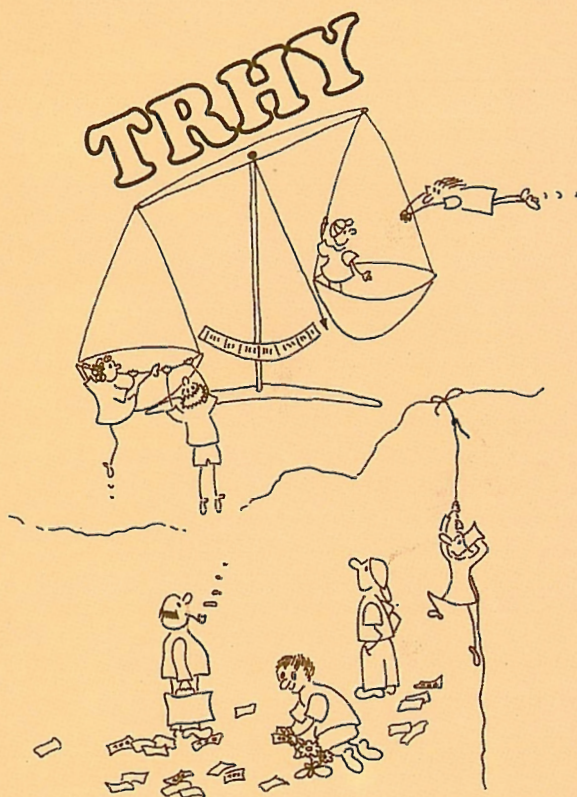


Israel
Kirzner

JAK FUNGUJÍ



Mega
print

LIBERALNÍ INSTITUT
LI
PRAHA

LIBERÁLNÍ INSTITUT

a

CENTRUM LIBERÁLNÍCH STUDIÍ

děkují za podporu,

kterou jim při vydání této knihy poskytly

The Institute of Economic Affairs

a

Atlas Economic Research Foundation

Israel M. Kirzner

JAK FUNGUJÍ TRHY

*Mega
print*

MEGAPRINT PRAHA 1998

Israel Kirzner
Jak fungují trhy
Praha 1998

Překlad z anglického originálu

Israel M. Kirzner, How Markets Work: Disequilibrium, Entrepreneurship and Discovery, IEA Hobart Paper No. 133, The Institute of Economic Affairs 1997

Vydal Liberální institut, Centrum liberálních studií, MegaPrint Praha

Liberální institut
Spálená 51
110 00 Praha 1

Centrum liberálních studií
Spálená 51
110 00 Praha 1

MegaPrint Praha
K Nouzovu 2131/7
143 00 Praha 4

Všechna práva jsou vyhrazena. Žádná část knihy nesmí být reprodukována nebo dále šířena v žádné formě, žádnými prostředky, elektronickými nebo mechanickými, bez písemného souhlasu Liberálního institutu a Centra liberálních studií.

Copyright © First published by the Institute of Economic Affairs,
London, June 1997

Copyright © 1998, Liberální institut, Centrum liberálních studií

Translation © Ing. Josef Šíma

Cover Design © Dan Purmann, MegaPrint Praha

Cover Illustration © Ing. Zdeňka Talábová

Odborný lektor: Prof. Ing. Milan Žák, CSc.

ISBN: 80-902270-5-8 (Centrum liberálních studií)

Liberální institut, Centrum liberálních studií, MegaPrint Praha
Praha 1998

Obsah

Obsah.....	5
Předmluva k českému vydání.....	7
I. Úvod	11
II. Z historie ekonomického myšlení	15
Vznik neoklasické teorie	15
Mengerovská a walrasovská tradice	16
Úloha Lionela Robbinse	17
Debata o socialistické kalkulaci.....	18
Mises a činnost podnikatele.....	19
Hayek a tržní proces.....	20
Mises a Hayek: Odlišnosti a podobnosti	22
Nové rakouské paradigma	23
III. Problémy standardní teorie cen	25
Učebnicová teorie cen	25
Problémy předpokládaných řešení	26
Nerealističnost teorie hlavního proudu	29
Rozhodování jednotlivců v teorii hlavního proudu	30
Teorie trhu ekonomie hlavního proudu	32
Model dokonalé konkurence a kritika tržní ekonomiky	34
IV. Teorie podnikatelského objevování.....	37
Opuštění neoklasické černé skříňky: Koncept objevování	37
Objevování a role podnikatele.....	39
Buď podnikání, nebo rovnováha.....	42
Hnací síla podnikatelské ostražitosti.....	43
Systém vyvádějící z chaosu: Paradox podnikání.....	47
Rozšíření Jevonsova zákona indiference.....	48

Omyly z přílišného pesimismu a omyly z přílišného optimismu.....	51
Konkurence a činnost podnikatele	55
Mises, Hayek a teorie podnikatelského objevování	59
Teorie podnikatelského objevování a neklasické paradigma teorie hlavního proudu.....	61
V. Nové pohledy nabízené teorií podnikatelského objevování	63
Ekonomie reklamy	63
Ekonomie protimonopolního zákonodárství	68
Ekonomie blahobytu	73
Ekonomie socialismu	79
Ekonomie, trhy a spravedlnost.....	82
VI. Závěr	88
Další literatura	89
Publikace vydané Liberálním institutem	91

Předmluva k českému vydání

Fungování trhů a floskule centrálních plánovačů

Po desetiletích totalitních systémů v České republice zažíváme od počátku 90. let vlnu zájmu o poznávání základních zákonitostí fungování tržní ekonomiky. Po dlouhé době se mohou studenti ekonomie i široká veřejnost opět bez obav seznamovat s pohledem na ekonomiku, který nabízí ekonomická teorie (převážně v podobě svého hlavního proudu). Svobodná volba jednotlivců vedoucí k dobrovolné směně, jež je výhodná pro obě strany obchodu, výhodnost mezinárodního obchodu bez administrativních překážek, omezená role státu, negativní důsledky redistribuce bohatství, škodlivost progresivního zdanění atd., to jsou závěry, které ekonomie hlavního proudu nabízí. Zároveň nám ale předkládá řadu problémů, které údajně trh neumí vyřešit, a přichází s tzv. teorií tržních selhání. Ta vyvolávají nutnost aktivní politiky státu (vlády), která má např. dbát o zachování konkurence mezi podnikateli prostřednictvím své antimonopolní politiky, bez které by si svět rozdělily mocné monopoly, které by ožebračovaly spotřebitele. Toto a mnohá jiná podobná doporučení vycházejí z předpokladu, že úlohou vlády je napomáhat tomu, aby se ekonomika reálného světa co nejvíce přibližovala ideálu dokonalé konkurence, která je v očích ekonomie hlavního proudu předpokladem optimálního fungování trhů a vede k nastolení rovnováhy na všech trzích. Takto dosažená všeobecná rovnováha je podmínkou optimální alokace zdrojů.

Profesor Kirzner ve své knize, která se vám dostává do rukou, přichází s myšlenkou, že přístup, jenž se nesoustřeďuje na studium fungování reálného světa a hledání hybné síly fungování trhů, ale na výčet „nedokonalostí trhu“, které mají být poté

vládou odstraňovány, abychom se mohli přiblížit vysněné dokonalé konkurenci, nutně vede k útokům na mnohé rysy tržní ekonomiky, jako je např. reklama; vede k budování obskurních termínů, jako je společenské optimum; vytváří mylné teoretické koncepty, jako je např. ekonomie blahobytu, a vede k formulaci chybných doporučení pro hospodářskou politiku např. v podobě antimonopolního zákonodárství. Navíc tento přístup vede k tomu, že kolektivistům všech odstínů přidává účinnou zbraň do jejich arzenálu. Stačí jim poukazovat na odlišnosti reálného světa od ideálu dokonalé konkurence. Nejsou-li splněny předpoklady dokonalého fungování trhů, trhy prý nefungují, a proto je potřeba silný stát, aby „neefektivní“ fungování trhů suploval. Zakládá-li teorie hlavního proudu svou obhajobu tržní ekonomiky na tvrzení, že trhy v *zásadě* fungují, ale vláda musí odstraňovat příčiny těchto odlišností, pak se otevírá nekonečný prostor pro zásahy vlády do ekonomiky se všemi známými z toho plynoucími negativy. Reálný svět *je* totiž jiný, než model dokonalé konkurence předpokládá.

Na trhy je nutné pohlížet dynamicky. Budoucnost je sice zahalena v nejistotě, ale konkurující si vize podnikatelů se pokouší touto mlhou nejistoty prohlédnout. Ten, kdo to dokáže lépe, je na trhu odměněn. Ten, jehož vize se ukázala jako neuskutečnitelná, musí svá očekávání přehodnotit. Chyba učiněná jedním podnikatelem vytváří prostor pro inkasování zisku konkurujícím podnikatelem, jehož očekávání se ukázala přesnější, a proto dokázal lépe uspokojit přání spotřebitelů. Je-li umožněno konkurenční střetávání podnikatelských vizí na trhu, pak jsou chyby odhalovány a odstraňovány. To ovšem neznamená, že vláda musí garantovat „velké množství prodávajících a kupujících na trhu“. Je-li na trhu, kam vláda nebrání v přístupu ostatním, pouze jedna firma proto, že v daném okamžiku ostatní podnikatelé nevstupují na tento trh, neznamená to, že v budoucnu na trh nevstoupí noví inovativní podnikatelé, kteří velmi rychle zbaví původního „monopolistu“ jeho výsadního postavení. Začne-li vláda nějaké odvětví ovšem regulovat (vydá-li licenci umožňující

výhradní působení na nějakém trhu), vytváří novým podnikatelům bariéry vstupu na trh, které vedou k tomu, že inovativní podnikatelé rozvoj daného trhu zabezpečit většinou nemohou a vláda, v důsledku odlišných motivací a rozptýlených informací, které používá pro svá rozhodování, to neumí (pro příklady nemusíme chodit příliš daleko).

Teorie podnikatelského objevování prezentovaná v této knize čerpá z tradic rakouské školy, která vznikla na sklonku minulého století, prošla slavnou etapou diskuse o možnosti racionální ekonomické kalkulace za socialismu ve 20. a 30. letech tohoto století a byla mnohými znovuobjevena po udělení Nobelovy ceny za ekonomii F. A. Hayekovi, který spolu se svým učitelem Ludwigem von Misesem po většinu tohoto století bojoval proti narůstající moci státu a omezování prostoru pro svobodnou volbu jednotlivců, zvětšujícímu se přerozdělování a neustálým pokusům vlád o plánování mnoha sfér lidského života. Rakouská škola představuje v současné ekonomii unikátní myšlenkový proud. Její důsledný metodologický individualismus je v přímém rozporu s kolektivistickým metodologickým přístupem mnohých ostatních myšlenkových proudů. Přes velkou geografickou blízkost ovšem nezůstalo českému čtenáři příliš příležitostí k tomu, aby se s těmito stále se rozvíjejícími myšlenkami seznámil. Přes tvrzení některých českých ekonomů, že „pokud by rakouská ekonomická škola zemřela v Rakousku, my v Praze ji při životě udržíme,“ se tato škola rozvíjí především ve Spojených státech. Evropu pozřel kolektivismus. Liberální institut se proto pokouší prostřednictvím překladů autorů píšících v rakouské tradici a pomocí svých vlastních prací zprostředkovat „rakouské“ myšlení českým studentům, učitelům i široké veřejnosti. Po překladu knihy F. A. Hayeka *Kontrarevoluce vědy* vychází v roce 1998 kromě Kirznerovy knihy, kterou držíte v ruce, také Misesův

Liberalismus a bestseller Henryho Hazlitta *Ekonomie v jedné lekci*.

Rakouská škola nepředstavuje pouze jednu ze škol současné *ekonomie*. Jak vidíme na příkladu u nás známého F. A. Hayeka, ale i v této knize na příkladu Israela Kirznera, „rakouský“ přístup je aplikovatelný a aplikovaný při pohledu na společnost v nejšířších souvislostech. Člověk a jeho jednání, jeho přání a tužby by měli být vždy středem zájmu každého, kdo chce porozumět fungování trhů a fungování společnosti obecně. Doufám, že tato kniha a ostatní díla vycházející z rakouské tradice alespoň zpomalí proces zapomínání na tento základní fakt. Všemocnost současného státu a síla, s jakou neustále zaznívají kliše o tržních selháních, sociálním státu, veřejných statečích, společenském optimu, boji proti monopolům, nespravedlnosti kapitalismu a stále větší nutnosti přerozdělování a státní regulace ve všech sférách lidského života, napovídají, že slavné Misesovy a Hayekovy argumenty vyslyšeny nebyly. Kniha Israela Kirznera přispívá dalším kouskem do této mozaiky argumentů, které se nám snaží vysvětlit, JAK FUNGUJÍ TRHY.

Josef Šíma
Liberální institut
listopad 1998

I. Úvod

Tato studie představuje „rakouský“ pohled na fungování tržní ekonomiky. Oproti mnohým jiným studiím tak činí bez použití odborné terminologie. Teorie je „rakouská“ tím, že vychází z názorů, které dozrávaly v průběhu jednoho a čtvrt století historie rakouské školy. Tyto názory byly formulovány s obzvláštní jasností a originalitou v příspěvcích dvou velikých představitelů rakouské školy Ludwiga von Misesa a Friedricha Hayeka z poloviny 20. století. V průběhu posledního čtvrt století přispělo množství mladších ekonomů tvořících v rakouské tradici (včetně autora tohoto textu) k další krystalizaci teorie podnikatelského objevování¹ a objasňování implikací této teorie pro pochopení ekonomických zákonitostí a hospodářskou politiku.

Většina ekonomů souhlasí s tím, že trhy „fungují“ a že prostřednictvím dobrovolné směny jsou v tržní ekonomice bez centrálního řízení nebo přikazování její účastníci schopni podílet se na fungování nesmírně produktivního systému, využívající výhod specializace a dělby práce. Ekonomové také většinou souhlasí s tím, že obecný model alokace zdrojů ve společnosti, kterého je dosaženo spontánně, je vysoce citlivý na změny ve spotřebitelských preferencích, v dostupnosti disponibilních zdrojů a na změny v poznaných technologických možnostech.

Tyto sdílené doktríny umožňují ekonomům porozumět jak dramatickému růstu životní úrovně dosažené v tržních ekonomikách během posledního století, tak i relativnímu selhání (a v četných případech z poslední doby úplnému kolapsu) socialistických ekonomik, ať už ve východní Evropě nebo jinde. Přesto ale zůstává v samotném srdci těchto doktrín nezodpovězena zcela

¹ Angl. termín „entrepreneurial discovery“ je v textu pro krátkost překládán jako podnikatelské objevování, přičemž je třeba mít na paměti, že tento termín by měl vystihovat proces podnikatelského odhalování, nalézání a využívání ziskových příležitostí podnikateli (pozn. překladatele).

zásadní otázka. S překvapením zjišťujeme, že standardní ekonomie neposkytuje uspokojivé a přesné vysvětlení toho, proč a jak trhy fungují. Ukazuje se, že „neviditelná ruka“ Adama Smitha je příhodná metafora pro to, co zůstává analytickou černou skříňkou ekonomické teorie. Ekonomická teorie, alespoň v podobě svého hlavního proudu, vysvětluje velmi sofistikovaně působení hladce fungující tržní ekonomiky, ve které každý účastník již nějakým způsobem našel své místo. V zásadě ale mlčí při vysvětlování sledu událostí, které umožňují jejím jednotlivým účastníkům, aby z počátečního stavu neexistence vzájemné koordinace dospěli k tomu, že *naleznou* svá místa ve společenské skládance. Relativně hladce fungující trhy reálného světa zůstávají tedy záhadou.

Hlavním smyslem této práce není zničit ekonomii hlavního proudu. Teorie hlavního proudu má svou omezenou použitelnost při hledání odpovědí na množství běžných otázek, které ekonomie zkoumá. Cílem této práce je vyložit alternativní „rakouský“ přístup, který je založen na ekonomii podnikatelského objevování, vysvětlit onu záhadu ponechanou bez rozluštění ekonomickou teorií hlavního proudu - jak a proč trhy fungují. Kritice ekonomie hlavního proudu se krátce věnuje III. oddíl této práce, který si klade za cíl poukázat na základní prvky rakouského přístupu.

Když ekonomové, ať již rakouští nebo jiní, hovoří o „fungování“ trhů, mají na mysli procesy společenského přizpůsobování, ve kterém jsou účastníci trhu spontánně vedeni k tomu, aby nabídli ostatním příležitosti ke směně, které mají tendenci se kumulovat až do okamžiku, kdy jsou v celé ekonomice vyčerpány všechny potenciální zisky z obchodu. Na první pohled není takováto tendence zřejmá. Aby všechny aktivity jednotlivců zapadaly přesně do sebe takovýmto příznivým způsobem, mnoho lidí by očekávalo, že bude existovat nějaký v podstatě vševědoucí, všemocný a benevolentní ekonomický vládce, který zjistí všechny individuální preference, nadání, vlohy a všechny možné alternativy, všechno spočítá a vynutí takový způsob rozhodování, který

nejen zkoordinuje veškerá rozhodnutí, ale také zajistí, aby žádné příležitosti k vzájemnému zisku nezůstaly nevyužity.

Teorie trhu ovšem netvrdí, že je *možné*, aby skupina decentralizovaných individuálních rozhodnutí existovala ve stavu úplné vzájemné koordinace, ale tvrdí také, že existuje silná tendence k tomu, aby se dění na trhu spontánně rozvinulo v plně koordinovaný systém bez jakéhokoli centrálního přikazování nebo řízení. To, že ekonomie hlavního proudu neposkytuje uspokojivé vysvětlení platnosti těchto tvrzení, vytváří jistý problém; mezeru, kterou je třeba zaplnit. A právě rakouská teorie podnikatelského objevování, jež je nastíněna v této práci, si klade za cíl tuto mezeru zaplnit, přičemž implikace této teorie dosahují mnohem dále.

Předpoklady, které vyžaduje ekonomie hlavního proudu, aby ukázala, jak hladce fungující trh pracuje, jsou příliš náročné s ohledem na povahu ekonomických systémů, které známe. Empirická nerealističnost předpokladů přivádí tuto teorii k nezvratnému závěru, že na skutečných trzích *nemůže* spontánně ke koordinaci docházet. Ukazuje se, že zřejmé tendence ke koordinaci reálných trhů nejsou zcela intuitivní, což ještě zoufaleji vyvolává potřebu nějakého vysvětlení.

Rakouská teorie, tak jak je zde představena, klade velký důraz na „podnikatelské objevování“, které umožňuje účastníkům trhu činícím decentralizovaně svá rozhodnutí rozpoznat, kdy jejich rozhodnutí mohou být zlepšena, a předvídat budoucí změny v rozhodnutích druhých. Změny cen, změny metod výroby, volba výstupů a příjmů majitele zdrojů vyvolané podnikatelským objevováním mají tendenci odhalit, které ze současných způsobů alokace jsou chybné, a podporovat změny ve směru, který povede k nápravě. V práci je kladen do protikladu prvek podnikatelského objevování, který je v centru pozornosti rakouské školy, s charakterem ekonomického rozhodování jednotlivce tak, jak vstupuje do ekonomické teorie hlavního proudu.

Ukazuje se, že teorie podnikatelského objevování nejen poskytuje klíč k vysvětlení fungování trhů způsobem, který je cizí

přístupu užívaného ekonomii hlavního proudu, ale že jsou navíc její implikace pro hospodářskou politiku v ostrém rozporu se všeobecně přijímanými názory. I kdybychom opominuli aspekt uspokojení vědecké zvědavosti ohledně fungování trhů, pozornost věnovaná rakouské teorii by byla nutná při uvažování o volbě mezi různými alternativami hospodářské politiky s různými dopady na blahobyt společnosti. Obzvláště v takových oblastech, jako je antimonopolní politika, nabízí rakouská teorie řešení, která se významně liší od těch, která jsou obvykle vyvozována z teorie hlavního proudu.

II. oddíl této práce načrtává historii teorie podnikatelského objevování, kterou prošel vývoj ekonomie ve 20. století. III. oddíl v krátkosti zkoumá pohled ekonomie hlavního proudu na trhy s důrazem na ty rysy, ke kterým má rakouská teorie ostré námítky. IV. oddíl rozvíjí rakouskou teorii v pozitivním duchu. V. oddíl diskutuje implikace rakouské teorie, které se liší od těch, které jsou obvykle vyvozovány z ekonomie hlavního proudu. VI. oddíl celou studii uzavírá.

