīva noteiktai viņa rīcībai. Viņš grib sviestu veselu unču vienībās, nevis unces desmitdaļās. Tā paša iemesla dēļ cilvēks neizdara, resp., nesper bezgalīgi mazus soļus. Solis un /vai pakāpe ir tikai un vienīgi kaut kas tāds, kam ir nozīme no cilvēka rīcības viedokļa; un tādēļ tie vienmēr ir galīgi un diskreti.

Kļūdaino spriedumu pamats ir jēdziens “indiference”. Sakarā ar šo jēdzienu maldinoši vērtē to faktu, ka problēma, kura ir svarīga *psiholoģijas* jomā, var nebūt svarīga praksioģijas zinātnes jomā, kuras apakšnozare ir ekonomika. Psiholoģija nodarbojas ar problēmu kā vai kāpēc indivīds izveido savu vērtību skalu, un šī jautājuma sakarā ir svarīgi saprast vai indivīds ir izlēmīgs vai tiecas būt “indiferents” pret dažādām alternatīvām. Lai arī kā tas būtu, bet praksioģija tomēr ir loģiska zinātne, kura balstās uz rīcības *per se* eksistenci; praksioģija izskaidro reālo rīcību tās vispārējās jēgas, nevis konkrētā satura izpratnē. Tādēļ praksioģijā diskusija par vērtību skalām ir deducēta no cilvēka rīcības būtības, bet tā nav filosofiska eseja par prāta iekšējo darbību. No praksioģijas viedokļa nav svarīgi kā cilvēks izdara savu izvēli – vai viņš ir izvēles spējīgs un veic noteiktu izvēli vai izdara to, metot monētu – cipars vai ģerbonis. Tā ir psiholoģiska rakstura problēma. Praksioģija nodarbojas vienīgi ar pašu izvēles faktu, proti, ar to, ka indivīds izvēlējies *A* nevis *B*, un, ka, tādējādi, viņš *A* vērtē augstāk savā vērtību skalā, nekā *B*. Derīguma teorija nenodarbojas ar psiholoģiju vai ar prāta iekšējo darbību, bet tā ir daļa no patstāvīgas zinātnes, kuras bāze ir reālās rīcības loģiskās sekas.

Praksioģija nebalstās uz biheiviorismu. Realitātē, tiktāl, cik lielā mērā praksioģija saskaras ar psiholoģiju, jāpaskaidro, ka praksioģijas principi ir tomēr pretēji biheiviorisma principiem. Kā mēs jau redzējām, tālu no tādām darbībām, kuras var vērot un pierakstīt tādā pašā veidā kā akmens kustību, praksioģija bāzējas uz fundamentālākām atšķirībām, kādas pastāv starp cilvēka rīcību un neorganisku vielu kustību, proti, cilvēka rīcība ir motivēta un viņš tiecas sasniegt un iegūt sev vajadzīgo galīgo konkrēto lietu. Līdzekļi un resursi tiek izlietoti šādas lietas iegūšanai. Nenovirzoties no teorētiskā pamatmodeļa, vēlreiz jāatzīmē, ka praksioģija savā dziļākajā būtībā balstās uz cilvēka rīcības aksiomu, kas nosaka, ka cilvēka rīcību izraisa un mērķtiecīgi virza cilvēka prāts. Tomēr praksioģija nav saistīta ar cilvēkam vajadzīgās galīgās konkrētas lietas saturu, ar šīs lietas iegūšanas metodi vai rīcības plānu. Tā nodarbojas tikai ar šo cilvēkam vajadzīgo galīgo lietu eksistences loģisko implikāciju analīzi.