II. Z historie ekonomického myšlení

Vznik neoklasické teorie

Počínaje sedmdesátými lety 19. století se začala objevovat skupina ekonomických doktrín, které byly široce přijímány různými ekonomickými školami v Evropě. Ať již pod záštitou marshallovské školy v Anglii, mengerovské školy v Rakousku nebo vznikající walrasovské tradice na evropském kontinentě ekonomie zdůrazňovala až do 30. let 20. století teorii ceny koordinující rozhodování nabízejících a poptávajících. Tyto odlišné ekonomické školy jsou často popisovány tak, že společně tvoří jeden široce chápaný „neoklasický“ přístup k ekonomické teorii.²

Základním kamenem této neoklasické teorie bylo to, že ceny na všech trzích směřují k úrovním, které tyto trhy čistí. Při vyjádření v jednoduchém diagramu nabídky a poptávky (který se stále přednáší začínajícím studentům ekonomie) to znamenalo, že ceny, které jsou příliš vysoké, aby vyčistily trh, mají tendenci klesnout (kvůli konkurenci mezi prodávajícími snažícími se prodat svůj neprodaný přebytek), ceny, které byly příliš nízké, aby vyčistily trh, mají tendenci růst (kvůli konkurenci neuspokojených kupujících). Tyto zákonitosti určující cenový pohyb poskytly ekonomům pohled na trhy, který se zdál být zcela obecný, vztahující se na všechny druhy zboží a služeb, a ukazující, jak situace na trhu systematicky vyjadřuje preference jeho účastníků. Všechny neoklasické školy sdílely názor, že je v podstatě přínosné abstrahovat při zkoumání různých druhů trhů od

² Ekonomie 20. století přisuzuje termín „neoklasický“ mnohem užěji definované skupině teorií odrážejících rigorózní rozšíření Walrasovy teorie celkové rovnováhy, která považuje trh za složený z dokonale koordinovaných rozhodnutí jednotlivců zcela maximalizujících svůj užitek.

institucionálních podrobností a soustředit se na čistou „ekonomickou“ strukturu; analytickou strukturu, od které je všechno kromě nabídky, poptávky a ceny odstraněno. Tento aspekt neoklasické ekonomie slavil úspěchy v tom, že zbavil tehdy dominující německou historickou školu s jejími antiteoretickými sklony výsadního postavení, které si udržovala na kontinentě na přelomu století.

Skutečnost, že si různé teoretické školy uvědomovaly svou společnou opozici k německé historické škole, je, zdá se, vedla k přehlížení vznikajících jemných analytických a metodologických odlišností, které následně vedly k ostře se odchylicím teoretickým přístupům. Ve skutečnosti byla společně sdílená neoklasická teorie ceny vyvinuta za použití velmi odlišných přístupů. Přístup hlavního proudu (neoklasický v úzkém slova smyslu) se vyvinul z vlivu marshallovské a walrasovské tradice. Tento přístup kladl důraz na podmínky tržní rovnováhy, viděno walrasovským způsobem, jako výraz řešení systému simultánních rovnic, který se skládá z relevantních nabídkových a poptávkových funkcí. To odvrátilo pozornost od analýzy procesu, ve kterém krok za krokem dochází k přeměně původně nekoordinované řady rozhodnutí k jejich větší vzájemné koordinaci. Dochází tedy k té „záhadě“, ke které obracíme pozornost: ekonomie hlavního proudu nedokáže vysvětlit, jak trhy ve skutečnosti *začnou* fungovat. Vysvětluje podrobně vztahy, které převládají na trzích, které již fungují, ale nechává stranou podstatu procesů, které tyto závislosti vytvářejí.

Mengerovská a walrasovská tradice

Třetí učení, které tvořilo součást dřívější neoklasické aliance, ovšem vyvinulo odlišný pohled na teorii ceny. Mengerovská tradice se postupně vyvíjela, až přibližně v polovině tohoto století zaujala pevné místo ve směru, který se explicitně odchyloval od walrasovské tradice. Rozpoznala, že matematické propracovanosti, která se objevila v teorii hlavního proudu, bylo dosaženo za cenu zatemnění základních rysů dřívějšího neoklasického

pohledu. Jak je vysvětleno níže, Ludwig von Mises a Friedrich Hayek vyslovili tyto názory ve 40. letech 20. století.

Misesovy a Hayekovy příspěvky se vyvinuly z dřívější rakouské tradice, která brala všeobecně přijímanou neoklasickou teorii ceny za samozřejmou. Prorocká studie rakouského ekonoma Hanse Mayera poukázala na klíčové problémy ve vznikající marshallovsko-walrasovské syntéze.³ Ale dokonce ještě v roce 1932 sám Mises (oslavuje definitivní pohřbení německé historické školy) prohlašoval, že to, v čem se vzájemně odlišovaly „moderní“ školy ekonomických teorií, nebylo z velké míry nic jiného než používaný jazyk a styl.⁴

Úloha Lionela Robbinse

Skutečnost, že rakouští ekonomové 20. let skutečně viděli svou ekonomii zcela kompatibilní s britskou (marshallovskou) ekonomikou hlavního proudu, je dobře ilustrována úlohou, kterou hrál Lionel Robbins. Robbins, který se v mládí objevil jako vůdčí intelektuální osobnost ve výuce ekonomie na London School of Economics, byl hluboce ovlivněn živoucí rakouskou tradicí pulzující na vídeňských seminářích na konci 20. let. Jeho slavná kniha z roku 1932 *The Nature and Significance of Economic Science*⁵ byla napsána (alespoň částečně) proto, aby britským ekonomům představila množství zásadních rakouských přístupů, které Robbins (jenž uměl německy) poznal během svých návštěv Vídně

³ Hans Mayer, „Der Erkenntniswert der Funktionellen Preistheorien“, v Mayer (ed.), *Die Wirtschaftstheorie der Gegenwart*, Vídeň, 1932, 2. svazek, str. 147-239b. Přeloženo pod názvem „The Cognitive Value of Functional Theories of Price“, v Kirzner (ed.), *Classics in Austrian Economics*, 2. svazek: *The Interwar Period*, Londýn, William Pickering, 1994, str. 55-168.

⁴ Viz Ludwig von Mises, *Epistemological Problems of Economics*, přeloženo Georgem Reismanem, Princeton, Van Nostrand, 1960, str. 214. Tato pasáž je částí překladu přednášky, kterou Mises přednesl 30. září 1932.

⁵ Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, 2. vydání, Londýn, Macmillan, 1935

a z rakouské literatury (kterou ve své knize hojně cituje). V předmluvě Robbins přiznává svou inspiraci obzvláště Misesem.

Robbins si nekladl za cíl modifikovat nikterak významně podstatu britské ekonomie. Jak je vysvětleno v předmluvě, svou knihou chtěl pouze britským ekonomům představit nové způsoby chápání základů *jejich vlastní* ekonomie. Teorie cen, kterou Robbins našel ve Vídni, nebyla považována za protikladnou k teorii, která se vyvinula v ortodoxní teorii cen, jež se vyučuje na bezpočtu univerzit v Británii a Spojených státech po zbytek století.

Debata o socialistické kalkulaci

Zdá se, že to byla až slavná meziválečná debata o možnosti socialistické ekonomické kalkulace, která přivedla Misesa a Hayeka k poznání, že rozdíl mezi rakouskou teorií cen a teorií marshallovsko-walrasovskou zdaleka není pouze záležitostí jazyka a stylu. V roce 1920 Mises ukázal, že centrální plánovači v socialismu nebudou bez informací, které poskytují tržní ceny zdrojů, schopni plánovat socialistickou výrobu tak, aby brali v úvahu komparativní význam konkurenčních projektů. Tento problém vyvolal vlnu reakcí zastánců možnosti efektivního socialistického plánování. Hayek přispěl během 30. let množstvím studií, ve kterých se k těmto příspěvkům vyjadřoval, a ukazoval, že nereagují adekvátně na Misesovu kritiku efektivnosti socialismu.

Nejnámější ze socialistických příspěvků byly studie Oskara Langeho a Abba P. Lerner⁶, které tvrdí, že centrální plánovači

⁶ Oskar Lange, „On the Economic Theory of Socialism, Parts I and II“, v Benjamin M. Lippincott (ed.), *On the Economic Theory of Socialism*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1938

Abba P. Lerner, „A Note on Socialist Economics“, *Review of Economic Studies*, 4. října 1936, a „Statics and Dynamics in Socialist Economies“, *Economic Journal*, červen 1937

by mohli arbitrárně vyhlásit „ceny“ výrobních zdrojů a nařídít socialistickým manažerům výroby, aby používali tyto ceny při tvorbě svých výrobních plánů. Výsledné přebytky (nebo nedostatky) výrobních zdrojů by poté centrálním plánovačům ukazovaly na potřebu ceny výrobních zdrojů snížit (nebo zvýšit). Při vytváření takovýchto schemat se Lange a Lerner hlásili k tomu, že budou jednoduše do socialistického modelu přenášet poznatky týkající se povahy a funkce cen výrobních zdrojů, které se naučili z teorie ceny v tržní ekonomice.

Toto použití standardní teorie cen přimělo Misesa a Hayeka k uvědomění si, že jejich chápání podstaty tržních cen činí tyto ceny zcela nepoužitelnými pro využití v modelu pro potřeby uvažované Langem a Lernerem. Jako reakci na tento vývoj debaty o socialistické ekonomické kalkulaci napsal Mises svůj magnum opus *Human Action*.⁷ Hayek na debatu o socialistické kalkulaci reagoval sepsáním pozoruhodné série studií, kterou následně sebral a znovu publikoval v roce 1948 pod názvem *Individualism and Economic Order*. Způsoby, jakými Mises a Hayek nalézali podstatu svého chápání teorie cen, byly odlišné. Zároveň se lišily od pojetí ekonomie hlavního proudu.

Mises a činnost podnikatele

Mises zdůrazňoval dynamickou povahu tržního procesu poháněného podnikatelskou vidinou dosažení budoucích zisků ve světě, který je radikálně nejistý. „Hnací síla tržního procesu je vytvářena prosazujícími se a spekulujícími podnikateli... Spekulative mající za cíl dosažení zisku je hnací silou výroby.“⁸ Proces nalézání rovnováhy, o kterém se ekonomie hlavního proudu z nějakého důvodu domnívá, že neustále vede k dosahování

⁷ Ludwig von Mises, *Human Action*, New Haven, Yale University Press, 1949. Předchůdcem této knihy byla německy psaná *Nationalökonomie* napsaná v roce 1940. Revidované vydání *Human Action* bylo publikováno vydavatelstvím Laissez Faire Books, New York, 1996.

⁸ *Ibid.*, str. 325-26

rovnováhy, sestává právě z takovéto spekulativní činnosti. „Činnost podnikatele je tím, co by mělo přivodit neuskutečnitelný stav rovnováhy,⁹ kdy již nedochází k žádným změnám.“¹⁰

Důležitou věcí týkající se stavu rovnováhy, která podle Misesa stojí za pozornost, je skutečnost, že v „imaginární konstrukci rovnováhy“¹¹ nezbývá žádný prostor pro činnost podnikatele...¹² Název jeho knihy *Human Action* odráží důraz ne na bezbarvé rozhodování v rámci maximalizace za daných omezení, o kterém hovoří teorie rovnováhy ekonomie hlavního proudu, ale na konání účelově jednajících lidských bytostí v nejistém světě, které jsou povolány k tomu, aby v takovémto světě při vytváření svých osudů prováděly svá podnikatelská rozhodnutí. „Jakákoli činnost je vždy spekulací... v každé skutečné a živoucí ekonomice je každý její účastník vždy podnikatelem a spekulantem.“¹³ Věda zkoumající „lidskou činnost“¹⁴ musí být vědou, která zkoumá vlastnosti působení mechanismů vedoucích tržní procesy založené na působení podnikatelů k rovnováze. Ekonomie viděná jako takováto věda o lidské činnosti se ostře odlišuje od teorie ceny ekonomie hlavního proudu, jež se omezuje na analýzu podmínek, za kterých může být trh nebo tržní ekonomika prohlášena za nalézající se v rovnováze.

Hayek a tržní proces

Hayek na druhé straně nevěnoval explicitně pozornost úloze podnikatelské dynamiky a spekulativnímu motivu ve fungování tržního procesu. Místo toho Hayek ve svých studiích sebraných v knize *Individualism and Economic Order* prozkoumával způsoby, jakými tržní proces seznamuje účastníky trhu s jejich

⁹ angl. termín „evenly rotating economy“ (pozn. překladatele)

¹⁰ Ibid., str. 335

¹¹ angl. termín „evenly rotating economy“ (pozn. překladatele)

¹² Ibid., str. 253

¹³ Ibid., str. 253

¹⁴ angl. termín „human action“ (pozn. překladatele)

vzájemnými postoji a budoucími plány. Stav rovnováhy, podotýká Hayek, je takový stav, ve kterém účastníci trhu nějakým způsobem najednou očekávají, že ostatní účastníci trhu skutečně přesně ty záměry, které se ve skutečnosti nakonec také uskuteční. Všechny plány se uskuteční při správném očekávání odpovídajících plánů, jež učiní ostatní. Ničí záměr není zmařen z důvodu, že jiní jednali jinak, než jejich záměr předpokládal. Nikdo nelituje toho, že při uskutečňování svého plánu nedokázal využít příležitostí, které mu byly vytvořeny činností ostatních, příležitostí, které posléze odhalil, ale které nedokázal odhadnout předem. Řečeno Hayekovými vlastními slovy z roku 1937,

„koncept rovnováhy znamená toliko to, že předvídavost různých členů společnosti je... správná v tom smyslu, že záměry každého jsou založeny na očekávání právě oněch činností ostatních lidí, které tito lidé zamýšleli vykonat, a že všechny tyto záměry jsou založeny na očekáváních stejných externích skutečností, takže za jistých podmínek nikdo nebude mít důvod své záměry měnit.“¹⁵

Tímto významným porozuměním tržní rovnováže, která spočívá v soustavě vzájemně se podporujících očekáváníí, Hayek identifikoval zásadní předpoklady nutné k tomu, aby se proces dosahování tržní rovnováhy uvedl do pohybu. Takovýto proces, ukazuje Hayek, musí sestávat ze vzájemného učení se, během kterého účastníci trhu získávají dokonalejší a dokonalejší informace týkající se toho, co ostatní mohou (a ve skutečnosti zamýšlejí) udělat.

„Ve světle naší analýzy významu stavu rovnováhy... může skutečný obsah tvrzení, že existuje tendence k rovnováze... stěžít znamenat něco jiného, než že za jistých podmínek... budou očekávání lidí a obzvláště podnikatelů stále správnější.“¹⁶

Standardní teorie cen, jak tvrdí Hayek,

¹⁵ Friedrich A. Hayek, *Individualism and Economic Order*, Londýn, Routledge and Kegan Paul, 1949, str. 42

¹⁶ *Ibid.*, str. 45

„se snaží tvářit, jako kdyby otázky, jak dochází k rovnováze, byly vyřešeny. Když se ovšem podíváme pečlivěji, brzy se jasně ukazuje, že tato vysvětlení nepředstavují nic víc než zjevný důkaz toho, co je již předpokládáno. Nástrojem, který je obvykle pro tento účel používán, je předpoklad dokonalého trhu, kde se každá změna stává každému okamžitě známou.“¹⁷

V následných studiích rozšiřujících jeho chápání úlohy ignorance a informací při vysvětlování fungování trhu, odmítá Hayek explicitně nebo implicitně většinu ze základních úvah o procesech hledání rovnováhy, významu konkurence a kritériích, jež jsou relevantní při posuzování blahobytu společnosti tak, jak je vnímá ekonomie hlavního proudu.

Mises a Hayek: Odlišnosti a podobnosti

Co se týče pozitivní teorie podnikatelského objevování, jsou rozdíly mezi Misesovým chápáním dynamického tržního procesu a Hayekovým chápáním tohoto procesu méně významné než shody těchto dvou způsobů pohledu na trhy. Je pravda, že Mises nevěnoval zvláštní pozornost vzájemnému učení se, ke kterému musí docházet během podnikateli poháněného procesu nalézání rovnováhy. Ani Hayek ovšem nezdůrazňoval spekulativní, podnikatelský charakter tržního procesu. Jak ale ukážeme ve IV. oddíle, tyto dva způsoby vyjádření teorie fungování trhu představují dvě strany téže mince. Při posuzování těchto komplexnějších způsobů pohledu navíc Mises a Hayek výslovně oddělovali rakouskou ekonomii od teorie ceny, na které se shodoval hlavní proud ekonomického myšlení. Oddělovali se samozřejmě od paradigmatu hlavního proudu, tak jak bylo chápáno v polovině 20. století, a vytvářeli nové „rakouské“ paradigma.

¹⁷ Ibid.

Nové rakouské paradigma

Proč nebylo toto nové „rakouské“ paradigma formulováno dříve? Pravděpodobně vysvětlení je takové, že samotné paradigma ekonomie hlavního proudu postupně prodělávalo změny (obzvláště pod vlivem walrasovského přístupu) v desetiletích ihned následujících po roce 1930. Dřívější neoklasické myšlení ve skutečnosti *neomezovalo* teorii ceny na analýzu dokonale konkurenční rovnováhy za podmínky dokonalých informací.¹⁸ Velcí rakouští ekonomové 20. století Mises a Hayek si postupně uvědomovali směr, kterým se teorie ceny v podání ekonomie hlavního proudu ubírala. Krystalizování této teorie do podoby, která se omezovala na analýzu podmínek rovnováhy za předpokladu dokonalých informací, umožnilo a přinutilo Rakušany formulovat pro sebe a ostatní svůj vlastní přístup.

Do poloviny století (v době, kdy se konvenční dějiny ekonomického myšlení vyjadřovaly, že se tato tradice nachází v trvalém úpadku) rakouská tradice vytvořila přinejmenším základy nového analytického přístupu k chápání procesu tvorby cen, fungování trhu a úloze analýzy rovnováhy.

V následném vývoji rakouské ekonomie během druhé poloviny 20. století docházelo k dalšímu postupnému osvobozování od přístupu ekonomie hlavního proudu. Teorie podnikatelského objevování (IV. oddíl) nabízí syntézu misesovského a hayekovského přístupu, která umísťuje rakouské chápání tržního procesu do rámce, jenž se zcela odlišuje od přístupu mikroekonomické teorie hlavního proudu. Na rozdíl od přístupu hlavního proudu nabízí rakouský přístup uspokojivé vysvětlení toho, proč a jak trhy fungují.

Předtím, než bude prezentována teorie podnikatelského objevování, je nutné obrátit pozornost na podrobnější prozkoumání

¹⁸ Viz Frank M. Machovec, *Perfect Competition and the Transformation of Economics*, Londýn a New York, Routledge, 1995, kde je tato teze podrobně a přesvědčivě rozvinuta.

slabin přístupu ekonomie hlavního proudu, které vedou současné rakouské ekonomy k přijímání paradigmatu, na jehož utváření se podíleli Mises a Hayek.

III. Problémy standardní teorie cen

Učebnicová teorie cen

Jádro standardní teorie cen, jak je popisována v učebnicích posledního půlstoletí, může být shrnuto v následující zjednodušené podobě:¹⁹

- konkurenční tržní systém zajišťuje okamžité nebo rychlé dosažení ceny daného zboží nebo služby, která vyčistí trh (ta je určena průsečíkem příslušných marshallovských nabídkových a poptávkových křivek);
- konkurenční tržní systém okamžitě nebo rychle dosahuje vyrovnání mezi trhy, jež je nutné k tomu, aby bylo zajištěno simultánní dosažení ceny čistící trh na *každém* trhu v systému;

aby byly uspokojeny podmínky nutné k udržení této teorie, ekonomika musí vždy vykazovat charakteristiky dokonalé

¹⁹ V tomto oddílu představovaná a kritizovaná verze teorie hlavního proudu je sice zjednodušená, zdaleka však nemá nepředstavovat karikaturu této teorie. Smyslem použitého zjednodušení je ukázat, že předpoklad dokonalých informací, se kterým operuje teorie hlavního proudu, je takového rozsahu, že vylučuje možnost nežádoucích výsledků kvůli neúplným informacím. Teorie hlavního proudu se ale snažila vypořádat s tímto problémem tak, že považovala informace za zdroj, jež nelze získat zadarmo, a účastníci trhu o něm mají všechny relevantní informace. To znamená, že účastníci trhu sice nemusí vědět všechno, ale znají přesně míru matematického rizika, které je spojeno s každou učiněnou volbou. Nikdy tak nemohou být překvapeni. K nežádoucímu výsledku může určitě v důsledku rozhodování v prostředí rizika dojít, ale protože toto riziko bylo vědomě předpokládáno (ve světle známého rizika), „nežádoucí“ výsledek není žádným překvapením, a byl samozřejmě v jistém smyslu „žádoucí“ (protože statistická možnost jeho vzniku byla známá a možnost neúspěchu byla dopředu vědomě akceptována).

konkurence. Pro potřeby naší diskuse je nejdůležitější z těchto charakteristik dokonalá vzájemná informovanost. Každý účastník trhu si musí být v každém okamžiku vědom (i) rozhodnutí, která by učinili všichni ostatní účastníci trhu při všech myslitelných úrovních ceny; (ii) rozhodnutí, která jsou ve skutečnosti činěna všemi účastníky trhu; (iii) toho, že všichni ostatní účastníci trhu mají tyto vědomosti, *ad infinitum*. Tato představa o rozhodování jednotlivce vede k závěru, že jednotlivec, který činí rozhodnutí, má jasně vymezenou škálu požadovaných cílů a při konfrontaci s vnímanými výsledky se rozhoduje zcela racionálně, tzn. neomylně, způsobem přísné maximalizace.

Pohled, který nabízí tato teorie, představuje samozřejmě model dokonale konkurenční rovnováhy. Při zkoumání známé kritiky tohoto modelu se nesnažíme popírat, že tento model může posloužit k užitečným analytickým cílům. Chceme ale ukázat na neadekvátnost modelu jako samoobsažného a úplného vysvětlení jevů týkajících se cen a množství, které se vyskytují v reálném světě. Poté bude také jednodušší ohodnotit teoretické příspěvky rakouské školy, kterým se podrobněji věnuje IV. oddíl. Model dokonale konkurenční rovnováhy trpí dvěma obtížemi: těmi, které vyplývají z *neréalistické* povahy předpokladů modelu, a těmi vyplývajících z *vnitřních rozporů*, jimiž trpí schopnost modelu vysvětlit a pochopit skutečný svět. Nejprve se budeme věnovat druhému z problémů.

Problémy předpokládaných řešení

Již jsme zmiňovali Hayekův postřeh, že učebnicová vysvětlení vzniku rovnováhy, která poskytuje teorie hlavního proudu, mají vyvolat dojem vyřešení tohoto problému - „tato vysvětlení nepředstavují nic víc než zjevný důkaz toho, co je již předpokládáno.“²⁰ Hayek poznamenává, že je to tím, že modely hlavního

²⁰ Friedrich A. Hayek, *Individualism and Economic Order*, op. cit. str. 45

proudu vlastně předpokládají, že dokonalých informací bylo v systému dosaženo hned na počátku.

Jakmile jednou přijmeme Hayekův názor, že dosažení stavu rovnováhy *znamená* všeobecnou dokonalou informovanost, je zřejmé, že žádný model, ve kterém je dokonalá informovanost *předpokládaná*, nemůže nikdy přímo pomoci vysvětlit, jak dochází ke vzniku tendencí k nalézání rovnováhy. Model, který má dokonalou informovanost ve svých předpokladech, je nutně modelem již dosažené rovnováhy a nelze jej tedy použít pro zkoumání procesu, ve kterém nedokonalá vzájemná informovanost může vést (nebo nemusí vést) ke zdokonalení vzájemné informovanosti. Tento přístup, zcela bez ohledu na nerealističnost předpokladu dokonalé konkurence v ekonomii hlavního proudu, pak činí takovou teorii vnitřně rozporuplnou a nesourodou, používá-li se k vysvětlení vzniku tendencí vedoucích k rovnováze na trzích.

Konstrukce modelu, ve kterém jsou všechna rozhodnutí činěna bezchybně, vytváří nejen obraz, který neodpovídá skutečnosti, ale také obraz rozhodnutí, jichž nikdo nelituje, obraz, který je již vlastně hotov. Tento mimořádně náročný požadavek je splněn zavádějícím jednoduchým předpokladem dokonalých informací. Nelze si představit situaci, ve které zároveň postulujeme dokonalé informace (jak je definováno výše), a současně s tím umožňujeme činit rozhodnutí, v nichž je obsažen prvek překvapení, tj. nespokojenost nebo zklamání. Nelze si představit rozhodující se jednotlivce, kteří se záměrně pouštějí do činností, o kterých *vědí*, že skončí neuspokojivě nebo že jich budou litovat.

Teorie hlavního proudu nás tedy uzavírá na samém počátku analýzy do takových rozhodnutí, která jsou všechna vzájemně uskutečnitelná bez toho, aniž by někdo zůstal neuspokojen nebo litoval svého rozhodnutí. Bez ohledu na to, že tento obraz může poskytovat *nepřímé* vodítko k tomu, jak může být takového způsobu rozhodování dosaženo, nemůže sám o sobě žádný takový proces vysvětlit. Jakékoli přizpůsobovací mechanismy potřebné k dosažení rovnováhy se nutně objevují ještě před okamžikem,

který zachycuje model rovnováhy. Takže pohled, který vidí svět v *neustále* dosažených stavech rovnováhy, zcela jasně *vyklučuje všechny přizpůsobovací mechanismy, které dosažení tohoto stavu umožnily*.

Kritika zaměřená na teorii cen ekonomie hlavního proudu se týká pouze tvrzení, že tato teorie vysvětluje, *jak* na trhu dochází ke vzniku všeobecné rovnováhy. Teoretikové hlavního proudu mohou jednoduše *postulovat* univerzální tendenci k rovnováze a tvrdit, že jejich teorie poskytuje validní porozumění výsledků, ke kterým na trhu dochází. Jestliže věříme, že tržní cena dané komodity alespoň zhruba odpovídá ceně, která by převážila v podmínkách rovnováhy, potom teorie, která přesně vysvětluje, co fráze „v podmínkách rovnováhy“ znamená, jistě není ani vnitřně rozporuplná, ani o ničem nevypovídající.

Naše základní kritika této teorie by ovšem zůstala platná. Místo toho, abychom ekonomii hlavního proudu osočili z nesourodosti při jejím používání, soustředila by se naše kritika na arbitrárnost postulátu, který brání tomu, aby byla teorie nějak zajímavá pro pochopení reálného světa. Teorie, která se spoléhá na arbitrární postulát univerzální tendence k rovnováze, musí, aby si zachovala svou důležitost, být nutně silně omezená. *Sama o sobě nenabízí žádné vysvětlení těch jevů, které se snažíme vysvětlit. Teoretikové hlavního proudu, kteří se upřímně postavili tvář v tvář problému použití své teorie, aby vysvětlili (nebo dokonce dokázali) úspěšné působení tržních procesů vedoucích k rovnováze, byli v tomto ohledu nuceni přiznat její fatální omezení.*²¹

Někteří teoretikové hlavního proudu tuto kritiku odmítají. Přiznávají, že jejich teorie nenabízí obraz procesu vedoucího k rovnováze. To však podle nich nemá sebemenší vliv na kvalitu této teorie, protože smyslem teorie není nabídnout obraz skuteč-

²¹ Viz Franklin M. Fisher, *Disequilibrium Foundations of Equilibrium Economics*, Cambridge a New York, Cambridge University Press, 1983, jako hlavní příklad tohoto doznání

nosti ani schematický obraz, který abstrahuje od některých nevýznamných detailů. Tvrdili by, že teorie měla poskytnout recept ve formě „černé skříňky“, který bude moci vytvářet predikce. Platnost teorie nemá být posuzována přesností obrazu, který přináší, vzhledem ke skutečnosti, ale pouze empirickou přesností produkovaných predikcí.²² Tento metodologický přístup je diskutován níže, při zkoumání nerealističnosti předpokladů teorie hlavního proudu. Zde pouze podotkneme, že bez ohledu na epistemologickou platnost tohoto přístupu, tento přístup jednoduše neuspokojuje „vědeckou zvědavost“, která dává vzniknout takovým otázkám, jako: „Co se skrývá za úspěchem kapitalismu?“, nebo „Proč a jak dochází k tomu, že trhy fungují tak dobře?“ Ekonomie hlavního proudu neposkytuje uspokojivé vysvětlení těchto legitimně kladených otázek.

Nerealističnost teorie hlavního proudu

Jak již bylo uvedeno, jedna linie kritiky ekonomie hlavního proudu se týká nerealističnosti předpokladů, ze kterých tato teorie vychází. Mezi zpochybňované předpoklady patří obzvláště: (i) předpoklady úzce se vztahující ke způsobu, jakým teorie hlavního proudu modeluje proces rozhodování jednotlivců, (ii) předpoklady, které obsahují podmínky dokonalé konkurence, jež stojí v popředí teorie hlavního proudu.

²² Tento metodologický přístup je zvláště spojen s Miltonem Friedmanem. Viz Milton Friedman, „The Methodology of Positive Economics“, v jeho *Essays in Positive Economics*, Chicago, University of Chicago Press, 1953, str. 3-43

Česky viz Milton Friedman, *Metodologie pozitivní ekonomie*, Liberální institut a Centrum liberálních studií, Praha, 1997 (pozn. překladatele)

Studie profesora Friedmana následně podnítila vznik značného množství metodologických prací.

Rozhodování jednotlivců v teorii hlavního proudu

Teorie hlavního proudu považuje za svou analytickou jednotku rozhodnutí jednotlivce. Toto rozhodnutí a způsob, jakým by mělo být provedeno, se ale ukazuje být zcela umělé a stylizované. Lidé ve skutečném světě nečiní svá rozhodnutí mechanicky ve stylizovaných podmínkách zobrazovaných teorií hlavního proudu. Teoretický model rozhodování, který přijala makroekonomie hlavního proudu, abstrahuje od základních rysů reálného světa, ve kterém se lidé rozhodují. Takováto abstrakce zbavuje lidské rozhodování jeho původní podoby v takové míře, že výsledná teorie rozhodování jednotlivců musí být prohlášena za chybnou; tato teorie nemůže reprezentovat skutečné lidské volby. Teorie tržních jevů, vystavěná na základech teorie rozhodování, které jsou v příkrém rozporu se skutečností, nám nemůže pomoci objasnit spojení těchto jevů se způsoby lidského konání, které jim daly vzniknout.

Pro teorii rozhodování hlavního proudu je kontext prováděných rozhodnutí „uzavřený“. Analýza účasti jednotlivce v rozhodování na trhu se odvíjí nejprve od představy, že každý účastník trhu je vystaven jasně definovanému problému maximalizace za daných omezení. Každý má jasně definovanou a setříděnou množinu cílů, srovnává cenové možnosti určující každý budoucí obchod, jehož se může zúčastnit; a zahajuje se známou množinou lidských či jiných zdrojů, které má k dispozici. Jeho rozhodování se řídí přísnou maximalizací a je podrobeno omezením vyplývajícím z dané situace. Je naprogramován tak, aby zvolil takovou kombinaci transakcí, které by bezvadně a nevyhnutelně přeměnily jeho původní vybavení zdroji na nejvíce preferovanou kombinaci dosažitelných cílů. Nikdy nemůže mít žádnou možnost využít své představitosti nebo nebojácnosti, nikdy nemůže být překvapen. Takováto představa o způsobu lidského rozhodování

vání se ale odchyluje ve zcela zásadních ohledech od skutečného kontextu lidského rozhodování.²³

Je nemožné si představit jakoukoli situaci reálného světa, ve které rozhodující se jednotlivec nerozpozná, že své volby musí činit v kontextu s *otevřeným koncem*. Rozhodující se jedinec *není* obdařen (tak jak by měl) zdroji, jejichž množství je dané. Přesně naopak. *Právě v průběhu samotného rozhodování* jednotlivec *určuje*, jaké cíle jsou pro něj nejdůležitější a jaké zdroje má vlastně k dispozici. Rozhodující se jednotlivec musí vzít dané skutečnosti při rozhodování v potaz, protože situace, které čelí, má v každém okamžiku otevřený konec. Jednotlivec *nemusí* nutně vědět dopředu, mezi kterými variantami musí zvolit; nemusí s předstihem nutně vědět, jaké budou následky jeho příštích rozhodnutí; nemusel dokonce ani zvažovat, o jakých cílech se vůbec vyplatí realisticky uvažovat a mezi jak naléhavé cíle by je umístil.

Radikální nejistota,²⁴ před kterou není úniku a již čelí každý člověk, zajišťuje otevřený konec lidského rozhodování. Když nějaký člověk něco podniká, drží se, *při provádění této aktivity*, specifického obrazu budoucnosti, který považuje pro tuto svou činnost za relevantní. Lidská činnost *spočívá v* potýkání se s nevyhnutelně neznámou budoucností. Představovat si lidské rozhodování jako aktivitu prováděnou v „uzavřeném“ kontextu, s danými seřazenými cíly a danými dostupnými zdroji, může být pro nějaké účely užitečným zjednodušením, které vrhne světlo na jisté aspekty lidského rozhodování. Za toto zjednodušení ale

²³ George Shackle byl možná nejdůraznějším kritikem způsobu rozhodování, jenž předkládá ekonomie hlavního proudu. Viz jeho *Epistemics and Economics: A Critique of Economic Doctrines*, Cambridge, Cambridge University Press, 1972.

²⁴ Termín „radikální nejistota“ je používán, aby zdůraznil knightovskou povahu nejistoty, které musí čelit účastníci trhů reálného světa (která se odlišuje od pojistitelného rizika). Viz také Gerald P. O'Driscoll, Jr. a Mario Rizzo, *The Economics of Time and Ignorance*, Oxford, Basil Blackwell, 1985, 5. kapitola.

platíme bolestivou cenu. Odvádí pozornost od analýzy povahy skutečného procesu rozhodování, což je pro pochopení fungování trhu klíčové.

Zobrazení rozhodování jednotlivců, které nabízí ekonomie hlavního proudu, dovoluje odvození zásadních teoretických závěrů, které nejsou narušovány vrtochy působení nesytematickým lidským úsilím o vypořádání se s nejistotami otevřeného konce velikého neznáma. *Zatemňuje* ale naše chápání tržních procesů. Zásadní modifikace, kterými mikroekonomická teorie hlavního proudu do sebe zabudovává rozhodování jednotlivců a odstraňuje veškeré možnosti překvapení, nám brání v tom, abychom poznali rozhodující síly, které na trhu působí.

Teorie trhu ekonomie hlavního proudu

Jádrem ekonomické teorie hlavního proudu je dokonale konkurenční model trhů. Abychom mohli prozkoumat nerealističnost tohoto předpokladu, je užitečné nejprve uvažovat dokonale konkurenční model marshallovského trhu jediné komodity. Tento model vysvětluje, že cena na tomto trhu je neustále (případně rychle) tlačena k úrovni, při níž je trh vyčištěn; všichni potenciální prodávající mohou prodat všechno, co si kupující při této ceně přejí koupit. Předpoklady tohoto modelu, které zajišťují nevyhnutelnost uvedeného výsledku, jsou známé přinejmenším od doby klasické formulace dokonale konkurenční tržní ekonomiky Frankem Knightem.²⁵ Pro naše potřeby je důležité, že tyto předpoklady obsahují zejména dokonalé informace a nekonečné množství kupujících a prodávajících na dokonale konkurenčním trhu. Oba tyto předpoklady, které vedou k tomu, že při stávající tržní ceně daného zboží každý kupující (správně) očekává, že bude schopen koupit tolik, kolik si přeje, a každý prodávající (správně) očekává, že bude schopen prodat tolik, kolik si přeje,

²⁵ Frank H. Knight, *Risk, Uncertainty and Profit*, Boston a New York, Houghton Mifflin, 1921, 3. - 6. kapitola

jsou bezmezně nerealistické vzhledem ke skutečné podobě světa obchodu.

Tato zející propast mezi reálným světem a jeho dokonale konkurenčním teoretickým zobrazením vedla Edwarda Chamberlina k sestrojení složitějších modelů (monopolistická konkurence), které by byly v tomto ohledu méně ofenzivní.²⁶ Místo obrazu světa, ve kterém každý prodávající věří, že je možné prodat neomezené množství jeho výrobku za tržní cenu (tj. je vystaven dokonale pružné, horizontální poptávkové křivce), vybudoval Chamberlin teorii vycházející z předpokladu, že prodávající si je obvykle vědom toho, že když sníží cenu, bude moci prodat více zboží. Dřívější teorie připouštěla možnost existence prodávajícího, který čelí klesající poptávkové křivce, pouze ve zvláštním případě čistého monopolu. Chamberlin se ovšem vyslovoval pro obecnou teorii, která by brala v úvahu empirickou skutečnost konkurence mezi podobnými, nikoli však identickými výrobky, a související empiricky prokazovanou skutečnost, kdy si prodávající uvědomují, že cena, kterou požadují, je z velké části pod jejich kontrolou.

Navzdory tomuto statečnému pokusu vrátit do teorie trhů špetku realismu a navzdory ohromnému množství literatury, kterou tento pokus vyvolal, nezanechal na teorii hlavního proudu trvalý vliv. Teorie ceny ekonomie hlavního proudu klade i na sklonku 20. století větší, a nikoli menší důraz na model dokonalé konkurence, než tomu bylo v dobách, kdy Chamberlin ukončil svou disertační práci v roce 1927.

Výrobky jsou samozřejmě přivázeny na trhy, na kterých se zdaleka nenachází nekonečné množství výrobců (a dokonce ani obchodníků). Typický výrobce nebo obchodník se trápí tím, zda má nebo nemá zvýšit nebo snížit cenu, za kterou bude prodávat.

²⁶ Viz Edward H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition*, 7. vydání, Cambridge, Harvard University Press, 1956

Chamberlinova kniha byla poprvé vydána v roce 1933 a vycházela z jeho disertační práce z roku 1927.

Rozdíl mezi obrazem, který nabízí model dokonale konkurenčního trhu daného zboží, a skutečností je tak zásadní, že překračuje hranici, kdy mu lze ještě věřit. Jak již bylo řečeno, model dokonalé konkurence je vnitřně, z podstaty svých vlastních předpokladů, neschopný vysvětlit fungování trhů. To ale není všechno. Nemůže ani vysvětlit, jak došlo k tomu, že některé současné projevy trhu jsou takové, jaké jsou. Tento model po nás vyžaduje, abychom viděli současné dění na trhu v analytickém rámci, který neodpovídá pozorované skutečnosti, již se snažíme pochopit.

Model dokonalé konkurence a kritika tržní ekonomiky

Důsledky nerealističnosti modelu dokonalé konkurence nezůstaly ze strany kritiků tržní ekonomiky nepovšimnuty. V kontextu makroekonomické teorie hlavního proudu na sklonku 20. století již nemusí tito kritikové zakládat své útoky na efektivnost trhů na *logice* teorie cen. Stačí jim toliko chopit se modelu dokonalé konkurence a ukázat zřejmé skutečnosti, ve kterých kapitalismus reálného světa nedosahuje ideálních modelových podmínek, aby mohlo dojít k optimalizaci společenského blahobytu tak, jak to model dokonalé konkurence předpokládá.

Mikroekonomická teorie hlavního proudu nejen nedokáže poskytnout teoretické vysvětlení, které hledáme, abychom objasnili úspěchy fungování trhu, ale poskytuje kritikům tržního hospodářství intelektuální municí, kterou potřebují, aby mohli vést své útoky na efektivnost kapitalismu. Stačí jim jenom vypočítávat příklady, ve kterých se kapitalismus reálného světa odchyluje od požadavků optimality dokonalé konkurence.²⁷

²⁷ Samozřejmě že teorie hlavního proudu mnohdy podporuje ekonomickou výhodnost tržní ekonomiky, ale to jen za podmínky, že je podepřena rozhodnými agresivními způsoby vládních intervencí. Například tržní ekonomika bývá schvalována jenom tehdy, stane-li se předmětem silné

Poukázání na implikace nerealističnosti modelu dokonalé konkurence, který používá ekonomie hlavního proudu, neznamená zpochybnění platnosti této teorie. Ukazuje ale na cenu, kterou platíme za možnost využití elegance a uhlazenosti této teorie. Hledání vysvětlení toho, jak a proč trhy fungují, při použití zjevně nerealistického modelu, jako například modelu dokonalé konkurence, povede patrně k závěru (v protikladu k našemu přímému pozorování), že trhy ve skutečnosti vůbec nikdy nejsou efektivní.

Jak je vysvětleno ve IV. oddíle, teorie podnikatelského objevo-
vání nachází vysvětlení tržní efektivnosti přesně na těch místech
trhů reálného světa, které byly záměrně odstraněny z obrazu
předkládaného modelem dokonalé konkurence. Zvláštním aspek-
tem reálného světa je jeho nerovnovážený charakter. V žádném
okamžiku nemá trh povahu dosažené rovnováhy. V tomto ohledu
se naše pozitivní teorie fungování trhů ostře odlišuje od pokusů
Edwarda Chamberlina zavést do teorie cen realismus tím, že
postuluje „nedokonalosti“ konkurence na trhu. Toto tvrzení je
dobré zdůraznit, protože nám dovolu-
je shrnout a učinit explicit-
nější kritiku nedostatku realismu ekonomické teorie hlavního
proudu.

Ukazuje se, že všechny výhrady k nerealističnosti teorie hlav-
ního proudu, na které jsme se soustředili, se dají přisoudit
výhradně aspektu *rovnováhy*, se kterou pracuje tato teorie. Na
úrovni rozhodování jednotlivců a úrovni výsledků tržního proces-
su se ale teorie hlavního proudu záměrně omezuje na situace
dosažené rovnováhy. První část tohoto oddílu se soustředila na
rozporuplnost pokusů vysvětlit možné procesy vedoucí k dosa-

a důsledné protimonopolní regulace nebo může-li být rozdělení příjmů „korigováno“ pomocí daní. Ukážeme, že silné výhrady vůči návrhům intervencí do fungování trhu a výsledků tržních procesů (jak je diskutováno v dalších oddílech tohoto textu) jsou přímo odvozeny z odmítnutí výhrad, které jsou používány obhájci modelu hlavního proudu ve prospěch tržního hospodářství.

žení rovnováhy striktně v rámci modelu, který se vyznačuje již dosaženou rovnováhou. Další část tohoto oddílu poukázala na různé aspekty hojně se vyskytující v reálném obchodním životě, které jsou nekompatibilní s předpoklady již dosažené rovnováhy. Samotná neschopnost teorie přesně kopírovat všechny rysy skutečnosti, kterou se snaží vysvětlit, není nutně osudná pro užitečnost dané teorie. Teorie hlavního proudu ale odstraňuje z teoretického pohledu ty aspekty skutečnosti, které jsou jádrem adekvátního vysvětlení fungování trhu. Právě tyto rysy skutečnosti, které nenacházejí místo v modelu rovnováhy, jsou těmi, které jsou pro takové vysvětlení klíčové.

Chamberlinův pokus obnovit realističnost teorie vytvořením modelů monopolistické konkurence toto opomíjí. Neuvědomuje si, že zdroj nerealističnosti leží v předpokladu již dosažené rovnováhy modelu dokonalé konkurence. Místo toho nabízí ještě složitější model rovnováhy. Model dosažené rovnováhy na monopolistickém trhu je v mnoha ohledech modelem méně poškozujícím náš smysl pro realismus než model, který se Chamberlin pokoušel nahradit. Nicméně i tento nový model obsahuje tentýž kardinální omyl. Tím, že postuluje již dosaženou rovnováhu, nemůže vysvětlit, jak došlo k jejímu vytvoření. Tato teorie nevyužívá příležitost, aby poskytla uspokojivé vysvětlení tím, že by se zabývala nerovnovážnou povahou trhu.