Daži autori, mākslīgi nodalot vērtību skalas no reālās rīcības, ir ilgstoši mēģinājuši atklāt cilvēku indierencu plānus/kartes, lietojot aptaujas anketas. Šādi mēģinājumi starp citu deva arī iespēju bargai kritikai, ka iebildumi pret indierenci nav praksioģiski pamatoti, kļūdaini izprot to, ka vērtību skalas var mainīties un mainās nepārtraukti un ka tādējādi šādām aptaujām nav būtiskas nozīmes ekonomikas biznesā. Ekonomikai neinteresē vērtību skalas, kuras atklāj aptaujas dati, bet tā ir ieinteresēta tikai tādās vērtībās, kuras funkcionē sasaistē ar cilvēka rīcību. Šai sakarā Ludvigs fon Misse apgalvojis, ka:

...vērtību skāla ir indivīda domās konstruēts instruments. Indivīda vērtību skala izpaužas tikai viņa reālajā darbībā; to varētu uztvert un apjaust tikai novērojot indivīda reālo rīcību. Tādējādi ir nepieļaujami indivīda vērtību skalu pretstatīt viņa reālajai rīcībai un šo kontrastu izmantot kā reālās darbības mērogu un kritēriju.³⁹

Indierence nav būtiska cilvēka rīcības iezīme. Indivīds divām savām īstām alternatīvām nespēj piešķirt vienu un to pašu rangu savā vērtību skalā, jo indivīda vērtību skāla ir savstarpēji saistīta, nevis savstarpēji izolētu vērtību rangi. Ja nu divas

alternatīvas, kas pēc definīcijas ir divas (vai vairākas) savstarpēji izslēdzošas iespējamības, tomēr tiek ranžētas vienādi, t.i., abām tiek piešķirts viens un tas pats rangs, tad tās nav bijušas īstenas izvēles alternatīvas, un tādējādi tās arī nav svarīgas darbību veikšanai ar tām. Taču cilvēki ne tikai ranžē alternatīvas savās vērtību skalās, bet viņi tās arī ranžē bez to *savstarpējās sasaistes*, resp. vienu alternatīvu ranžē izolēti no otras, katrai piešķirot atšķirīgu rangu.

Izslavēto t.s. Buridāna ēzeļa izturēšanos izmanto indifferences teorētiķi, lai demonstrētu indifferences svarīgumu cilvēka rīcības sakarā. darbībā. Tā ir fabula par ēzeli, kurš izbadējies stāv vienādā attālumā no divām vienādi vilinošām siena ķīpām vai vienādā attālumā no divām ūdens tilpnēm. Tā kā siena ķīpas vai ūdens tilpnes ir vienādos attālumos no ēzeļa un visādā ziņā visas ēzelim ir vienādi vilinošas, ēzeli nespēj izvēlēties ne vienu no tām un tādēļ nobeidzas. Šis piemērs ir domāts indifferences lielās nozīmes pierādīšanai rīcības lēmuma pieņemšanā un arī tam, ka indifference ir *atklājama* darbības procesā. Vēlreiz sarežģījot apmulsumu, Šumpeters (Schumpeter) raksturo šo ēzeli kā “perfekti racionālu”.⁴⁰

Vispirms jāatgādina, ka, protams, ir visai grūti iedomāties ēzeli vai cilvēku, kuri būtu *mazāk* racionāli. Ēzeli ir pretstata situācijā nevis ar divām, bet gan ar trim alternatīvām. Trešā alternatīva ir viņa nāve. Pat no paša indiferentā subjekta viedokļa, ja trešā izvēle būtu ranžēta zemāk kā pārējās divas, viņš tomēr nāvi *neizvēlētos*.

Ja abas ūdens tvertnes – kreisā un labā, būtu vienādi vilinošas, un ēzeli nerastu iemesla vienai no tām dot priekšroku, ēzeli vai arī cilvēks izmantotu iespēju mest monētu, un ar tās palīdzību izvēlēties vienu iespēju no divām. Bet kas viņam jāizlemj un ko viņš izlems? Mums interesē tā priekšrocība, *kura atklāsies, izdarot izvēli*, un nevis priekšrocību *psiholoģija*. Ja mestā monēta rāda, ka jāizvēlas kreisā ūdens tilpne, tad galu galā kreisā ūdens tilpne ieņem augstāku vietu darbīgās personas vērtību skalā. Un tas atklājas tad, kad viņš sniedzas pie šīs kreisās ūdens tilpnes. Ar šo piemēru ne tuvu nav pierādīts indifferences svarīgums. Vienīgi Buridāna ēzeļa izturēšanās ir tā fakta izcils demonstrējums, ka indifference nespēlē nekādu lomu cilvēka rīcības analīzē.