IV. Teorie podnikatelského objevování

Teorie podnikatelského objevování spatřuje vysvětlení tržních jevů ve způsobu, jak rozhodování podnikatelů, jež jsou číněna v podmínkách nerovnováhy na trhu, způsobují změny cen a množství zboží na trhu. Tržní proces, který takto vzniká, sestává z nepřetržitého podnikatelského objevování. Jedná se o proces objevování, který je poháněn dynamickou konkurencí, jež je umožněna existencí institucionálního rámce, který dovoluje volný vstup podnikatelů jak na staré, tak i na nové trhy. Úspěch, který vykazují tržní ekonomiky, je výsledkem silné tendence k nahrazení méně efektivní a méně vynalézavé produktivní činnosti nově objevenými, účinnějšími způsoby uspokojování potřeb zákazníků; výrobou lepšího zboží nebo využitím doposud neznámého, ale dostupného zdroje. Teorie se soustředí na koncept objevování, který klade do kontrastu s konceptem rozhodování jednotlivce, jež předkládá ekonomická teorie hlavního proudu.

Opuštění neoklasické černé skříňky: Koncept objevování

Koncept objevování ukazuje způsob, jak uniknout z uzavřeného analytického rámce, ve kterém teoretiky uzavírá neoklasická ekonomie. Stylizovaný pohled na jednotlivce, který má učinit rozhodnutí, neumožňuje, aby se jedinec mohl skutečně rozhodovat. Daná množina cílů a dostupných zdrojů automaticky určuje variantu, která by měla být zvolena. Jakákoli jiná volba je dopředu vyloučena. Je nemyslitelné, že by si rozhodující se jedinec záměrně vybral méně preferovanou variantu namísto více preferované (a to, co je více a méně preferované, je účastníkům trhu známé, neboť to je určené danou množinou cílů a dostupných zdrojů).

Vlastní akt volby tedy nespočívá v ničem jiném než ve výpočtu řešení, které je již *implicitně obsažené* v daných údajích. V takovémto aktu není nic tvořivého. A protože se předpokládá, že rozhodnutí jsou nevyhnutelně a bezvýhradně činěna neomylně, představa teorie hlavního proudu o rozhodování jednotlivců vlastně vytlačuje rozhodujícího se jedince z nabízeného obrazu ekonomiky. Rozhodnutí je „činěno“ množinou dat, která jsou „dána“ ještě před vlastním rozhodnutím. Úvahy teorie hlavního proudu přijímají tento stylizovaný koncept proto, aby výsledek rozhodování učinily jednoznačným, neovlivněným nesystematickými faktory, jako je instinkt, překvapení nebo strach. Abychom ale mohli opustit omezení takovéto teorie, musíme uniknout omezené představě o rozhodování jednotlivců. Koncept objevování ukazuje možnou cestu.

Je-li učiněn překvapivý objev, nemůže být připisován žádnému záměrnému konání, které by mohlo dobře zapadnout do neoklasického konceptu individuálního rozhodování. Nedochozí totiž k žádnému záměrnému hledání informací (jejichž hodnota byla dopředu známá a náklady na jejich získání byly také dopředu známé). Akt objevení sestává spíše z „nezáměrného“ *zpozorování* toho, co již bylo (bez nutnosti vynaložení nějakých nákladů) poznatelné. Tam, kde neoklasický model rozhodování činí nemyslitelným, aby nějaká zisková příležitost zůstala nevyužita, nám realističtější pohled dovoluje uvažovat případ, že takováto příležitost *může jednoduše zůstat nezpozorována*. Příležitost může zůstat nevyužita ne proto, že informace nutná k jejímu využití byla příliš drahá na to, aby se vyplatilo ji získat, ale proto, že využití této příležitosti, které by nic nestálo (nebo využití nějaké informace, jež je zdarma, které by nás mohlo přivést k okamžitě využitelné ziskové příležitosti) bylo jednoduše „neomluvitelně“ přehlíženo. K aktu objevení dochází tehdy, když někdo zpozoruje něco, co bylo až do tohoto okamžiku přehlíženo.

Uznání možnosti, že zisková příležitost nemusí být využita, protože nebyla zpozorována, dovoluje docenit rozměr individuální volby a společenské interakce, které standardní ekonomická

teorie zakrývá. Zároveň také osvobozuje naše uvažování z předurčeného neoklasického modelu, ve kterém ke všemu dochází nevyhnutelně. Nejsme již uvězněni ve světě, ve kterém se běh událostí neúprosně a zcela mechanicky odvíjí v duchu postulátu maximalizace za omezení vyplývajících z daných počátečních podmínek. Pokud si uvědomíme skutečnost, že příležitosti mohou zůstat nepozorovány, a proto nevyužity, dovolí nám to prozkoumat ryzí objev²⁸ dosud nepozorovaných příležitostí. Teorie podnikatelského objevování nabízí klíč k pochopení tržního procesu.

Objevování a role podnikatele

Misesův postřeh, že „v každé skutečné a živoucí ekonomice je každý její účastník vždy podnikatelem a spekulantem,“²⁹ obrací pozornost na vazbu mezi koncepcí rozhodování jednotlivce, jež není nijak předurčeno, a funkcí podnikatele na trhu. Pro Misesa je analytickou jednotkou konání člověka, jehož základním rysem je jeho spekulativní a podnikatelská dimenze. To nás přímo vede k uvědomění si paralely mezi lidským konáním a podnikatelskou funkcí na trzích.

Každé konání jednotlivce nutně vytváří akt objevu. Při vykonávání nějaké činnosti se jednotlivec nesnaží pouze rozluštit (tak jako v neoklasické teorii) implikace vyplývající ze seřazení preferencí, jež jsou dány na počátku. V okamžiku, kdy jednotlivec provádí nějakou činnost, pohotově *utváří* své preference (se všemi z toho vyplývajících implikacemi), a to tváří v tvář radikální nejistotě, které čelí. Když se snaží využít nějaké příležitosti, nesnaží se využít nějaké „dané“ příležitosti, ale v daném okamžiku deklaruje, že tato příležitost existuje. Existenci této příležitosti objevuje. Takovéto lidské chování *zároveň* vytváří rámec, ve kterém může docházet k záměrné maximalizaci,

²⁸ angl. termín „pure discovery“ (pozn. překladatele)

²⁹ Ludwig von Mises, *Human Action*, op. cit., str. 253

a sleduje implikace, které z maximalizace v tomto rámci plynou. Vytvoření tohoto rámce představuje akt objevu; tento rámec nebyl pro rozhodujícího se jednotlivce ani „daný“, ani nevyhnutelně nepůsobil v nějakém dopředu „daném“ meta-rámci.

Ani nejpečlivější přemýšlení by nemohlo předem definovat rámec, jenž se vytváří v okamžiku konání. Vytvoření existence rámce příležitostí vyžaduje, abychom si *uvědomili* řadu okolností, které dosud nebyly zpozorovány. „Rámec“ obsahuje nejen předpokládaný daný seznam cílů a zdrojů, ale také obsahuje *budoucí očekávání* příslušných cílů a dostupných zdrojů. Nejistota obklopující budoucnost znamená, že vytvoření takového rámce očekávání cílů a prostředků je nutně podstatou kreativního aktu objevení. Konat znamená využít příležitosti a využít příležitosti znamená ji objevit, rozpoznat ji v nejednoznačnostech a zastřenostech nekonečného množství možných alternativních budoucností.

Akt objevení obsahuje ale více než jen nalezení něčeho, co přitahuje pozornost. Objevení ziskové *příležitosti* znamená objevení nějaké anomálie. Objevení atraktivní příležitosti vždy představuje nějaké příjemné *překvapení*. Kdyby byl zisk, jenž příležitost ztělesňuje, úplně očekáván, pak by využití této příležitosti jen stěží představovalo kreativní akt objevu. Zisk by nebyl ničím jiným než uskutečněním něčeho, co bylo plně očekáváno. Protože pro Misesa je lidské konání ze své povahy vháněno do radikální nejistoty neznámé budoucnosti, je nevyhnutelně spekulativní. Lidské konání je *objevování*.

Objev, ve kterém jsou zdroje použity, aby dosáhly nějakého cíle, ukazuje, že před samotným objevem někdo usoudil, že příslušné zdroje byly *podhodnoceny*. Úplný potenciál těchto zdrojů nebyl do té chvíle doceněn. Akt objevu, a tedy každého lidského konání, představuje objevení dosud *netušené hodnoty* dosud podhodnocených zdrojů. Zde nalézáme klíč k zásadní misesovské paralele mezi konáním jednotlivce a ryzí funkcí

podnikatele.³⁰ Tato ryzí funkce podnikatele spočívá v levném nákupu a drahém prodeji, tzn. v objevení toho, že *trh* něco nedoceňuje, takže jeho pravá tržní hodnota do této chvíle nebyla všeobecně rozpoznána. To dovoluje ryzímu podnikateli³¹ něco koupit za méně, než za co to bude moci prodat. Jeho podnikatelské chování spočívá v uvědomění si existence hodnoty, která dosud byla na trhu přehlížena.

Existence funkce ryzího podnikatele na trhu poté přináší do rozhodování zcela stejnou vazbu, objevující se v neoklasické teorii firmy, jako přináší misesovské lidské konání³² do neoklasického modelu maximalizace v rozhodování jednotlivce. V neoklasické teorii firmy majitel firmy maximalizuje rozdíl mezi tržbami a náklady. Jak tržby, tak i náklady spojené s alternativními úrovněmi výstupu, jsou dané. „Zisky“, které firmy takto maximalizují, jsou tedy plně očekávané a známé a jsou dostupné *předtím*, než je rozhodnutí o výši výstupu učiněno. V takto dosažených „ziscích“, které firmy svým rozhodnutím vytváří, není vůbec nic překvapivého. K jejich získání není zapotřebí vlastně nic víc než mechanicky provést plán, který je předem sestaven.

Rozhodování podnikatele je ale v tržním prostředí úplně jiné. Podnikatel, který „vidí“ (objeví) ziskovou příležitost, objevuje existenci zisku, kterou (před jeho objevem) neviděl ani on, ani nikdo jiný. Kdyby ji dříve někdo viděl, byla by využita, v každém případě by však bylo její využití očekáváno, a nebyla by proto novým objevem, který byl učiněn *nyní*. Když podnikatel objeví ziskovou příležitost, objevuje existenci něčeho dosud netušeného.

Zcela stejný druh osvobození pro rozhodování jednotlivce uvnitř nebo vně tržního uspořádání, jaký poskytuje koncept lidského konání (oproti neoklasické verzi rozhodování s před-

³⁰ angl. termín „pure entrepreneurial function“ (pozn. překladatele)

³¹ angl. termín „pure entrepreneur“ (pozn. překladatele)

³² angl. termín „human action“ (pozn. překladatele)

určeným koncem), může být nalezen (pro teorii trhů) v konceptu ryzího podnikání.

Bud' podnikání, nebo rovnováha

Rozpoznání paralely mezi misesovským konceptem lidského jednání odehrávajícího se v nejistotě a roli ryzího podnikatele na trzích poukazuje na omezení, která vyplývají z výlučného používání modelů rovnováhy.

Svět rovnováhy je světem, kde není prostor pro podnikatelské objevování ani kreativitu. *Dění na trhu* je předurčeno údaji charakterizujícími situaci na trhu. Žádný podnikatel nemůže v rámci svazujících předpokladů modelu rovnováhy změnit předurčený sled událostí na trhu. Jedinou okolností, která může přivodit skutečnou změnu³³ ve sledu událostí na trhu, je exogenní šok.

Jedinými změnami, které se mohou objevit na neoklasickém trhu, jsou ty, které jsou tradičně analyzovány pomocí komparativní statiky, ve které je historie považována za sled stavů rovnováhy. Důsledky exogenních změn dat jsou „vysvětlovány“ ne pomocí sledování jednotlivých dílčích změn, které patrně vyplývají z takových exogenních změn, ale skokem z jedné představy zcela předurčeného světa do představy jiného předurčeného světa. Ačkoli tento přístup splňuje svůj předpokládaný cíl, kterým je odstranění nesystematických zdrojů změn, platí za to tím, že neposkytuje žádné skutečné vysvětlení toho, jak v reálném světě dojde k (nepředurčenému!) přesunu z jednoho uspořádání do druhého.

³³ Termínem „skutečná změna“ (genuine change) se označují pouze změny, které nejsou mechanicky generovány a plně očekávány a jejichž vznik není důsledkem strojového fungování podmínek rovnováhy ve více obdobích.

Hnací síla podnikatelské ostražitosti

Svět nerovnováhy naproti tomu nabízí prostor pro podnikatelské objevování a následně prostor pro skutečnou změnu. Uvažujeme situaci, kdy je jedna komodita prodávána na dvou různých místech trhu (mezi kterými jsou náklady na dopravu nulové) za dvě různé ceny. V teorii hlavního proudu by byla takováto situace naprosto nemožná. V této teorii, kde jsou si všichni vědomi, že dochází k prodejm za dvě různé ceny, potom ti, kteří kupují za vyšší cenu, zcela jasně nesledují konzistentně své preference (neboť by měli dávat přednost nižší ceně před vyšší). Podobně také ti, kteří jsou ochotni prodávat za nižší ceny, nejednají v souladu se svými vlastními preferencemi.

Podle rakouské teorie podnikatelského objevování je ale taková situace nejen možná, ale i nevyhnutelná. Úplná znalost všech relevantních informací se již nepředpokládá, a tak si ti, kteří platí vyšší cenu, jednoduše nejsou vědomi toho, že někde je možné platit cenu nižší. Ti, kteří se spokojí s cenou nižší, prostě nevědí, že by někde mohli prodat za cenu vyšší. Odchylka mezi těmito dvěma cenami představuje příležitost pro čistý zisk.³⁴ Kupující, jenž kupuje za nižší cenu, může prodat za cenu vyšší, a tím získat rozdíl jako čistý zisk. Je nutné poznamenat, že dokud nezavedeme prvek podnikatelské ostražitosti,³⁵ nemáme žádnou bázi, na které bychom vůbec někdy mohli postulovat nějakou změnu. Ti, kteří si nejsou vědomi, že existuje nižší cena, než kterou platí, mohou zůstat v této nevědomosti navěky. Ti, kteří si nejsou vědomi, že existuje cena vyšší než cena, za kterou prodávají, mohou rovněž zůstat navěky v této své nevědomosti.

Jakmile ovšem zavedeme prvek podnikatelské ostražitosti, situace se výrazně mění. Nyní existuje prostor pro možnost, ne-li téměř jistotu, že zisková příležitost tvořená rozdílem v ceně bude zpozorována nějakým pozorným a ostražitým podnikatelem.

³⁴ angl. termín „pure profit“ (pozn. překladatele)

³⁵ angl. termín „entrepreneurial alertness“ (pozn. překladatele)

Jakmile tato příležitost přinášející čistý zisk je jednou zpozorována, bude ihned využita (protože je nyní vnímána jako čistý zisk, který je zdarma k dispozici). Na trhu s nižší cenou tedy dojde k dodatečným nákupům (což povede k nárůstu ceny) a na trhu s vyšší cenou k dodatečným prodejům (což bude působit na snížení této ceny).

Podnikatelský objev ziskové příležitosti tvořené původním rozdílem cen je tedy mocnou silou, která tlačí obě ceny k sobě a odstraňuje jak rozdíl v ceně, tak i ziskovou příležitost, kterou rozdíl cen nabídl. Základní zákon teorie ceny (Jevonsův zákon indiference), který prohlašuje, že existuje tendence k vytvoření jediné ceny na trhu pro jednu komoditu, nachází v teorii podnikatelského objevování své místo a vysvětlení. Neustálé změny, ke kterým ve světě nepřetržitě dochází, zavdávají příčinu vzniku nových situací, kterých si obyčejně účastníci trhu nebudou vědomi. Neustále vznikají nové příčiny nerovnováhy a příčiny cenových rozdílů. Zároveň ale tyto nerovnováhy dávají nepřetržitě vznikat silám, které mají tendenci objevovat takto vytvářené ziskové příležitosti. Tendence k vytvoření jediné ceny je neustále narušována - ale nepřetržitě obnovována.

Podnikatelské objevování není záměrným činem plynoucím z učení nebo hledání. Podnikatel si nejdříve nebyl vědom existence cenového rozdílu. Přejít od tohoto stavu nevědomosti ke stavu, kdy si je podnikatel určité skutečnosti vědom, nebyl záměrně učiněným krokem. Není to ani krok, který může být vysvětlen dovoláváním se jakékoli činnosti, která má své místo v teorii hlavního proudu. Abychom mohli porozumět nejmocnější (a charakteristické) hybné síle tržní ekonomiky, je nutné vystoupit z paradigmatu teorie hlavního proudu a použít koncept čistého podnikatelského objevování.

Pro ekonomii hlavního proudu je samotná možnost, že na trhu existuje nerovnováha, a že tedy zároveň existují dvě odlišné ceny, zcela nemyslitelná. Jevonsův zákon indiference v teorii hlavního proudu neznamená nic jiného, než že cokoli kromě

existence jediné ceny je vyloučeno na základě přijatých předpokladů.

Může se nicméně vyskytnout námitka, že neoklasická ekonomie se *může* v rámci své teorie rovnováhy vypořádat jak s možností existence dvou různých cen, tak i tendencí obou těchto cen pohybovat se jedna k druhé. Samozřejmě odmítáme neoklasické vysvětlení, které hovoří o rozdílech v kvalitě zboží nebo rozdílech v pohodlí při nakupování těchto komodit na různých místech. Takováto vysvětlení jsou nelegitimní a irelevantní, neboť nepředstavují situaci dvou cen pro *stejnou* komoditu (definovanou tak, aby nezahrnovala jenom samotnou kvalitu produktu, ale také užitečnost aktivit, které jsou nedílně spojeny s fyzickou podobou dané komodity, jejíž cenu zkoumáme). Na první pohled se ale zdá možné, že bychom mohli v neoklasickém světě postulovat existenci dvou cen pro jednu komoditu, jakmile připustíme možnost nedokonalých informací.

Neoklasická ekonomie ovšem pokračuje, jako kdybychom si byli zcela vědomi všech relevantních aspektů této situace. To ale nemusí znamenat vševědoucnost. Neoklasičtí teoretikové chápou, že kupující, který platí vyšší cenu, ví, že stejná komodita je dostupná za cenu nižší, ale ví také, že k tomu, aby přesně zjistil, jak by mohl využít této nižší ceny, by musel vynaložit takové množství učení nebo hledat zdroje v takovém rozsahu, že se mu vyplatí dále platit vyšší cenu. Taková situace představuje rovnováhu, a proto je z pohledu neoklasické ekonomie přijatelná, protože *nalézá* vysvětlení odlišnosti cen. Jestliže *stojí* za to podstoupit záměrné učení nebo hledání a jestliže proces učení nebo hledání je sám o sobě proces náročný na čas, pak můžeme v neoklasickém světě očekávat, že počáteční rozdíl cen postupně zmizí, tak jak se dodatečné informace postupně rozšíří na trhu. V každém okamžiku je každý účastník na trhu a celý trh v dokonalé neoklasické rovnováze. Je možné tedy tvrdit, že dynamická podoba Jevonsova zákona indiference byla v rámci neoklasické teorie zachráněna.

Přestože nedokonalé informace určitě mohou vysvětlit v neoklasickém rámci existenci dvou cen pro jednu komoditu, *nevytváří* tím dynamickou povahu zákona jedné ceny. Ačkoli proces učení v čase může vysvětlit, proč trvá nějakou dobu, než dvě ceny konvergují, možnost takového záměrného učení nezajišťuje žádnou konvergující tendenci. Naopak, je zcela pravděpodobné, že samotné náklady učení, které zabránily tomu, aby k tomuto učení došlo *dříve*, budou *přetrvávat* a bránit účastníkům trhu v tom, aby se naučili, jak využít lepších cen, jež se na trhu vyskytují. Původní rovnováha, při níž existují různé ceny, proto přetrvává stále dál právě proto, že *se jedná* o rovnováhu.

Možným zdůvodněním, proč by případ rozdílných cen pro jednu komoditu mohl být situací čisté nerovnováhy, je to, že *žádné* „racionální“ vysvětlení cenového rozdílu (tzn. vysvětlení pomocí záměrného rozhodování činěného s dostatkem informací) *neexistuje*. Může se stát, že poté, co náklady učení budou vyčísleny (nebo v extrémním případě budou-li tyto náklady nula, protože rozdíly v těchto dvou cenách je snadné vidět), nemáme *žádné* vysvětlení pro chování kupujícího, který platí vyšší cenu, a prodávajícího, který by se spokojil s cenou nižší, kromě toho, že účastníci trhu prostě nepozorovali to, co měli před očima. Tento křiklavý nedostatek „racionálního“ vysvětlení pro rozdílnost cen vystihuje situaci nerovnováhy; situaci, o které se nelze domnívat, že potrvá dlouho, protože čistá zisková příležitost, kterou rozdíl cen tvoří, bude přitahovat podnikatelské objevení.

Hnací síla podnikatelského objevování je přičítána rozšíření příležitostí čistého zisku, t.j. příležitostí, které vypadají, že se *vzpírají* racionálnímu vysvětlení. Navíc, lze očekávat, že množství takových situací se bude systematicky snižovat kvůli spontánnímu podnikatelskému objevování čistých ziskových příležitostí, které tyto situace představují. Podnikatelské objevování vykonává neustálý tlak na trhy a vyvolává tendence, které je v každém okamžiku *zbavují* nerovnovážných situací, jež volají po objevení.

Systém vyvádějící z chaosu: Paradox podnikání

Paradox podnikatelského chování v tržní ekonomice je tento: Teorie hlavního proudu nezahrnula podnikatelské chování do svého konceptu, protože toto chování se zdá být chaotické a nepředvídatelné. Neohroženost, nutkání a předtucha jsou tím, z čeho je tvořen podnikatelský úspěch (a neúspěch), ale nelze pomocí nich pravděpodobně systematicky vylíčit sled determinovaných událostí. Abychom mohli pochopit zákonitosti mezi zjevně chaotickými vrtochy trhů reálného světa, může se zdát metodologicky přijatelné si představit svět, ve kterém *není* místo pro podnikatelské chování. Paradoxně je ovšem přesný opak pravdou. *Pouze* tehdy, když začneme uvažovat podnikatelské chování, začínáme si uvědomovat, jak a proč trhy fungují. Bez zahrnutí možnosti podnikatelského chování nemůžeme opravdově vysvětlit fungování tržní koordinace (pokud arbitrárně *nepohlásíme*, že ke koordinaci vždy plně a neustále dochází). Tento „chaos“, vyplývající z povahy podnikání, je nutný k objasnění systematické povahy fungování trhu reálného světa.

Vytvoření prostoru pro podnikatelské chování dovoluje možnost omylu, tj. již můžeme uvažovat situaci, ve které jsou činěna rozhodnutí, jež neberou plně v úvahu všechny relevantní skutečnosti. Samozřejmě není možné vysvětlit, jak došlo k učinění chyb nebo ke kterým konkrétním chybám dojde. Neexistuje žádná ekonomická teorie, která popisuje, jaké prvky skutečnosti budou asi „nevysvětlitelně“ a iracionálně přehlédnuty. Ovšem pochopení toho, jak trhy v kterémkoli okamžiku odrážejí učiněná mylná rozhodnutí, která vznikla jako výsledek určité nevědomy, otevírá možnost k pochopení způsobů, jak dochází k vývoji trhu v čase.

Na první pohled se může zdát, že stejně jako nemůžeme pochopit, které konkrétní rysy skutečnosti budou záhadně přehlédnuty, nebudeme také moci předpovědět, zda některý z těchto přehlédnutých rysů bude zpozorován později. Koneckonců to, co bylo přehlédnuto včera, může být přehlédnuto dnes a zítra.

Takovýto závěr by byl ale příliš ukvapený. Ekonomové *jsou* schopni identifikovat jeden rys tržní ekonomiky, který působí mocně na nasměrování (nebo přilákání) podnikatelské pozornosti k opravení dřívějších chyb. Chyby podobného typu, které jsme diskutovali, se v tržní ekonomice projevují jako *příležitosti čistého zisku*.

Dřívější omyly mohou být systematicky objevovány v důsledku podnikatelské schopnosti „vycítit“ nebo vytušit, kde může být dosaženo podnikatelského zisku. Tento charakter tržního procesu vychází z lidské schopnosti vytušit (*bez záměrného hledání*), kde lze nalézt čistý zisk. Naše ekonomická analýza ukazuje, kde a jak se učiněné omyly přeměňují v příležitosti pro čistý zisk, a tím poskytuje vysvětlení tendencí, které tyto omyly vyvolávají a které jsou těmito omyly vyvolány a vedou k jejich systematickému opravování.

Rozšíření Jevonsova zákona indiference

Základní zákon, který má zajistit konvergenci tržních cen pro danou komoditu, také používá silné závěry v již méně zřejmých souvislostech. Uvažujme výrobní proces, ve kterém je k výrobě nějakého produktu použita daná kombinace různých zdrojů. Výrobce kupuje každý z potřebných zdrojů, které potřebuje k výrobě, a daný výrobek poté prodává spotřebitelům. Říci, že podnikatel-výrobce dosahuje při výrobě a prodeji daného výrobku čistého zisku, znamená, že po spočtení všech cen, které platí za *všechny* zdroje, které potřebuje k výrobě a dopravě výrobku ke dveřím zákazníka, musí být jejich součet menší než obnos placený spotřebitelem. Tato situace je také příkladem, kdy je prodána „jedna komodita“ za různé ceny na různých místech „stejného“ trhu.

Součet cen placených za použité zdroje potřebné k výrobě a dodání výrobku je nižší než cena placená spotřebitelem za dodané zboží. Toto množství *všech* potřebných zdrojů je vlastně komoditou, kterou může toto množství zdrojů vyrobit. Není

nutné učinit nic jiného než jednoduše říci: „Jdeme na to!“ Vlastnit toto množství zdrojů vlastně znamená již vlastnit daný výrobek. Takže možnost dosáhnout čistého zisku prodejem výrobku za cenu vyšší, než je cena, za kterou se prodává dané množství zdrojů, je daná tím, že „stejná“ komodita se prodává na některých částech trhu za cenu nižší (ve formě zdrojů), než za jakou se prodává na jiných místech (jako hotový spotřební výrobek).

Kdyby dané množství zdrojů ovšem obsahovalo všechny potřebné zdroje, nemáme žádné „racionální“ vysvětlení této situace, kdy na trhu existují různé ceny. Není žádný důvod pro to, aby spotřebitelé byli ochotni platit více za hotový výrobek, než je suma potřebná k získání *všech* zdrojů (včetně veškerého času a obtíží, jež je třeba podstoupit při nákupu a shromáždění zdrojů použitých při samotné výrobě) potřebných k dodání hotového výrobku spotřebiteli. Jediným vysvětlením takovéto cenové diskrepance může být to, že si uvědomíme možnost čistého omylu,³⁶ který činí účastníci trhu.

Takovýto omyl znamená, že někteří účastníci trhu podhodnotili tyto zdroje relativně k budoucímu zájmu spotřebitelů o výrobek, který z nich může být vyroben. Toto podhodnocení může být „vysvětleno“ pouze jako „nevysvětlitelný“ omyl, jako nerozpoznání budoucnosti, která leží vlastně přímo před námi. Tato chyba představuje, přesně tak jako jednoduchý případ jedné komodity prodávané za více než jednu cenu, příležitost k získání čistého zisku.

Kdykoli podnikatel vytuší možnost čistého zisku tím, že se přesune k nové výrobě nebo zdokonalí nějaký výrobní postup, využívá to, o čem se domnívá, že je případem, kdy trh chybně přisuzuje dvě rozdílné hodnoty tomu, co je ve vidění ekonomiky jeden a tentýž produkt. Mocná hnací síla podnikatelské ostražitosti působí neustále a na všech místech a zpozorovává takovéto omyly pomocí lákavé možnosti dosažení čistého zisku, kterou

³⁶ angl. termín „pure error“ (pozn. překladatele)

tyto omyly vytvářejí. K inkasování zisku podnikateli nedochází pouze tím, že jsou rozdílné ceny dané fyzické komodity na trhu vyrovnávány. Stejné inkasování zisku směřuje k nalezení vzájemné rovnováhy mezi cenami zdrojů a příslušnými budoucími cenami výrobků.

Ludwig von Mises to vyjádřil velmi jasně:

„To, co dává vzniknout zisku, je skutečnost, že podnikatel, který posuzuje budoucí ceny výrobků lépe než ostatní lidé, kupuje některé nebo všechny výrobní faktory za ceny, které jsou, viděno budoucí situací na trhu, příliš nízké.“³⁷

Důležité je, že v tomto ohledu činnost podnikatelů nejen že tlačí ceny k příslušné „rovnosti“, ale také *přesouvá zdroje z jedné výroby do druhé*. Tato tendence, která vzniká v tržní ekonomice a která zapříčiňuje realokaci zdrojů z méně efektivního využití (posuzováno spotřebiteli) do více produktivního využití, funguje v důsledku stejného procesu podnikatelského objevování, který vyvolává tendenci k tomu, že ceny dané komodity směřují k vzájemnému vyrovnání. Rozšíření Jevonsova zákona indiference vysvětluje fungování tržních sil, jež jsou odpovědné za kapitalistickou alokační efektivnost.

K tomu, aby byla tato tendence uvedena do pohybu, není nutné, aby si byl podnikatel vědom současné mylné alokace zdrojů. Nepotřebuje podrobnou znalost odvětví, ve kterých jsou v současnosti zdroje používány. Nepotřebuje být obeznámen s technickým stavem výrobků v těchto odvětvích nebo se zájmem spotřebitelů o tyto výrobky. Stačí, když bude toliko cítit, že nákupem potřebných zdrojů lze obdržet čistý zisk.

Samozřejmě k tomu, aby bylo možné vycítit možnost čistého zisku v určité konkrétní výrobě tím, že budeme mít „čich“ na rozdíl cen, je nejužitečnější, když má podnikatel jasné tušení (nebo alespoň jasné tušení, kde najmout někoho s jasným tuše-

³⁷ Ludwig von Mises, „Profit and Loss“, v *Planning for Freedom and Other Essays and Addresses*, 2. vydání, South Holland, III.: Libertarian Press, 1962, str. 109

ním) jak o technických výrobních možnostech, tak i budoucích spotřebitelských preferencích v této oblasti. V konečném důsledku se ale jedná o smysl podnikatele pro nalezení možnosti čistého zisku (z důvodu rozdílů mezi cenami zdrojů a cenami výrobků), který vede jeho činnost a motivuje jeho zájem o technické možnosti výroby a budoucí spotřebitelské preference. Právě zákon jedné ceny, který funguje prostřednictvím procesu podnikatelského objevování, významně mění podobu kapitalistické výroby spíše směrem k větší než menší alokační efektivitě.

Omyly z přílišného pesimismu a omyly z přílišného optimismu

Chyby, jejichž důsledkem je vznik čistých ziskových příležitostí, nejsou jedinými, které lze učinit ve světě nerovnováhy a nejistoty plynoucí z nepředurčenosti vývoje. Chyby, které vedou k čistým ziskovým příležitostem, jsou chybami, které pramení z přílišného pesimismu. Navíc existují chyby plynoucí z přílišného optimismu, které rovněž hrají významnou úlohu v procesu podnikatelského objevování v tržní ekonomice.

Omyly z přílišného pesimismu jsou ty, při kterých byly přehlédnuty výnosnější příležitosti. Projevují se objevením více než jedné ceny pro daný výrobek, který mohou tyto zdroje vytvořit. V důsledku toho vznikají čisté ziskové příležitosti, jež lákají podnikatele, kteří tím, že se jich chopí, tyto omyly opraví. Jiný druh omylu, ten, který pramení z přílišného optimismu, má jinou příčinu a v procesu podnikatelského objevování hraje odlišnou úlohu.

Tento omyl se objevuje ve chvíli, kdy účastníci trhu očekávají, že budou moci dokončit plán, který ve skutečnosti dokončen být nemůže. Kupující mylně zamýšlí koupit komoditu nebo nějaký zdroj za cenu, která je příliš nízká na to, aby za ni bylo možno danou věc získat. Prodávající zamýšlí prodat nějakou věc za cenu, která je tak vysoká, že ve skutečnosti za ni není žádný kupující ochoten tolik zaplatit. Tento druh omylů nevytváří čisté

ziskové příležitosti, které jsou činností podnikatelů opravovány. Omyly plynoucí z přílišného optimismu jsou opravovány přímějšími tržními silami, které vyžadují méně kreativní činnost podnikatele.

Omyl plynoucí z přílišného optimismu se projevuje v ceně, která je buď příliš vysoká, nebo příliš nízká na to, aby došlo k vyčištění trhu daného zboží. Jestliže jsou tedy prodávající obecně přehnaně optimističtí, budou očekávat ceny vyšší, než jsou kupující obecně ochotni zaplatit. Jestliže jsou kupující přehnaně optimističtí, budou očekávat ceny, které jsou nižší, než jsou prodávající obvykle ochotni akceptovat. Takováto mylná očekávání nutně neznamenají, že se od nich tržní cena bude odlišovat. Koneckonců, jestliže prodávající nejsou ochotni prodat za cenu nižší než 300 dolarů (protože se mylně domnívají, že za tuto cenu mohou prodat všechno, co si prodat přejí), pak se každé prodané zboží skutečně prodá za tuto cenu nebo cenu vyšší (protože nikdo, kdo očekává, že bude moci prodat za 300 dolarů, nebude spokojen s cenou nižší). Přílišný optimismus nebude nutně odhalen počátečním neúspěchem při prodeji za 300 dolarů, ale neočekávaným neúspěchem některých prodávajících prodat to, co očekávali, že za tuto cenu budou moci prodat.

Tržní cena bude v této situaci nerovnováhy příliš vysoká na to, aby trh vyčistila. Jedná se o případ nerovnováhy, protože jsme vcelku přesvědčeni, že zůstane-li tržní cena daného zboží nad úrovní ceny čistící trh, prodávající (v důsledku hromadění neprodaného zboží) to brzy rozpoznají a sníží svá očekávání, a tím i cenu. Podobně způsobil-li přílišný optimismus kupujících, že se cena ocitla pod cenou čistící trh, projeví se tato situace ve formě nedostatku a kupující, kteří rozpoznají svůj omyl, budou nabízet vyšší ceny, aby tuto komoditu nebo zdroj, který si přejí koupit, získali.

Zatímco přílišný pesimismus vzniká tam, kde dychtivých kupujících nebo prodávajících existuje více, než se očekávalo, dochází k přílišnému optimismu následkem přesvědčení, že kupující a prodávající jsou *dychtivější*, než ve skutečnosti jsou.

Omyly vyplývající z přílišného optimismu budou pravděpodobně objeveny rychleji než omyly plynoucí z přílišného pesimismu. Příležitost, která nebyla spatřena, *může* zůstat nespátřena v budoucnosti (přestože nabízí svým objevitelům čistý zisk). Ovšem omyl, který plyne z přílišného optimismu, *musí* být objeven zcela jistě jednoduše proto, že dochází k vytvoření plánu, který nebude a ani nemůže být dokončen. Ceny, které jsou příliš vysoké, se ukáží jako příliš vysoké tím, že dojde k hromadění neprodaného zboží. Ceny, které jsou příliš nízké, se ukáží jako příliš nízké vznikem nedostatku, který vytvářejí. Samozřejmě je třeba, aby podnikatelé posuzovali tyto nedostatky (nebo přebytky) správně. Dříve nebo později ovšem musí dojít k tomu, že ceny, které jsou příliš vysoké, klesnou a *vice versa*.

Hlavní postřehy teorie podnikatelského objeovávání lze shrnout následujícím způsobem:

- V každém okamžiku se účastníci trhu (v podstatě nevyhnutelně) musí potýkat s tím, že si nejsou vědomi skutečných (současných a budoucích) plánů ostatních účastníků trhu.
- Takováto nevědomost může mít podobu nepřiměřeného optimismu (když prodávající nějakého zboží očekávají, že kupující budou dychtivější toto zboží kupovat, než ve skutečnosti jsou), což vede k nerovnovážné ceně daného zboží, která je příliš vysoká nebo příliš nízká, aby vyčistila trh. Nerovnovážné ceny vytvářejí přímé *zmaření* plánů (když prodávající, kteří odmítli prodat za nižší ceny, objeví, že jejich spotřebitelé za tyto vysoké ceny jednoduše nenakupují). Dá se očekávat, že toto zmaření plánů přivede podnikatele k patřičnému chování na trhu. Ceny, které byly příliš vysoké, budou mít tendenci poklesnout, a ty, které byly příliš nízké, budou mít tendenci vzrůst.
- Nevědomost může také (což je obecně důležitější) vést k nepřiměřenému pesimismu. Proávající tak mohou podcenit dychtivost kupujících nakupovat nebo kupující mohou podcenit vůli prodávajících prodávat. Tato nevědomost vede ke vzniku

více než jedné ceny pro jedno zboží (nebo k nižší ceně jistého množství zdrojů a vyšší ceně výrobku, který lze z těchto zdrojů získat). Takovéto rozdíly v cenách představují příležitosti čistého zisku, a proto lákají pozornost podnikatelů. Cenové rozdíly budou v důsledku snahy podnikatelů využít ziskových příležitostí odstraněny.

- Kdyby bylo možné si z čistě analytických důvodů představit, že by spotřebitelské preference, dostupnost zdrojů a technické možnosti byly zmrazeny v čase, pak procesy podnikatelského objevování budou směřovat k tomu, aby se cena daného zboží nebo služby na trhu vyrovnávala nebo aby se ceny daného množství zdrojů vyrovnávaly s cenami příslušných výrobků, které z nich mohou být vyrobeny. Tyto procesy by též vedly k tomu, že by se při takto dosažené jednotné ceně trh každého zboží nebo služby a trh každého výrobního zdroje měl tendenci čistit, a že všichni budoucí kupující najdou všechno, co si přejí koupit za cenu, kterou očekávají, a všichni budoucí prodávající najdou kupce, kteří budou ochotni zaplatit ceny, které prodávající očekávají a jsou ochotni přijmout.
- Během těchto pohybů na trhu, které jsou vyvolány uvedenými tendencemi, dojde nejen ke změnám cen zdrojů a výrobků, jak bylo vysvětleno, ale hlavně bude docházet ke kontinuálnímu přesunu zdrojů od méně důležitých užití (měřeno cenami, které jsou spotřebitelé ochotni platit) k důležitějším užitím. Méně produktivní technologické využití zdrojů bude nahrazováno produktivnějšími technologiemi. Vznikne tendence k objevení i dosud neobjevených zásob zdrojů nových.
- V reálném světě neustálých změn, kterým podléhají spotřebitelské preference, dostupnost zdrojů a technické možnosti, mohou být tyto tendence, jež působí směrem k nápravě účinných chyb, částečně nebo zcela zmařeny, nebo případně přerušeny. Navíc se mohou tyto tendence, které působí v různých částech neustále se měnícího trhu, rušit nebo mást *sebe navzájem*. Směr těchto mocných sil podnikatelského objevování bu-

de ale formován a utvářen výše popsanými systematickými a korekčními procesy omylu, maření, objevování a překvapení. Zbývá ještě krátce diskutovat množství důležitých rysů teorie podnikatelského objevování.

Konkurence a činnost podnikatele

Kritické zhodnocení neoklasické teorie hlavního proudu ve III. oddíle se soustředilo obzvláště na ty rysy modelu dokonalé konkurence, které se nacházejí v srdci této teorie. Koncept konkurence, který používá teorie hlavního proudu, se značně liší od odpovídajícího konceptu rakouské teorie podnikatelského objevování. Pro teorii hlavního proudu je konkurence tím blíže k dokonalosti, čím více se podmínky na trhu blíží ideálu dokonalé informovanosti, a existuje-li nekonečné množství kupujících a prodávajících každého zboží nebo služby. Na druhé straně pro teorii podnikatelského objevování obsahuje relevantní koncept konkurence pouze jednu podmínku, a to *svobodu vstupu* na každý myslitelný trh.

Jak pro neoklasickou teorii hlavního proudu, tak i pro rakouskou teorii podnikatelského objevování je konkurence vyžadována, aby bylo možné postihnout jevy, které mají být vysvětleny. Tady ale společný základ končí. Pro teorii hlavního proudu je konkurence nutným předpokladem k tomu, aby bylo zajištěno, že popisovaná situace bude situací rovnováhy, a aby ji bylo možno odlišit od ostatních možných situací rovnováhy (například od situace čistého monopolu). Pro teorii podnikatelského objevování je ale konkurence požadována proto, aby vysvětlila dynamický podnikatelský proces, který byl popsán výše. Uvažujme nyní případ, kdy svoboda vstupu byla ostře omezena.

Tam, kde není umožněno potenciálním podnikatelům vstoupit do nějakého odvětví (například jako výsledek vládní garance monopolního privilegia pro protěžovaného výrobce), musí dojít k paralyzaci procesu objevování na trhu. Předpokládejme (což je přijatelné), že chráněný monopolista se těší monopolní rentě,

a může si tedy účtovat cenu, která výrazně převyšuje příslušné náklady výroby. Tato situace poté nemůže být konkurenčními silami odstraněna, protože vstup do odvětví je blokován.

Monopolizovaný výrobek může být naléhavě žádán potenciálními spotřebiteli a zdroje, které jsou nyní využívány v jiné, méně žádané výrobě, by mohly být produktivněji a ziskověji používány v tomto (monopolizovaném) odvětví. K objevení ziskových příležitostí dojde ovšem s menší pravděpodobností, protože omezení vstupu brání využití tohoto zisku novými podnikateli, i když jsou tyto příležitosti objeveny. Možná že by v současnosti používaná technologie v monopolizovaném odvětví mohla být podstatně zdokonalena, což by vedlo k výraznému omezení nákladů na výrobu. Takovéto nové výrobní techniky by za podmínek volného vstupu mohly být objeveny potenciálními podnikateli při jejich hledání příležitostí k dosažení čistého zisku. Pravděpodobnost tohoto objevu bude ale menší, protože omezení vstupu brání inovativním podnikatelům tento zisk zinkasovat. Tam, kde je dosažení zisku zakázáno, tam také dochází k prudkému zpomalení procesu technického objevování nebo k jeho úplnému zastavení. Proces podnikatelského objevování závisí na tom, že si potenciální podnikatelé uvědomují, že jakékoli příležitosti čistého zisku, které mohou objevit, se jim vrátí jako zisk.