Cits indifferences analīzes attaisnošanas veids ir šāds. Iedomāsimies, ka cilvēks, Džons, rodot iespēju atkārtoti izdarīt izvēli, 50 % gadījumu izvēlēties katru no divām alternatīvām -- A vai B. Šāda situācija liecina, ka faktiski Džons ir indiferents pret šīm divām alternatīvām. Kāds tad ir sapratīgais slēdziens? – Nepārprotami ir tas, ka vienā gadījumā A tiek dota *priekšroka* attiecībā pret B, bet citā gadījumā pozīcijas tika pārbīdītas tā, ka *priekšroka* tika dota B, nevis A. Te *nekādā gadījumā* nav vērojama indifference starp divām alternatīvām. Izvēļu pārbīde uzrāda pārbīdi preferenču skalā, nevis pārbīdi konstantā vērtību skalā. Protams, ja mums būtu darīšana ar psiholoģiju, mums būtu jāielaižas diskusijā par preferenču intensitātēm un, respektējot viņa personības pamatprincipus, jāizsaka savs viedoklis par to, ka cilvēks bija relatīvi indiferents, nevis spēcīgi izteikti neobjektīvs attiecībā pret šīm divām alternatīvām. Bet praktiskā ziņā mēs neesam ieinteresēti personas vērtību skalas konkrētajā saturā nedz arī šīs personas pamatprincipos. Mēs interesējamies tikai par vērtību skalām, kuras atklājas, izpaužas labumu apmaiņas procesā.

PIELIKUMS A: NAUDAS MARGINĀLĀ DERĪGUMA PAZEMINĀŠANĀS

Daži autori, pieņemot visu citu labumu marginālā derīguma pazemināšanās likuma validitāti, tomēr neatzīst tā pielietojumu naudai. Piemēram, cilvēks var asignēt katru savu naudas unci sev visizdevīgākajam izlietojumam. Iedomāsimies, ka viņš nolēmis izlietot 60 unces automobiļa iegādei. Par 60 uncēm viņš var nopirkt automobili, bet par mazāku summu, teiksim, par 58 vai 59 uncēm viņš to izdarīt nevar. Tātad 60 unces šajā situācijā viņam ir daudz vērtīgākas nekā 58 vai 59.

Minētais arguments pauž kļūdainu viedokli, līdzīgu tam, kas teikts “par olu marginālā derīguma pieaugumu”, kuru izdiskutējām jau pirmajā daļā.⁴¹ Tur mēs izdiskutējām sekojošu problēmu, proti, ja cilvēks grib izcept četru olu kūku, tad tikai ar trīs olām viņš nevar izcept četru olu kūku, un no tā seko, ka olu marginālais derīgums paaugstinājas. Bet, kā jau teikts, šāds apgalvojums ir maldīgs. Mēs arī redzējām, ka konkrēts “labums”, un kā sekas tam, arī katra šī labuma „vienība” tiek definēta jebkura cita labuma daudzuma izteiksmē, kura vienības sniedz *vienādi derīgu pakalpojumu*. Pēdējā vārdkopa kursīvā ir pamatkonceptija. Ceturtā ola nav vienādi derīga ar pirmo olu un tādēļ tās – ceturtā un pirmā ola – nav savstarpēji apmaināmas, un tādējādi *atsevišķa ola* nav lietojama kā *vienība*. Labuma vienības derīgumam jābūt homogēnam, un tikai uz šādi definētu vienību attiecas derīguma likums.

Ar naudu situācija ir līdzīga. Naudas preces derīguma jēdziens izsaka tās izlietošanu apmaiņā, nevis tiešajā izlietojumā. Un šajā gadījumā naudas vienībai, t.i., vienumam jābūt homogēnam ar jebkura cita vienuma maiņas vērtību. Ja vēl viena unce ļauj nopirkt automobili, tad tomēr par naudas *preces* „vienību”, resp., vienumu šai gadījumā nav vis uzskatāma *viena* unce, bet gan **60** unces.

Te vajadzētu izskaidrot “diskontinuitāti” sakarā ar lieliem pirkumiem, jo liela naudas summa, kas nepieciešama lieliem pirkumiem, ir *naudas vienumu atšķirīgi lielumi*, un tikai uz šādiem naudas vienumiem attiecas derīguma likums, preferences un izvēles.⁴² To visu cilvēks un visu katrs cilvēks reāli dara. – Pieņemsim, ka cilvēks ir izdomājis, ko darīt ar savām 60 zelta uncēm. Vienkāršošanas labad pieņemsim arī, ka viņš ir nolēmis samainīt savas 60 unces piecu unču vienumos. Šī, mēs teiktu, ir alternatīva *A*. Šajā gadījumā pieņemsim, ka viņš ir izlēmis izdot šos piecu unču vienumus saskaņā ar augstākajiem ranžējumiem savā derīgumu skalā. Tādējādi pirmās piecunces viņš izdos par visaugstāk vērtēto to izlietojumu, ko vien var nodrošināt ar šīm piecunču vienumu; nākamās piecunces – par nākamo augstāk vērtēto izlietojumu utt. Divpadsmito piecunču vienumu viņš asinēs savam divpadsmitajam augstāk vērtētajam izlietojumam. Tomēr nu viņš ir nonācis pretrunā ar alternatīvu *B*. Alternatīva *B* ir viņa vēlme izdot visas 60 unces kā vienotu veselumu, resp., kā vienumu kādā savā vienā vienīgajā lietojumā, kas būtu visaugstāk vērtēta viņa vērtību skalā. Tas būs vienīgais visaugstāk vērtētais viņa 60 unču *vienuma* izlietojums. Lai izvēlētos, kuru no šīm alternatīvām realizēt, cilvēks salīdzina visaugstāk vērtēto vienīgo 60 unču vienuma izdevumu (teiksim, par auto) ar “paketes” derīgumu, proti, piecunces par *a*, piecunces par *b* utt. Tā kā cilvēks labi pārzina savu preferenču skalu – pretējā gadījumā viņš nevarētu izvēlēties kādas darbības veikt – viņam nav lielu grūtību pieņemt, ka viņš spēj ranžēt paketes summāro derīgumu ar nopirktā auto derīgumu, jo viņš arī spēj ranžēt katras piecunces izlietojuma derīgumus. Citiem vārdiem, viņš pozicionē 60 unču vienumu un nosaka, kurai alternatīvai ir augstāks rangs viņa vērtību skalā: auto pirkums vai divpadsmit piecunču vienumu pirkumu pakete. Katrā ziņā var apgalvot, ka 60 unces viņš sadalīja atbilstīgi saviem uzskatiem par augstāk ranžētajiem izlietojumiem, un tieši to pašu var teikt arī par katru viņa naudas apmaiņas lēmumu.

Te jānorāda, ka tās nav skaitliskās attiecības starp dažādo piecunču vienumu marginālajiem derīgumiem un 60 unču vienuma marginālo derīgumu, un šis apgalvojums ir patiess arī tai gadījumā, ja pakete būtu sadalīta citādās daļījumu kombinācijās. Viss, ko mēs šai sakarā varam apgalvot ir tas, ka 60 unču vienuma derīgums būs noteikti augstāks, nekā *vienas* piecunču derīgums. Bet tā nav skaitliskās diferences noteikšanas metode. Vai paketes derīguma rangs būs augstāks vai zemāks par nopirktā auto derīguma rangs, to var noteikt tikai pats indivīds.