Dynamický charakter konkurence, který je ústředním rysem procesu podnikatelského objevování, využívá mocných sil, které působí nejen na ceny, ale také na kvalitu výrobků a výrobních technik. Hnací síla podnikatelského konkurenčního vstupu přeměrovává zdroje z odvětví nebo technologií, ve kterých je jejich produktivita nízká (měřena ochotou nebo dychtivostí spotřebitelů platit), do odvětví nebo technologií, ve kterých je tato produktivita vyšší. Vstup konkurence a jeho hrozba způsobují snížení cen výrobků k jejich nejnižším možným výrobním nákladům a upozorňují současného výrobce na existenci možnosti snížit výrobní náklady a nutnost snížit odpovídajícím způsobem i ceny výrobků.

Rozdíl mezi představou konkurence, kterou předkládá neoklasická teorie hlavního proudu, a tou, kterou zastává teorie podnikatelského objevování, lze nejlépe ukázat na problematice informací.³⁸ Konkurence v teorii hlavního proudu vyžaduje dokonalé informace jako *nezbytný předpoklad*: bez dokonalých informací na trhu je konkurence nedokonalá. Pro teorii podnikatelského objevování je ovšem konkurence procesem, *jehož prostřednictvím* jsou informace objevovány a dále předávány. Byl to Hayek, který ukázal na tento kardinální rozdíl, jenž odděluje tyto dva koncepty konkurence.³⁹ Zatímco koncept teorie hlavního proudu vnímá konkurenci tak, že hovoří o jednom speciálním stavu rovnováhy, dynamický koncept konkurence poukazuje na proces, v němž jsou stavy nerovnováhy postupně upravovány směrem k rovnováze. To je rozdíl mezi postulovaným stavem, ve kterém je na trhu dosaženo dokonalé informovanosti, a procesem objevování, v němž dochází k větší koordinaci jak činností, tak i vzájemné informovanosti.

Tato úzká vazba mezi dynamickým konceptem konkurence a činností podnikatelů je předmětem zájmu literatury pojednávající o teorii podnikatelského objevování.⁴⁰ Ukazuje se, že oba tyto koncepty, dynamická konkurence a činnost podnikatelů, jsou dvěma stranami téže mince. Každý konkurenční vstup je činností podnikatele. Každá činnost podnikatele je nutně konkurenční (v dynamickém smyslu slova). Konkurovat znamená konat (nebo být schopen začít konat), t.j. nabídnout kupujícím nebo prodávajícím lepší obchod, než nabízejí ostatní. Aby k tomu

³⁸ angl. termín „knowledge“ (pozn. překladatele)

³⁹ Viz obzvláště a) Friedrich A. Hayek, „The Meaning of Competition“, v *Individualism and Economic Order*, op. cit., 5. kapitola, str. 92-106 ; b) Friedrich A. Hayek, „Competition as a Discovery Procedure“, v *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*, Chicago: University of Chicago Press, 1978, 12. kapitola. (Tato studie byla poprvé prezentována jako přednáška 29. března 1968.)

⁴⁰ Viz obzvláště Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press, 1973

mohlo dojít, je nutné objevit situace, při kterých stávající účastníci trhu nenabízejí ten nejlepší možný obchod, a využít těchto situací k dosažení zisku tím, že dojde k zaplnění mezery, kterou tito účastníci vytvořili. Chovat se podnikatelsky znamená vstoupit na trh s novou myšlenkou, s lepším výrobkem, s atraktivnější cenou nebo s novým výrobním postupem. Jakékoli takové chování si nutně konkuruje s chováním ostatních.

V teorii podnikatelského objevování může být konkurence omezena (kromě vládního omezení vstupu) pouze jako výsledek monopolního vlastnictví jedinečných a vzácných zdrojů.⁴¹ Jestliže jednotlivec takovýto zdroj zcela vlastní, nemůže být konkurenčním vstupem ohrožen, protože potenciálním konkurentům je zamezen přístup k tomuto jedinečnému zdroji. V takových případech je podnikatelské objevování přesměřováno do jiných produktivních činností, u kterých jsou požadované zdroje přístupné všem, kteří jsou ochotni zaplatit tržní cenu.⁴² Činnost podnikatelů je možná pouze potud, dokud neexistují překážky monopolu zdrojů, které by blokovaly vstup do odvětví. Dynamicky konkurenční činnost, která neobsahuje duplikování *existujících* nabídek učiněných ostatními, ale obsahuje inovativní nabízení *výhodnějších* příležitostí ostatním, je možná pouze z toho důvodu, že podnikatelé jsou lákáni příležitostmi, které se díky inovaci staly dostupnými.

⁴¹ v tomto ohledu viz Ludwig von Mises, *Human Action*, op. cit., str. 354-74

⁴² V jakémkoli monopolizovaném odvětví trh ve skutečnosti funguje tak, že konkurence podnikatelů je přesměřována na jiné trhy. Proces, kterým dosáhne monopolista monopolní ceny svých výrobků, spočívá v tom, že aktivity ve výrobě možných substitutů a aktivity na trzích alternativního užití jiných, nemonopolizovaných zdrojů ovlivňují ceny, na jejichž základě monopolista provádí svou vlastní cenovou politiku.

Mises, Hayek a teorie podnikatelského objevování

Teorie podnikatelského objevování se tedy vyvinula jako syntéza vzájemně se doplňujících myšlenek, se kterými přišli Mises a Hayek. Ve II. oddíle jsme viděli, že Mises zdůrazňoval úlohu podnikatelů na trhu, zatímco Hayek obrátil pozornost na vzájemné učení se, které je pro tento proces charakteristické. Pozorovali jsme, že tyto dva zdůrazňované prvky jsou dvěma stranami téže mince, která představuje rakouské paradigma, jež se velmi liší od paradigmatu neoklasické teorie hlavního proudu. K tomuto závěru se nyní ještě vrátíme.

Klíčovým momentem k pochopení vzájemné komplementarity pohledů Misesa a Hayeka je rozlišení mezi procesem objevování, který je základem rakouského přístupu, a záměrným hledáním, které zaujímá své místo v neoklasickém přístupu ekonomie hlavního proudu. Teorie hlavního proudu vyvinula významnou teorii hledání, která výrazně zvýšila její realističnost. Uvažováním všudypřítomnosti nedokonalých informací teorie hledání důmyslně zabudovává do paradigmatu teorie hlavního proudu možnost nedokonalosti informací. Předpokládá, že ti, jejichž informace jsou nedokonalé, vědí, kolik informací postrádají, předpokládá, že znají, jakou hodnotu pro ně informace, jež postrádají, mají, a že přesně vědí, jak (a za kolik) lze chybějící informace získat. Teorie hlavního proudu je poté schopna přesně „vysvětlit“, kolik dodatečných informací bude získáno záměrným hledáním založeným na analýze nákladů a výnosů. Získávání informací je v přístupu teorie hlavního proudu zvláštním druhem produkční činnosti, a to takovou činností, která může být (a je) zabudována do obohaceného obrázku rovnováhy, který tato teorie umožňuje vytvořit. Objevování, které je základem rakouského přístupu, je však zcela odlišné povahy.

Ta vyplývá z rozdílu mezi nevědomostí, která je eliminována během podnikatelského objevování, a nedokonalostí informací, která je odstraňována během záměrného hledání. Tento druhý případ je vlastně záměrně zvolenou nevědomostí. Účastník trhu

přesně ví, kolik informací se mu vyplatí získat. Informace, které zcela záměrně nezíská, jsou jednoduše ty, které se získat nevyplatí. Nevědomost, která takto přetrvává, je v neoklasickém pohledu *optimální* nevědomostí. Nevědomost, jež je odstraněna během procesu podnikatelského objevování, je ale nevědomostí, které si samotný účastník trhu vůbec není vědom. Není tedy „ospravedlněna“ vysokými náklady záměrného učení, není ospravedlněna vůbec ničím. Jedná se jednoduše o výraz toho, že někdo z nevysvětlitelných důvodů nezpozoroval to, co mu leželo před očima.

Podnikatelské objevování představuje situaci, kdy někdo pozorný objeví něco, co bylo dosud přehlíženo. Základ jednání podnikatele spočívá v tom, že někdo dokáže prohlédnout mlhou, kterou vytváří nejistá budoucnost. Misesovský člověk svým konáním vymezuje to, co „vidí“ v této temné budoucnosti. Je motivován možností případného čistého zisku, pakliže spatří budoucnost lépe než ostatní. Tyto dokonalejší vize budoucnosti dávají podobu výrobním činnostem a charakteru směny. Dynamický tržní proces je tvořen právě takovým jednáním, které je motivováno dosažením budoucího zisku.

Tímto jednáním misesovský podnikatel pohání tržní proces, který odráží tok nových objevů, jež vize podnikatelů odhalily. Kdyby mohly být všechny exogenní změny (ve spotřebitelských preferencích, v dostupnosti zdrojů a v technologických možnostech) eliminovány, tento dynamický proces poháněný činností podnikatelů by pokračoval do té doby, než by všechny nejistoty, vyplývající z neznalosti toho, co budou dělat ostatní, byly postupně odstraněny. Při zdůrazňování podnikatelské povahy misesovského tržního procesu zároveň nepřímo obracíme pozornost na Hayekem zdůrazňovaný aspekt vzájemného učení, ke kterému v tomto procesu také dochází. I když se zdá, že se jisté prvky Hayekova vysvětlení ze 40. let liší od prvků zdůrazňovaných v Misesových vysvětleních ze stejné doby, teorii podnikatelského objevování na trhu lze vyvinout tak, že čerpá z komplementarity mezi misesovskými a hayekovskými pohledy.

Teorie podnikatelského objevování a neoklasické paradigma teorie hlavního proudu

Je možné argumentovat, že teorie podnikatelského objevování poskytuje zásadní, nesmírně potřebnou *podporu* neoklasické teorii rovnováhy, která tak skvěle vysvětluje podmínky splněné ve chvíli, kdy všechny koordinující kroky podniknuté v rámci tržního procesu byly splněny. Ale protože sama nevysvětluje procesy, kterými k uskutečnění koordinačních kroků dochází, potřebuje příspěvek teorie podnikatelského objevování. Lze tedy říci, že rakouská teorie podporuje neoklasický přístup.

Z mnoha praktických důvodů v aplikované ekonomii nabízí teorie rovnováhy hlavního proudu užitečnou zkratku, jak pochopit věci, ke kterým na trzích dochází. Při uvažování o dopadech konkrétních vládních zásahů do fungování trhu (např. při posuzování toho, jak stanovení cenových stropů vytváří nedostatky nebo jak minimální ceny vytvářejí přebytky) budou pravděpodobně rakouští ekonomové používat stejný jednoduchý Marshallův diagram nabídky a poptávky jako jejich neoklasičtí kolegové. Používání analýzy komparativní statiky bylo po mnoho desetiletí jednoduchým, ale mocným nástrojem, který aplikovaná ekonomie používala. Tato práce si v žádném případě neklade za cíl pošpinit možnou užitečnost teorie rovnováhy ekonomie hlavního proudu jakožto algoritmu, který zhruba ukáže následky konkrétních exogenních změn. Může se zdát, že teorie podnikatelského objevování nenabízí v jistém smyslu o mnoho více než užitečnou vysvětlující poznámku pod čarou k teorii hlavního proudu.⁴³ Ve skutečnosti ovšem může - a mělo by být - na vztah mezi teorií podnikatelského objevování a neoklasickou teorií hlavního proudu pohlíženo v jiném světle.

⁴³ Cf. Karen I. Vaughn, *Austrian Economics in America: The Migration of a Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994, str. 139, poznámka pod čarou

Jestliže nemá být smyslem ekonomické teorie nic víc než nabízení zkratkovitých tvrzení, která spojují příčiny a následky, pak se použití neoklasické „černé skřínky“ může zdát přijatelné. Jestliže je ale smyslem teorie pomoci pochopit, *jak* tržní ekonomika funguje, pak se věci mají zcela jinak. Snažíme-li se pochopit fungování věcí, pak „teorie“ černé skřínky není vůbec žádnou teorií. Tato teorie nenabízí nic takového, co lidé obvykle slovem „vysvětlení“ rozumějí. Teorie podnikatelského objevování tedy poskytuje daleko více než nepřiliš zajímavý doplněk teorie rovnováhy ekonomie hlavního proudu. Nabízí vysvětlení, které teorie hlavního proudu postrádá.

Jak ukážeme ve zbývajících oddílech této práce, z teorie podnikatelského objevování plynou implikace, které přesahují pouhé uspokojení vědecké zvědavosti. Vysvětlení, která teorie nabízí, mění výrazně způsob, jakým jsou chápány významné aspekty tržní ekonomiky a jak je rozuměno jevům, ke kterým v současnosti dochází ve skutečné ekonomice. Rozdílné pohledy by naopak měly přinést důležité změny jak v „morálním“ hodnocení základních rysů kapitalismu, tak i ve formulacích praktických hospodářských politik tak, aby dovolily ekonomice využívat svého největšího potenciálu v efektivnosti a prosperitě.

V. Nové pohledy nabízené teorií podnikatelského objevování

Pohlížení na trh jako na systematický sled podnikatelských objevů, které vedou k opravování chybných rozhodnutí a které se průběžně přeskupují a přesměrovávají v důsledku neustálých vlivů exogenních změn, by mělo zásadně změnit naše hodnocení klíčových rysů kapitalismu. V tomto oddíle uvedeme několik příkladů, na kterých ukážeme odlišnost našeho pohledu.

Náš zásadní argument vyplývá z toho, že jako ideální stav odmítáme přijímat rovnováhu dokonalé konkurence. Mnohé rysy trhů reálného světa, které se z pohledu ideálního stavu dokonalé konkurence zdají být přímým důkazem neefektivnosti, se ukazují být prospěšnými prvky dynamicky konkurenčního světa. Tzv. „tržní nedokonalosti“ se stávají základními prvky tržního procesu objevování a opravování dřívějších mylných rozhodnutí podnikatelů. Každý z příkladů uvedených v tomto oddíle ukazuje, jak se rakouský pohled na proces konkurence odlišuje od pohledu dokonalé konkurence.

Ekonomie reklamy

Reklamu nelze jednoduše zařadit do modelu dokonalé konkurence. Je na ni tedy pohlíženo jako na obecně škodlivý a neekonomický jev, který je odpovědný za vážné odchýlení fungování kapitalistického hospodářství od podmínek efektivnosti modelu dokonalé konkurence. Reklama je považována za vydávání zdrojů, které mají manipulovat spotřebitelskými preferencemi, což vede k posunutí poptávkových křivek daných propagovanými výrobky doprava. Tato manipulace může přinést zisk pouze firmám, které se nacházejí v pozici úplného či částečného monopolu. Navíc reklama poškozuje spotřebitele ještě jednou tím, že po nich vyžaduje, aby platili více za privilegium kupovat komodi-

ty, které by ani kupovat nechtěli, kdyby nebyli reklamou manipulováni.

Neoklasická teorie uznává, že reklama může plnit produktivní úlohu tím, že poskytuje spotřebitelům užitečné informace (za které jsou ochotni zaplatit). Připouštějí dobré důvody, proč jsou informace poskytovány těmi, kteří mají zájem na podpoře prodeje propagovaného výrobku (spíše než nestrannými dodavateli informací bez partikulárních zájmů, kteří na trhu působí). Stěží ovšem vysvětlí ohromný rozsah reklamy a obzvláště tu její podobu, která se snaží provokativním způsobem, křiklavě a neodbytně upoutat pozornost. To, co brání kritikům reklamy pochopit její důležitou úlohu v procesu podnikatelského objevování, je analytický rámec neoklasického paradigmatu. Toto paradigma vede kritiky k závěru, že reklama zásadním způsobem popírá představu, že v kapitalismu jsou při daných tržních omezeních a stimulech výrobci řízeni suverenitou spotřebitele.⁴⁴

Teorie podnikatelského objevování otevírá novou perspektivu, do které lze daleko snadněji reklamu zasadit a ve které reklama plní odlišnou úlohu. Aby mohli výrobci uspokojovat přání zákazníků, musí dělat mnohem více než toliko vyrábět zboží, o kterém se domnívají, že si je spotřebitelé nejvíce přejí, a dávat je k dispozici. Musí dělat dokonce více než zpřístupňovat informace, o kterých se domnívají, že je spotřebitelé k posouzení nákupu nabízeného zboží potřebují. Pohled podnikatelského objevování ukazuje, že pouhá dostupnost negarantuje, že ti, kteří informace potřebují, je také dostanou. I když jim bude informace ležet před očima, může se stát, že si jí nevšimnou a nedoví se, že je tu něco, co by ještě měli vědět.

⁴⁴ Tento argument opakovaně použil např. profesor Galbraith, viz John K. Galbraith, *The Affluent Society*, Boston, Houghton Mifflin, 1958, 11. kapitola

John K. Galbraith, *The New Industrial State*, Boston, Houghton Mifflin, 1967, 18. kapitola

John K. Galbraith, *Economics and the Public Purpose*, Boston, Houghton Mifflin, 1973, 14. kapitola

Je tedy nutné, aby výrobci, kteří chtějí dosáhnout zisku tím, že budou inovativně uspokojovat spotřebitelská přání, *upozornili spotřebitele* na dostupnost nějakého zboží a jeho kvalitu. Zcela zřejmě zde reklama plní jinou úlohu, než je pouhé „poskytování informací, které si spotřebitelé přejí“. Úloha reklamy navíc spočívá v upoutání pozornosti potenciálních spotřebitelů a v naměřování jejich pozornosti jak na dostupné informace, tak i na zboží, které je k dispozici. Informace mohou být takové, že jakmile se je spotřebitelé dozví, rozhodnou se zboží koupit. Jejich poptávka není ovšem aktivní, dokud o existenci těchto informací nevědí.

Stejně argumenty můžeme použít i jinak. Podle teorie hlavního proudu vstupují spotřebitelé na trh s danými křivkami poptávky po každém výrobku. Úspěch trhu při uspokojování přání spotřebitelů je poté posuzován podle toho, zda trh úspěšně reaguje na tyto poptávky. Reklama výrobců je proto okamžitě podezřelá, protože nepůsobí na uspokojování daných poptávek, ale spíše se snaží poptávkovými křivkami manipulovat tak, aby lépe odpovídaly snahám výrobců dosáhnout co největšího zisku.

Z rakouského pohledu nelze uvažovat o poptávce bez toho, aniž si je spotřebitel vědom příležitostí k nákupu, které jsou mu nabízeny. Jestliže spotřebitel nikdy neviděl řekněme pár rukavic a nemá ani tušení o jejich existenci nebo účelu, nemá smysl hovořit o jeho křivce poptávky po rukavicích. Nepopírali bychom přece, že inovativní a kreativní podnikatel s notnou dávkou představitosti, který vynalezne rukavice, vyrobí je a nabídne je, aby uspokojil zákazníky, správně odhadne jejich poptávku po rukavicích. Určitě bychom souhlasili, že tento podnikatel slouží (široce chápané) suverenity spotřebitele.

Pojem „sloužit spotřebiteli“ musí být vnímán šířeji, tak, aby neznamenal plnění těch přání spotřebitele, která existovala předtím, než podnikatel začal vykonávat svou činnost, ale takových přání, jaká budou existovat poté, co podnikatel obznámí spotřebitele se svým výrobkem. Myšlenka „manipulace spotřebitelské poptávky výrobci“ je v tomto pohledu nejasná.

Seznamovat spotřebitele s tím, co je jim k dispozici, je součástí funkce, kterou výrobci plní. Je v podstatě nemožné v praxi rozlišovat mezi prodejní činností, která má za úkol přesvědčit spotřebitele, aby koupili něco, co si koupit nepřejí, a „prodejní činností“⁴⁵ určenou k tomu, aby plně seznámila spotřebitele s kvalitami výrobku, který uspokojuje poptávku, o které dříve nevěděli.

Provokativní moderní reklamě, snažící se připoutat pozornost, lze snadno porozumět jako součásti úsilí výrobců nejen umožnit dostupnost zboží pro spotřebitele, ale také zajistit, aby spotřebitelé upozorovali to, co se jim nabízí. Výrobce-podnikatel musí být navíc podnikatel do té míry, aby rozpoznal, že jeho úsilí musí být vynaloženo tak, aby si potenciální spotřebitelé nové preference uvědomili. Odmítnutí tohoto argumentu jako cynické sofistiky přehlíží dvě skutečnosti.

Za první, ve světě plném složitostí, změn a nejistoty je nevyhnutelné, že si spotřebitelé *nejsou úplně vědomi* kvalit a možného využití mnohého zboží na trhu. Potřeba upozornit spotřebitele na to, *o čem neví, že to neví*, je reálná. *Za druhé*, interpretace reklamního snažení jako činnosti, jejímž hlavním smyslem je přesvědčit spotřebitele, aby si koupili něco, co skutečně nechtějí, vyvolává očividné potíže. Předpokládá totiž, že se výrobcům více vyplatí vyrábět to, co spotřebitelé *nechtějí*, a pak je pomocí nákladných prodejních kampaní přesvědčit, aby si to koupili, než vyrábět to, co spotřebitelé opravdu chtějí (bez prodejního úsilí). I když výrobci mohou činit mylná rozhodnutí a mohou poté spatřovat reklamu jako způsob, jak minimalizovat ztráty z výroby špatného výrobku, velmi těžko se dá vysvětlit tímto způsobem rozsah reklamy, který vidíme kolem sebe.