Mēs jau vairākkārt esam atgādinājuši, ka derīgums ir tikai ranžējams, bet nekādi nav izmērāms. Tās nav skaitliskās attiecības starp lielām un mazām labuma vienībām. Un,

tā tad tās nav arī skaitliskās attiecības starp viena labuma vienu un vairākām vienāda lieluma vienībām. Tādējādi, nav arī iespējama tāda metode, ar kuras palīdzību varētu, kombinējot marginālos derīgumus, veidot savdabīgu “totālo derīgumu”; pēdējais būtu tikai lielāka kvantuma *marginālais* derīgums, un, tādēļ, tās arī nav skaitliskās attiecības starp šo kombinēto derīgumu un tā atsevišķo vienību derīgumiem.

Ludvigs fon Misse konstatē:

Par kādas lietas vērtību ir iespējams pareizi spriest tikai ievērojot šīs lietas novērtēšanas specifiskās darbības... Totālā jeb veseluma vērtība ir apspriežama tikai atsaucoties uz konkrēta indivīda sevišķo viedokli..., kurš veic kāda konkrēta labuma izvēli no kvantumu kopuma. Līdzīgi visām citām vērtēšanas darbībām, tā ir pati par sevi pabeigta darbība. Kad krājumu vērtē kā veselumu, tad tā marginālais derīgums, tā teikt –pēdējās iegūstamās vienības derīgums, ir sasaistīts ar šī krājuma totālo jeb kopderīgumu, jo totālais (veselais) krājums ir nedalāms krājums.⁴³

Ir divi derīguma likumi, abi ir izsecinājumi no cilvēka rīcības apodiktiskajiem jeb loģiski neapstrīdamajiem nosacījumiem, proti, pirmkārt, *konkrēta labuma vienības noteikts lielums, katras vienības marginālais derīgums pazeminās, vienību krājumam pieaugot*; otrkārt, *lielākas vienības marginālais derīgums ir lielāks, nekā mazākas vienības marginālais derīgums*. Pirmais ir marginālā derīguma pazemināšanās likums. Otrs ir totālā derīguma palielināšanās likumu. Attiecības starp šiem diviem likumiem un starp abām vienībām ir viena ranga, t.i., izteiktas ar vienu un to pašu kārtas skaitli. – Tā, lūk, atbilstīgi otrajam likumam seko, ka četras olas ir vērtīgākas par trim olām, trīs olas vērtīgākas par divas olām utt. Pirmais likums nosaka, ka pirmā ola ir vērtīgāka par otro olu, otrā – vērtīgāka par trešo utt. Bet tās nav aritmētiskās attiecības starp nosauktajām vienībām (olām), nošķirti no to ranžēšanas.⁴⁴

Labuma vienībām / vienumiem jāpiemīt homogēnai apkalpojamības spējai, un sakarā ar naudu, tas nozīmē, ka dotā naudas cenu rinda paliek konstanta. Naudas vienības noderīgums pastāv tās tiešās lietošanas vērtībā, bet it sevišķi – tās apmaiņas vērtībā, kas pamatojas tās neierobežoti daudzveidīgo labumu pirktspējā. Mēs jau konstatējām mūsu naudas regresijas un tās marginālā derīguma pētījumos, ka naudas preces novērtējums un tās marginālais derīgums balstās uz dažādu preču jau doto naudas cenu struktūru. Ir saprotams, ka katrā iepriekšējo likumu konkrētā pielietojuma laikā naudas cena nevar mainīties. Ja tā tomēr mainītos, piemēram, intervences rezultātā, un piektā naudas vienība tiktu vērtēta augstāk nekā ceturtnā vienība, tad šī naudas vienība vairs nebūtu vienādi noderīga un tādējādi to nevarētu vairs atzīt par homogēnu vienību.