Pohled podnikatelského objevování osvětluje zřejmou *konkurenční* povahu moderní reklamy, kterou nelze z pohledu neokla-

⁴⁵ V různých pracích autor ukazuje, že tento druh „prodejní činnosti“ není konceptuálně rozlišitelný od široce chápaného pojmu „produkční činnost“. Viz Israel Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, op. cit., 4. kapitola.

sické teorie chápat. Z pohledu ekonomie hlavního proudu dává reklama smysl pouze jako zbraň v arzenálu monopolisty. Pohledem na reklamu presentovaným zde je ovšem reklama prostě nástrojem, *kterým lze konkurovat*.

Jakmile pohlížíme na reklamu jako na činnost, kterou podnikatelé upozorňují spotřebitele na nové zboží a nové kvality, kterých si spotřebitelé mohou vysoce cenit, objevuje se reklama jednoduše jako další prostředek konkurence mezi podnikateli. Tam, kde dva podnikatelé správně odhadli např. touhu spotřebitele koupit rukavice, získávají další prostředek, jak si konkurovat při uspokojování jeho potřeb. Výrobce, který lépe odhadne, jaký druh reklamy probudí zájem spotřebitele, lépe poslouží těmto zákazníkům. Přesně stejným způsobem, jakým si konkurují výrobci rukavic při výběru těch prvků (barva, styl, trvanlivost atd.), které nejpravděpodobněji zapůsobí na ty, kteří si rukavice koupí, soutěží také v nejefektivnějším způsobu (způsobu, který šetří nejvíce nákladů), jak přilákat pozornost spotřebitelů. Reklama je tedy činnost, ve které je podnikatelský přístup žádoucí. Kromě zvláštních případů (například pokud vládní regulace umožnila jednomu výrobcí výhradní přístup k reklamě) jsou tyto činnosti v zásadě konkurenční, protože nikdo, kdo propaguje výrobky, nemůže zabránit konkurenčním výrobcům, aby propagovali *své* výrobky.

Nic z tohoto nemůže zaručit, že každá reklama bude nutně pravdivá a v zájmu spotřebitele. Ukazuje to ovšem na povrchnost paušálních útoků na ekonomickou úlohu reklamy a také na to, že pohled podnikatelského objevování představovaný v této práci má důležitý vliv na způsob, kterým „pohlížíme“ na některé významné prvky tržní ekonomiky.

Ekonomie protimonopolního zákonodárství

Pohled teorie podnikatelského objevování nám také umožňuje výrazně odlišný přístup k problematice protimonopolního zákonodárství.

Zákony pokoušející se zabránit vzniku (nebo potlačovat využití) monopolní síly předcházejí neoklasickou ekonomii hlavního proudu. Strach spotřebitelů ze síly monopolu nezávisí na dominanci modelu dokonale konkurenční rovnováhy. Moderní protimonopolní politika ale čerpá z tohoto modelu mnoho své intelektuální munice. Jestliže vyjdeme z předpokladu, že dokonalá alokační efektivnost závisí na dosažení podmínek nutných pro dokonalou konkurenci, pak se každé odchýlení od těchto podmínek jeví jako hrozba nejen pro spotřebitele, kteří budou vystaveni „vyšším“ monopolním cenám, ale také pro schopnost celého tržního systému dosáhnout alokační efektivnosti. Mimořádně náročné podmínky požadované pro dosažení dokonalé rovnováhy příliš nečiní neoklasickou ekonomii hlavního proudu skutečnou teorií trhu, která ukazuje efektivnost kapitalismu reálného světa, ale teorií, která ukazuje na odchylky od alokační efektivnosti. Zastánci tržní ekonomiky, kteří jsou zaslepeni přístupem ekonomie hlavního proudu, spatřují mohutnou protimonopolní legislativu a její vynucování jako nutně potřebné prostředky k *obraně* kapitalistického systému proti kritice jeho jinak nekonkurenční povahy.⁴⁶ Teorie podnikatelského objevování vidí ovšem tento problém v jiném světle.

IV. oddíl vysvětloval, že v teorii podnikatelského objevování závisí relevantní koncept konkurence na splnění pouze jediné podmínky: neomezené svobody vstupu podnikatelů na všechny části trhu. Do té doby, dokud žádnému podnikateli není bráněno, aby prováděl jakékoli podnikatelské aktivity, pro které se rozhodne, a měl z nich prospěch, nese s sebou každá činnost v ekonomice hrozbu konkurence a sama představuje konkurenci pro druhé.

Dynamická konkurence přináší pro společnost tu výhodu, že vytváří stimuly pro objevení a opravení dřívějších podnikatelských omylů. Tato výhoda nespočívá v zajištění nějaké „opti-

⁴⁶ Viz Henry C. Simon, *Economic Policy for a Free Society*, Chicago, University of Chicago Press, 1948, str. 81, poznámky pod čarou

mální“ alokace zdrojů. Spočívá v systematickém procesu objevování a opravování podnikatelských chyb, obzvláště těch, které vytvořily příležitosti doposud nevyužitého vzájemného zisku, kterého může být dosaženo obchodem mezi účastníky trhu. Odchytky od podmínek optimality dokonale konkurenční rovnováhy tudíž nejsou ohrožením ekonomické efektivnosti v žádném relevantním pojetí. Rovnováha není dosažitelný ideál, stejně jako není dosažitelná dokonalá nebo „téměř dokonalá“ konkurence. Důležité je ale zajistit, aby příležitosti vzájemného zisku byly rychle zpozorovány a využity; aby účastníci trhu nebyli uvedeni v omyl přílišným optimismem nebo přílišným pesimismem a nevykonali činnosti, kterých budou následně litovat. Dynamická konkurence vytváří stimuly a tlaky, které upozorňují podnikatele na ziskové příležitosti vytvořené těmito omyly.

Výrobce, který se těší privilegii ochrany před vstupem ostatních potencionálních podnikatelů, se nachází v pozici monopolu. Výrobce, který není chráněn před vstupem potenciálních konkurentů, nepředstavuje monopol v žádném relevantním smyslu. Je sice pravda, že je-li na trhu jediný výrobce, čelí klesající poptávkové křivce, protože poptávka po jeho zboží je v *daný okamžik* poptávkou celého trhu, která je klesající. Je tedy jistě pravděpodobné, že takový výrobce bude moci kontrolovat cenu. Tato „síla“ určovat si cenu ovšem neohrožuje proces konkurence, protože jí může být využito pouze s plným vědomím, že rostoucí cena může ve skutečnosti pouze vyzvat nové výrobce, aby přišli na „jeho“ trh konkurovat.⁴⁷ Tvar poptávkové křivky po produktech výrobce nemá v daném okamžiku v podstatě co dělat s povahou konkurence na trhu jeho výrobku.

Pouze ochrana před vstupem konkurence do privilegovaného sektoru může někomu, kdo se zabývá danou činností, propůjčit

⁴⁷ To samozřejmě znamená, že poptávková křivka pro tohoto jednoho výrobce se po vstupu konkurence dramaticky změní. Jednoduše již bezvýhradně neplatí, že výrobce čelí poptávkové křivce představující poptávkovou křivku celého trhu po výrobku, který prodává.

relevantní monopolní postavení tím, že odchýlí podnikatelské objemy do jiných oblastí. Taková ochrana může být vytvořena zásahem vlády ve prospěch privilegovaného jednotlivce nebo skupiny. Může vzniknout také tím, že někdo je výhradním vlastníkem nějaké jedinečné, naprosto nezbytné ingredience potřebné pro určitý výrobní proces.

Jestliže taková ochrana neexistuje, pak navzdory tomu, že v daném odvětví působí jen několik málo výrobců (nebo dokonce pouze jeden), neexistuje žádná monopolní síla v relevantním smyslu. Žádný výrobce nepožívá výhradně sám výhod plynoucích z podnikatelské ostražitosti. Skutečnost, že si pouze jeden výrobce vybral, že do daného odvětví vstoupí, prostě znamená, že ostatní podnikatelé buď nezpozorovali ziskové příležitosti, které výrobce správně vidí, nebo správně pochopili, že takové ziskové příležitosti neexistují. V procesu objevování sledují podnikatelé ty příležitosti, které vidí. Tomuto procesu ani v nejmenším nepřekáží klesající poptávková křivka, které čelí v daném okamžiku jeden výrobce, který není chráněn proti vstupu konkurence.

K ještě tvrdší konkurenci dochází nikoli při výrobě výrobku, který je identický s výrobkem jediného producenta na daném trhu, ale při výrobě jiných výrobků, které mu konkurují. V konečném důsledku si samozřejmě všechny výrobky navzájem konkurují. Ve světě omezených zdrojů byly zdroje alokované k uspokojení jedněch přání spotřebitelů odvedeny od uspokojení jiných přání. Při nákupu zdrojů potřebných k výrobě jakéhokoli zboží podnikatel získává zdroje, které mohly být použity k jiným účelům. Když se výrobce, který není chráněn proti vstupu konkurence, ocitne v situaci jediného výrobce na trhu daného výrobku, musí mít neustále na zřeteli činnost konkurenčních podnikatelů. Ti soustředí svou energii a pozornost na výrobu *jiných* výrobků, které se také ucházejí o přízeň spotřebitelů. Konkurence mezi výrobky nezaručí horizontální poptávkové křivky pro každého výrobce. Zajišťuje ale, že chyby, které byly učiněny při identifikaci nejžádanějších výrobků (nebo nejdo-

stupnějších zdrojů), budou mít tendenci být rychle spatřeny a využity konkurujícími si podnikateli.

Tento pohled na konkurenci zpochybňuje myšlenku, že vláda může navrhnout politiku, která vytvoří nebo zaručí konkurenci. Tato myšlenka vychází z přesvědčení, že bez této politiky konkurence na trhu zdegeneruje do úplného nebo částečného monopolu. Úspory z rozsahu například vedou ke slučování firem v odvětví a tlačí strukturu odvětví stále dále od představy dokonalé konkurence. Bez kroků zabráňujících slučování podniků se prý struktura odvětví snadno stane nekonkurenční. Dokonce i bez slučování podniků může prý koluzí (tichou nebo zjevnou) mezi velkými firmami v odvětví docházet k cenovým politikám, které se budou blížit monopolním praktikám. Aktivní protimonopolní zákonodárství a jeho vymáhání se proto může zdát nutné k tomu, aby vytvořilo a udržovalo konkurenční struktury a bránilo koluzi. Ohromné množství literatury o ekonomii protimonopolního zákonodárství, které se objevovalo po velkou část tohoto století, bylo založeno ve většině případů na těchto obecných předpokladech. Pohled teorie podnikatelského objevování tyto předpoklady vážně zpochybňuje nebo přinejmenším zpochybňuje jejich význam pro hospodářskou politiku.

Z jejího pohledu je zcela jasné, že (kromě mimořádných situací, kdy někdo výhradně vlastní nějaký jedinečný, naprosto nezbytný vzácný zdroj, který je potřebný k výrobě nějakého důležitého spotřebního zboží, pro které neexistují žádné přiměřené substituty) pro zajištění dynamické podoby konkurence na trhu není nutná žádná zvláštní legislativa a její vynucování. Volnost vstupu (t.j. neexistence privilegií) je jediným požadavkem. Ve většině případů omezeného vstupu se jedná o privilegium dané vládou nebo vládou vytvořené překážky vstupu (např. požadavky licencování). *Jediná* činnost vlády, která je potřebná k zajištění dynamické konkurence na trhu, je odstranění všech takových vládou vytvořených překážek.

Trh sám není schopen takové překážky vstupu podnikatelů na trh vytvořit. Ani koluze mezi „dominantními“ firmami v nějakém

odvětví (pokud nenabude podoby efektivní monopolizace v oblasti kontroly základních vzácných zdrojů), jakkoli se může zdát při udržování vysokých cen účinná, není schopna vstupu do odvětví zabránit. K jakémukoli pokusu udržet pomocí koluze ceny vysoko dojde s vědomím konkurenční hrozby.

Vysoké ceny způsobené koluzí určitě nejsou s dokonale konkurenční rovnováhou konzistentní. Zapadají ovšem do konceptu dynamické konkurence mezi podnikateli. Vznikají ze svobodné konkurence neomezovaných podnikatelů. Úplné spojení „dominantních“ firem v odvětví může skutečně vytvořit odvětví jediné velké firmy, ale vstup ostatních firem do odvětví touto samotnou skutečností ovšem zablokován není. Jestliže velikost takové velké firmy umožní využít úspor z rozsahu, kterých nebudou moci dosáhnout potenciální konkurenti, nedochází tím k vytvoření překážky vstupu do odvětví. Právě naopak. Je žádoucí, aby činností podnikatelů k využívání těchto úspor docházelo. Spojování podniků, které je motivované možným snížením nákladů, je přesně tou aktivitou podnikatele v konkurenčním prostředí, která je podstatou procesu objevování.

Tento pohled na úlohu konkurence na trzích neukazuje činnost zaměřenou na boj proti monopolům jako užitečný nástroj hospodářské politiky, který zdokonaluje efektivitu trhů tím, že omezuje odchylky od ideálu dokonalé konkurence. Naopak. Činnosti spojené s potíráním monopolů se ukazují jako dobře myšlené, ale neobratné zasahování do činnosti trhu, které je *na překážku* konkurenci. Tento paradoxní závěr vychází ze skutečnosti, že například zabránit spojení podniků znamená zabránit uskutečnění potenciálně efektivnějšího podnikatelského projektu. Předchozí výrobní způsoby nedokázaly využít výhod, které dosažitelné úspory z rozsahu přinášely. Podnikatelé, kteří se snažili najít a využít ziskovou příležitost plynoucí z výroby ve větším rozsahu, došli k myšlence spojení firem. Překážky, které tomuto spojení vytvoří vláda, nepochybně představují bariéry vstupu do odvětví. To, co je navrženo, aby zvýšilo konkurenci, ve

skutečnosti zhoršuje vstup konkurence do odvětví, nebo mu úplně brání.

Nedůvěru v konvenční protimonopolní politiku neprojevuje výlučně teorie podnikatelského objevování. Rozumný pohled na věc již pronikl do odborného chápání jak podstaty konkurence v reálném světě, tak i možné hrozby pro její zdravé fungování, kterou protimonopolní politika představuje.⁴⁸ V rámci neoklasické ekonomie hlavního proudu je ale obtížné konzistentně obhajovat to, co představuje nekonkurenční koncentraci odvětví. Přístup založený na podnikatelském objevování nabízí konzistentní teoretický rámec, do kterého lze umístit dynamickou povahu konkurenčního procesu. To, co je nutné k podpoře spontánní dynamiky konkurenčního procesu, není velké množství malých výrobců, kteří vyrábějí zcela stejný výrobek zcela stejným způsobem; podmínkou je volný vstup podnikatelů do odvětví a eliminace privilegií pro etablované výrobce, která by mohla úsilí potenciálních konkurentů o hledání dokonalejších inovativních ziskových příležitostí přerušit.

Ekonomie blahobytu

Společně s vývojem neoklasické teorie cen ve 20. století se vyvinula moderní ekonomie blahobytu. Nenajdeme období, kdy by se ekonomičtí teoretikové nesnažili zhodnotit vliv konkrétních politik, legislativy nebo velkých historických událostí na blahobyt společnosti. Jejich cílem vždy bylo použít ekonomickou teorii k pochopení toho, jaký vliv mají ekonomické jevy na některá měřítka ekonomického blahobytu společnosti.

Samozřejmě docházelo ke změnám toho, co ekonomové chápali jako výraz „ekonomického blahobytu“. Klasičtí ekonomové počínaje Adamem Smithem spatřovali „bohatství národů“ jako

⁴⁸ Viz např. Yale Brozen, *Concentration, Mergers, and Public Policy*, New York a Londýn, Macmillan, 1982

Yale Brozen (ed.), *The Competitive Economy, Selected Readings*, Morristown, NJ, General Learning Press, 1975

agregát složený z objektivně měřitelných položek; ekonomická „správnost“ určité politiky byla měřena podle vlivu, který má na bohatství země.

S příchodem subjektivistického pohledu rané neoklasické (poslední desetiletí 19. století) ekonomie (a obzvláště s objevem klesajícího mezního užitku) nemohlo již být agregované bohatství přijímáno jako jednoduché měřítko ekonomického blahobytu společnosti. Ekonomie hlavního proudu se pokoušela nahradit agregované bohatství abstraktnějším ekonomickým „blahobytem“. Během druhé třetiny 20. století vzniklo značné množství literatury jako výsledek rozsáhlých a detailních diskusí o tom, jak definovat souhrnný ekonomický blahobyt (obzvláště jak se vypořádat s interpersonálním porovnáním užitků). Při diskusích o ekonomické efektivnosti začal být široce používán koncept „pareto-optimality.“ Jedná se o způsob alokace zdrojů a spotřeby, při němž neexistuje možnost takové změny v použití zdrojů a ve spotřebě, která by zlepšila postavení jednoho nebo více lidí v ekonomickém systému, aniž by poškodila někoho jiného.

Moderní ekonomie blahobytu definovala velmi sofistikovaně podmínky, za kterých splňuje tržní ekonomika v dokonale konkurenční rovnováze podmínky paretovské optimality. Neoklasičtí ekonomové hlavního proudu, kteří připisovali kapitalistickému systému vlastnosti společenské efektivnosti, považovali tento systém za v zásadě podobný situaci dokonalé konkurence. Ekonomové hlavního proudu, kteří nalézali nedostatky kapitalistického systému z důvodu jeho společenské neefektivnosti, tak činili s poukazem na ty rysy systému, které porušují podmínky požadované dokonale konkurenční rovnáhou.

Jeden významný rys ekonomie hlavního proudu nám dovoluje pochopit, jak teorie podnikatelského objevování otvírá cestu novému způsobu hodnocení ekonomické efektivnosti alternativních institucionálních uspořádání. Ekonomie blahobytu hlavního proudu usuzuje na úroveň ekonomického blahobytu tak, že přijímá pohled vševědoucího pozorovatele. Při pohledu na ekono-

miku vidí přesně, jak je alokována každá jednotka zdrojů, ví přesně, jaké jsou nabídkové funkce a spotřebitelské poptávkové funkce, a s tímto vybavením definuje podmínky, za kterých by vševědoucí, všemocný a benevolentní vládce, který by chtěl zlepšit ekonomický blahobyť společnosti, již neměl co učinit. Tento pohled redukuje ekonomický problém, kterému společnost čelí, přesně tak jak ho definoval Lionel Robbins, na ekonomický problém, kterému čelí jednotlivec: jak alokovat dané zdroje mezi dané alternativní cíle.⁴⁹

Byl to ovšem Hayek, kdo nejdůrazněji upozornil, že toto *není* ekonomický problém, kterému čelí ekonomiky reálného světa,⁵⁰ ve kterých jsou informace široce rozptýleny. Skutečným ekonomickým problémem je shromáždit pro rozhodování všechny tyto dostupné, rozptýlené informace, t.j. mobilizovat všechny informace, které se vyskytují v decentralizované formě v celé ekonomice. Tento problém je tím, který by musel být řešen ještě *dříve*, než by někdo vůbec mohl začít uvažovat o problému alokace společenských zdrojů, o kterém nás učebnice ekonomie hlavního proudu ujišťují, že je skutečně *tím* ekonomickým problémem, před kterým společnost stojí. Jak poukázal Hayek, perspektiva, ze které pohlíží ekonomie hlavního proudu, vylučuje svými předpoklady jakékoli uvažování o základním ekonomickém problému, kterému společnosti čelí.

Hayek svou kritikou ekonomického problému předkládaného ekonomii hlavního proudu nezamýšlel přímý útok na základy moderní ekonomie blahobytu. Ukazoval, že zajímáme-li se jakkoli o to, jak zvýšit ekonomický blahobyť společnosti, nelze postupovat, jako kdyby hlavní překážka dosažení tohoto cíle jednoduše neexistovala. K tomuto postřehu ho inspirovaly jeho diskuse se socialistickými ekonomy, kteří nedokázali ocenit příspěvek trhu k mobilizaci rozptýlených informací. Hayek

⁴⁹ Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, op. cit., 1. kapitola

⁵⁰ Friedrich A. Hayek, *Individualism and Economic Order*, op. cit., str. 77

poukazoval na obvinění namířené proti teorii hlavního proudu a spočívající v námitce, že tato teorie prostě předpokládá, že problém rozptýlených informací neexistuje. Nepřímo ale také prováděl silnou a důkladnou kritiku ekonomického blahobytu, kterou teorie hlavního proudu nabízí.

Jakmile si jednou uvědomíme, že relevantní informace jsou rozptýlené mezi mnoho myslí, pak je zjevné, že koncept společenské efektivnosti, který je jádrem moderní ekonomie blahobytu, již není koherentní. Cíl společenské efektivnosti implikuje jednu mysl, které jsou všechny podmínky zásob zdrojů a všechny reakce spotřebitelů současně dány. Bez toho nemůže ucelený koncept relevantního optima existovat. Celý koncept „společenské volby“ v zásadě předpokládá důležitost domnělé vševědčnosti. Při poukazování na problém rozptýlených informací Hayek zdůrazňoval, že stěžejní myšlenky v základech moderní ekonomie blahobytu postrádají spojitost a význam pro svět, ve kterém žijeme.

Přístup teorie podnikatelského objevování odkrývá tuto fatální vadu moderní ekonomie blahobytu. Samozřejmě Hayekovo obvinění ekonomie hlavního proudu z toho, že chybně charakterizuje ekonomický problém, kterému společnost čelí (protože nedokáže vzít v úvahu problém, který vzniká v důsledku rozptýlených informací), je účinné pouze v pohledu teorie podnikatelského objevování. Je tomu tak proto, že ortodoxní moderní neoklasický ekonom se může z problému rozptýlených informací, o kterém hovoří Hayek, vyvléknout.