Kā jau iepriekš redzējām, monetārās vienības spēju pirkt dažādu preču daudzumus sauc par *monetārās vienības pirktspēju*. Naudas pirktspēja tirgū kādā noteiktā laika periodā pastāv kā visu doto naudas cenu *sakārtojums*, kur naudas vienības cena izteikta ar preču cenām, lietojot šo preču nosaukumus. Kā jau izsecinājām no regresijas teorēmas, naudas vienības tagadējā pirktspēja ir noteikta ar naudas un preču tagadējiem marginālajiem derīgumiem, un to pauž pieprasījuma saraksti, jo šodienas naudas marginālais derīgums ir tieši atkarīgs no naudas pirktspējas vakardien.⁴⁵

PIELIKUMS B: PAR VĒRTĪBU

Ekonomikā ir izveidojies tik ļoti plaši lietojams jēdziens “vērtība”, ka nebūtu lietderīgi nepievērst tam uzmanību. Šis termins tiek lietots ļoti daudzveidīgi. Ir ļoti svarīgi nošķirt šī termina lietojumu subjektīvā *vērtēšanas* un preferenču izpratnē, iepretī tā objektīvam lietojumam *pirktspējas* vai tirgus cenas izpratnē. Līdz šai grāmatas daļai *novērtēt* nozīmēja veikt subjektīvi individuālu preces novērtēšanas vai ranžēšanas procesu indivīda vērtību skālā.

Šajā grāmatas daļā termins *kapitāla vērtība* nozīmēja ilgspējīgas preces pirktspēju tirgū naudas nosaukuma izteiksmē. Ja tirgū māja varētu tikt pārdota par 250 zelta uncēm, tad tās kapitālvērtība ir 250 unces. Atšķirība starp šo novērtējumu un subjektīvā tipa novērtējumu ir neapšaubāma. Paskaidrosim precīzāk. Kad prece tiek subjektīvi novērtēta, tad tas nozīmē, ka tā indivīda vērtību skālā tiek ranžēta attiecībā pret kaut kādu citu preci. Kad prece tiek “novērtēta”, lai izdibinātu tās kapitālvērtību, tad vērtētājs izkalkulē, par cik to varētu pārdot naudas izteiksmē. Šis darbības veids ir pazīstams ar terminu *cenās noteikšana vērtējot* un ir nošķirams no subjektīvās novērtēšanas. Ja Džons saka: “Man vajadzētu pārdot šo māju nākamajā nedēļā par 250 uncēm”, tad viņš ir “novērtētājs” tās pirktspēju, vai tās “objektīvo maiņas vērtību” 250 zelta unču apmērā. Turklāt viņš šajā gadījumā nav veicis mājas un zelta ranžēšanu savā vērtību skālā, bet ir izkalkulējis šīs mājas naudas cenu, kāda tai tā varētu būt kaut kad nākotnē. Mēs turpinājumā redzēsim, ka cenās izkalkulēšana ir fundamentāla rīcība pilnīgā netiešās apmaiņas ekonomikas sistēmā. Ne tikai patēriņa preču rentēšana un pārdošana balstās uz preču cenu noteikšanu vērtējot, un cerību gūt monetāru peļņu, bet tādas darbības veic visi investējošie producenti, un tā ir visu attīstīto produktīvo sistēmu stūrakmens. Mēs redzēsim, ka termins “kapitālvērtība” tiek lietota ne tikai attiecībā uz ilgspējīgām precēm, bet arī attiecībā pret visiem ne-cilvēka ražošanas faktoriem -- zemi un kapitāla precēm. Šādu faktoru lietošana un pārdošana balstās uz cenu noteikšanu novērtējot, ko veic antreprenieri, cerot uz iespējamo peļņu naudas izteiksmē, un redzēsim, ka šo faktoru kapitālvērtība tirgū tieksies būt vienāda ar diskontēto summu no viņu naudas ienākumu nākotnes peļņas.⁴⁶