Takový ekonom bude argumentovat, že Hayekovo pozorování není osudné pro neoklasický pohled, který shledává, že ekonomika čelí problému společenské volby přesně stejným způsobem, jako jednotlivec robbinsonského typu čelí problému alokace při hledání individuální efektivnosti. To, co musí společenské agentury pověřené dosažením společenské efektivnosti vědět, nemusí být konkrétní podrobnosti týkající se podmínek nabídky a spotřebitelských preferencí. Vše, co by bylo třeba ve světě rozptýlených informací vědět, by byly: (i) náklady, které je potřeba

vynaložit v procesu hledání a získání informace na centrální úrovni, a (ii) hodnota, kterou pro společnost nyní rozptýlené informace mají (informace nyní rozptýlené, avšak potenciálně dostupné centrální společensko-ekonomické agentuře, a to za známých nákladů, které je třeba vynaložit na jejich hledání). O takových informacích (týkajících se nákladů hledání a informační hodnoty) neoklasická ekonomie *musí* předpokládat, že jsou dostupné tak, jak bylo vysvětleno v předchozích částech této práce. Neoklasický ekonom tedy může dále tvrdit, že paradigma společenské efektivity *může* být přesto v Hayekově světě rozptýlených informací použito.

Přístup podnikatelského objevování ale se svým důrazem na takový druh nevědomosti, který nemůže být snížen záměrným hledáním (protože agent si této nevědomosti není vědom nebo si přinejmenším není vědom toho, jak by mohla být jeho nevědomost snížena), představuje pro ekonomii hlavního proudu nepřekonatelné obtíže vyvolané Hayekovým poznáním. Tyto obtíže odolávají jakékoli snaze zasadit tuto situaci do Prokrustova lože neoklasické maximalizace za daných omezení. Smyšlený společenský agent, který není vševědoucí, by si zjevně nebyl vědom toho, kolik rozptýlených informací se mu nedostává, kde by je mohl nalézt (dokonce i kdyby si uvědomil svou nevědomost) nebo jaké otázky by při svém hypotetickém hledání měl klást.

Přístup podnikatelského objevování nabízí zároveň zárodek možné obnovy ekonomie blahobytu. Jakmile pochopíme obtíže způsobované neznámou nevědomostí, uvědomíme si, že je možné ohodnotit hospodářskou politiku, případně některou historickou událost, a to ne pomocí mylného konceptu společenské efektivity, ale podle odlišného kritéria, jímž je schopnost podpořit podnikatelské umění využít hodnotné informace, o jejichž samotné existenci neměl dříve nikdo ani tušení.

Přístup podnikatelského objevování se soustřeďuje na společenské výhody vytvářené konkurenčním trhem, během kterého dochází k přeměně dřívějších omylů na čisté ziskové příležitosti, které zase přitahují pozornost podnikatelů, kteří své omyly

napravují. Tímto způsobem dosažené společenské výhody nepředstavují „společenské optimum“ tak, jak je definováno z pohledu domnělé vševědoucnosti. Namísto toho představují proces, který vede ke koordinaci a během kterého se účastníci trhu dovídají o vzájemně výhodných příležitostech plynoucích z obchodu. Využijí-li těchto příležitostí, opravují dříve učiněné omyly.

Soustředění se tímto způsobem na *koordinaci* jako kritérium k hodnocení úspěšnosti fungování ekonomických institucí by nemělo být špatně pochopeno. Termín „koordinace“ je nejednoznačný. *Může* znamenat stav, ve kterém *jsou již* všechny myslitelné plány všech potenciálních účastníků trhu zcela koordinovány. Takové situace by bylo dosaženo například ve stavu dokonale konkurenční rovnováhy, a tím bychom se vrátili ke kritériu paretovské optimality.

Termín „koordinace“ je zde však použit ve smyslu *procesu koordinace*. Významným rozměrem správného fungování ekonomiky je citlivost, se kterou společenské instituce odhalují chyby, jimž se šlo vyhnout a které byly učiněny zcela zbytečně. Můžeme proto doufat, že vyvineme způsoby, jak v tomto ohledu ohodnotit komparativní úspěch alternativních institucionálních uspořádání a určit vliv konkrétních legislativních kroků. Možná že jsme nezískali žádný ucelený koncept celkového blahobytu, který odolá kritice metodologického individualismu. Možná že nemáme k dispozici ani žádný ucelený koncept celkové efektivnosti, který by odolal hayekovské kritice založené na rozptýlené povaze informací. Nicméně jsme ale schopni rozpoznat supraindividuální „společenský“ přínos, který poskytují příznivé ekonomické instituce a politiky při stimulaci procesu koordinace přinášeného podnikatelským objevováním. Tato možná rekonstrukce ekonomie blahobytu nám může pomoci porozumět meziválečné debatě o možnosti racionální socialistické ekonomické kalkulace.

Ekonomie socialismu

Jedním z neblahých důsledků přístupu neoklasické ekonomie hlavního proudu ke zkoumání trhů je podpora tvrzení socialistů, že výhody efektivnosti trhů mohou být relativně snadno simulovány v procesu centrálního plánování. Může se to zdát paradoxní, protože jak obdivovatelé trhu, tak i obdivovatelé centrálního plánování uznávají neoklasickou ekonomickou teorii jako intelektuální záštitu kapitalistického systému. Byla to ale neoklasická teorie ceny, která byla obratně použita zastánci socialismu, aby odvedla stranou Misesovu slavnou kritiku možnosti racionální socialistické ekonomické kalkulace z roku 1920. Připomeňme si aforismus, který je přisuzován Abba P. Lernerovi: „Marxismus je ekonomie kapitalistického systému; neoklasická teorie cen je ekonomii socialistické ekonomiky.“ Přístup teorie podnikatelského objevování ke zkoumání trhů nám umožňuje patřičně docenit Misesovu kritiku a uvědomit si, že nejoslavovanější pokusy socialistů o odmítnutí této kritiky ji ve skutečnosti vůbec nepochopily.⁵¹

V roce 1920 Mises ukázal,⁵² že socialističtí plánovači, kteří nejsou vedeni tržními cenami zdrojů, nebudou schopni racionálně plánovat. Při výběru nějakého způsobu výroby v rámci daného projektu nebudou například schopni racionálně vybrat tu produkční metodu, která by byla nejekonomičtější (tzn. která by nejméně zasahovala do splnění ostatních žádoucích společenských cílů). Určitě lze provozovat socialistickou výrobu, ale

⁵¹ Viz obsáhlé pojednání o tomto problému v knize Donald C. Lavoie, *Rivalry and Central Planning, The Socialist Calculation Debate Reconsidered*, Cambridge, Cambridge University Press, 1985

⁵² Tato práce byla přeložena jako Ludwig von Mises, „Economic Calculation in the Socialist Commonwealth“, v Friedrich A. Hayek (ed.), *Collectivist Economic Planning, Critical Studies of the Possibilities of Socialism*, Londýn, Routledge and Kegan Paul, 1935, str. 87-130. Viz také Ludwig von Mises, *Socialism: An Economic and Sociological Analysis* (1922), přeloženo J. Kahane, Londýn, Jonathan Cape, 1936, 6. kapitola.

socialističtí plánovači nemohou zajistit, že vyrobené výrobky jsou skutečně těmi nejžádanějšími. Zdrucující implikace této kritiky nezůstaly zastánci socialismu bez povšimnutí a následovala mohutná meziválečná debata. Soustředme se na dílo Oskara Langeho a Abba P. Lernerera, kteří (jak jsme zmínili v II. oddíle) uznali sílu Misesovy kritiky, ale věřili, že je možné upravit socialismus tak, aby se pronikavým implikacím kritiky efektivnosti socialismu vyvaroval.

Lange⁵³ explicitně spojil své navrhované řešení problému ekonomické kalkulace s teorií hlavního proudu. Navrhoval takovou formu socialismu, ve které by netržní „ceny“ zdrojů byly vyhlášovány centrálními plánovacími úřady a poté používány socialistickými manažery státních podniků zcela stejným způsobem, jako v pohledu neoklasické teorie vlastníci kapitalistických firem používají tržní ceny zdrojů. Socialistickým manažerům by bylo nařízeno, aby používali tyto „ceny“ zdrojů ve spojení s cenami svých výrobků, aby určili úroveň produkce a způsoby výroby, které by maximalizovaly „zisk“. Dělal by to tak, že by se zaměřovali na přesně stejnou rovnost mezních veličin, o kterých neoklasická teorie tvrdí, že jich kapitalistické firmy na konkurenčních trzích dosahují. Centrální plánovací úřady by pravidelně zvyšovaly nebo snižovaly vyhlášené „ceny“ zdrojů podle toho, jestli by docházelo k vytváření nedostatku (nebo přebytku) zdrojů vyvolaných poptávkou socialistických manažerů po zdrojích při jejich předchozí vyhlášené „ceně“. Lange věřil, že tímto inovativním způsobem (simulací fungování dokonale konkurenčního trhu kapitalistické ekonomiky) by dosáhla socialistická ekonomika stejné alokace zdrojů, jako by dosáhl konkurenční trh, a zároveň by byla schopna plnit redistribuční a jiné tradiční socialistické cíle.

⁵³ Oskar Lange, „On the Economic Theory of Socialism“, op. cit. přetištěno v Oskar Lange a Fred M. Taylor, *On The Economic Theory of Socialism*, editor B. E. Lippincott, University of Minnesota Press, 1938, str. 55-129

Mises (a Hayek, který publikoval v roce 1935 dva důležité eseje⁵⁴ podporující Misesa v debatě o socialistické kalkulaci) nepovažoval odpovědi Langeho a Lernerů na svou kritiku možnosti racionálního socialistického plánování za uspokojivé. Nicméně meziválečná literatura z nějakého důvodu učinila závěr, že tato kritika možnosti socialistické efektivnosti byla rozhodujícím způsobem odmítnuta. Stejně jako v případě Langeho řešení bylo důvodem to, že ostatní autoři, stejně jako Lange, uvažovali v rámci paradigmatu neoklasické rovnováhy. V důsledku toho nebyl Lange schopen zcela pochopit Misesovu a Hayekovu kritiku, která vycházela přinejmenším implicitně z rakouského chápání teorie cen v přístupu podnikatelského objeovávání.

Langeho řešení Misesova problému spočívá v simulaci fungování konkurenčního trhu, jenž se má nacházet v rovnováze. Mises tvrdil, že socialističtí plánovači na rozdíl od kapitalistických podnikatelů nejsou schopni používat ceny zdrojů ke kalkulaci nejekonomičtějších způsobů, jimiž lze dosáhnout daných cílů. Langeho odpovědí bylo, že vyhlášené ceny mohou plnit přesně tutéž funkci „parametru“, kterou plní tržní ceny zdrojů v situaci konkurenční rovnováhy.

Mises ale vůbec nechápal úlohu tržních cen jako parametrů. Nepovažoval schopnost kapitalistických podnikatelů za jakkoli související s vlastnostmi cen zdrojů v podmínkách konkurenční rovnováhy. Právě naopak. Chápal ceny zdrojů, které se tvoří na trhu, jako vyjádření nabídek a poptávek účastníků trhu, kteří spolu soutěží v podmínkách nerovnováhy. Při poptávání zdrojů je podnikatel nejen veden úsudky podnikatelů, se kterými soutěží, ale také vyjadřuje svůj vlastní úsudek týkající se hodnoty budoucího výrobku pro potenciální spotřebitele (kterým se

⁵⁴ Friedrich A. Hayek, „The Nature and History of the Problem“, vydáno jako předmluva k F. A. Hayek (ed.), *Collectivist Economic Planning: Critical Studies on the Possibilities of Socialism*, Londýn, George Routledge and Son, 1935; *ibid.*, 5. kapitola, „The Present State of the Debate“

chystá svůj výrobek nabízet). V Langeho schematu simulace dokonale konkurenční rovnováhy trhů za socialismu není nic, co by jen vzdáleně připomínalo rozhodování podnikatelů motivované dosažením zisku, které je nejen řízeno tržními cenami, ale zároveň na spoluutváření těchto cen působí. Představovat si, že Langeho schema by mohlo simulovat kapitalistickou efektivnost, je velké nepochopení způsobu, jak fungují kapitalistické trhy. Předností přístupu podnikatelského objevování je to, že jasně ukazuje vady Langeho a Lernerovy odpovědi na Misesovu kritiku možnosti socialistické efektivnosti.

Zánik socialistických systémů ve východní Evropě v minulém desetiletí znovu přivedl pozornost k misesovské kritice. Je pravda, že řešení navrhané Langem a Lernerem nebylo nikdy použito v praxi. Nicméně rozšířený závěr meziválečné literatury porovnávající ekonomické systémy, že na misesovskou kritiku lze alespoň v principu reagovat příslušnou simulací rovnovážných neoklasických trhů, činí skutečné docenění obsahu této kritiky dvojnásob důležitým. To ovšem nelze provést uvnitř neoklasického paradigmatu ekonomie hlavního proudu. Přístup teorie podnikatelského objevování, ze kterého Misesovy práce vycházely, osvětluje jeho skutečný význam.

Ekonomie, trhy a spravedlnost

Teorie podnikatelského objevování může přispět k filosofické diskusi o možnosti existence *spravedlnosti* v kapitalistické společnosti. Chápání tržní ekonomiky, na niž je nahlíženo očima neoklasické ekonomie jako na stav konkurenční rovnováhy, nás může dovést k velmi pokřiveným filosofickým závěrům týkajícím se spravedlnosti kapitalismu. Filosofické závěry mohou být rozhodujícím způsobem ovlivněny pohledem na fungování trhů v kapitalismu. Přesunem z paradigmatu hlavního proudu k paradigmatu podnikatelského objevování dojde k zásadním rozdílům při filosofickém posuzování spravedlnosti tohoto systému. Abychom vyvrátili rozšířené filosofické odsouzení tržní ekonomiky z pozice spravedlnosti, nemusíme se vůbec zabývat filoso-

fickými spory. Je pouze nutné opravit mylnou myšlenku (převzatou nepochybně od ekonomie hlavního proudu), která se týká pozitivního ekonomického fungování systému. Jakmile jsou tato přísně ekonomicko-teoretická nepochopení vyjasněna, filosofické závěry, které jsou z nich obyčejně odvozeny, se rozpadnou bez nutnosti další argumentace. Jinými slovy, morální soudy byly učiněny na základě chybného pochopení systému, který je hodnocen.

Kritika tržního hospodářství z důvodu jeho údajné nespravedlnosti obvykle vychází z mnoha směrů. Je kritizován institut soukromého vlastnictví; je kritizována nerovnost příjmů; jsou kritizovány vlivy cenového systému. My se zde soustředíme na kritiku spravedlnosti kapitalismu, která vychází z toho, že kapitalismus připouští existenci čistého podnikatelského zisku. Hybnou silou tržního systému je možnost dosažení zisku. Spravedlnost tohoto systému je často kritizována z toho důvodu, že zisk nebyl *vydělán* nebo nebyl zasloužen, že se jedná o čistý přebytek, kterého bylo dosaženo na úkor pracujících nebo spotřebitelů. Kritikové tvrdí, že spravedlnost vyžaduje, aby všechny obdržené zisky byly *zasloužené*. Odtud dovozují, že systém, ve kterém rozdělení příjmů obsahuje významný podíl čistého podnikatelského zisku, nemůže být spravedlivý.

Ti, co kritizují spravedlnost zisku, ostře (a správně) odlišují příjem získaný poskytnutím služeb (ať již vlastní práce nebo oprávněně vlastněných materiálních zdrojů) od čistého zisku. Příjem obdržený za služby se považuje za spravedlivě získaný, představuje *quid pro quo*. Dokonce i úrok z investovaného kapitálu (přestože je často volně nazýván „ziskem“) považují nemarxističtí kritikové kapitalismu za zaslouženě vydělaný. Na čistý podnikatelský zisk (množství získaných peněz, převyšující celkovou hodnotu vložených zdrojů) je však pohlíženo jako na něco, co popírá tradiční ospravedlnění používané pro příjmy z faktorů.

Poměrně správně se poukazuje na to, že čistý zisk nemůže být považován nebo ospravedlňován jako *příjem z faktorů*. Podnika-

tel, který zaplatí částku potřebnou k získání *všech* pro svou výrobu nutných zdrojů a který je schopen prodat své výrobky za víc, tímto obdrží čistý zisk, který neodpovídá službám žádného identifikovatelného vstupu. Takový zisk se může jevit jako výsledek „vykořisťování“ nebo nějakého podvodu, nebo jako výsledek naprostého nezaslouženého štěstí. Bez ohledu na to, jakou část celkového trhem tvořeného příjmu relativní velikost čistého zisku tvoří, je tento v očích kritiků kapitalismu „nezasloužený“ zisk, nabízející primární motivaci k fungování celého systému, dostatečným důvodem pro to, aby označili tento systém za nespravedlivý. Přístup teorie podnikatelského objeovávání dává ale jinou odpověď.

Tento přístup odhaluje kategorii zisku, který není ani výsledkem, ke kterému bylo záměrně směřováno pomocí vydání produktivních zdrojů, ani nahodilým výsledkem čirého štěstí; tento zisk se objevil a byl využit pomocí *objevu*, který učinil ostražitý podnikatel. V rámci neoklasického paradigmatu k něčemu takovému nemůže dojít. Ekonomie hlavního proudu neustále zasazuje ekonomické jevy tržní ekonomiky do rámce, z něhož jsou pečlivě vyloučeny všechny výsledky, kromě těch, ke kterým bylo na jedné straně záměrně směřováno a které jsou na straně druhé plody čirého štěstí. Neoklasický svět vylučuje možnost *překvapení*. V tomto analytickém světě se všechny jevy vysvětlují pouze tak, že jsou připisovány záměrným a správným volbám mezi známými alternativami.⁵⁵ V takovémto rámci není místo pro čistý podnikatelský zisk. V takovémto světě neexistuje žádná příležitost objevit něco, o co doposud nikdo neusiloval.

Je-li možnost objevení zisku vyloučena použitým analytickým rámcem, vyplývá z toho, že všechny otázky distributivní spravedlnosti se redukují na otázku, jak spravedlivě rozdělit *daný*

⁵⁵ Štěstí nachází své místo v modifikovaném neoklasickém světě pouze v tom rozsahu, že jsou zcela známé relevantní pravděpodobnostní funkce. Člověk může mít štěstí. Ale protože přesně věděl, jaké byly jeho šance, toto štěstí nepředstavuje žádné skutečné *překvapení*.

koláč (nebo, což je to samé, jak rozdělit dané ingredience k jeho vytvoření). Buď tento koláč, který vidíme (a který musí být spravedlivě rozdělen), vždy existoval (se spravedlivými požadavky na jeho podíl, které nějakým způsobem vyplývají z historie), nebo koláč, který vidíme, byl vyroben a spravedlnost potom vyžaduje, aby byl spravedlivě rozdělen mezi majitele ingrediencí (o kterých se předpokládá, že existovaly a někdo na ně měl historicky určený nárok), které byly při jeho pečení použity. V takovémto světě bez objevování není prostor pro zvažování toho, jak aplikovat principy spravedlnosti na koláč (a jeho ingredience), který vůbec neexistoval předtím, než byl objeven.

A je to právě koncept objevování, který nám umožňuje si uvědomit, že „koláče“ (nebo jejich ingredience) mohly *vzniknout* jako výsledek aktu objevu. Akt objevu není aktem záměrné výroby (ze známých ingrediencí), není ani pouhou pasivní reakcí na čirou náhodu. Akt objevu je takovým aktem, během kterého *si člověk uvědomí* zisk, který je dostupný bez vynaložení nákladů. Jasně řečeno, čistý podnikatelský zisk spadá do škatulky, která je pro tento objevený a zdarma dostupný zisk určena. Přístup podnikatelského objevování tím, že objevování přiznává úlohu hnací síly ve světě nerovnováhy, tak zároveň uznává čistý zisk jako kategorii, která může být hájena z pozice spravedlnosti s poukazem na to, že by ve světě, ve kterém by nezbylo nic, co by mohlo být objeveno, ani neexistovala.

Protože je objevování součástí činnosti podnikatelů, která *bez vynaložení prostředků* přivádí na svět nové věci, odlišuje se od záměrné výrobní činnosti v tom, že k výrobě jsou potřeba zdroje (jejichž hodnota má proto tendenci růst na úroveň hodnoty toho, co se vyrábí, přičemž nevzniká žádný přebytek, který by mohl být čistým ziskem). Odlišuje se také od výsledku čirého štěstí, jenž se stává dostupným bez jakékoli lidské činnosti. Objevený zisk je takový zisk, který z hlediska lidského vědomí „neexistoval“, ačkoli *fyzicky* již dříve existovat mohl. To, co mu dává vzniknout *ex nihilo*, je lidská (podnikatelská) ostražitost. Akt využití toho, co někdo spatří, je aktem tvůrčím, protože okamžitě

dává vzniknout něčemu, co dříve pro žádné záměry a účely člověka neexistovalo.

Nárok na něco, co někdo tímto způsobem „vytvořil“, nemůže vycházet z vlastnictví zdrojů, které byly při výrobě použity: žádné takové zdroje neexistují. Tento zisk není v žádném smyslu ovocem pocházejícím ze stromu, který by byl nějak spravedlivě vlastněn. Na tento zisk si může dělat nárok jeho objevitel z toho titulu, že jej „vytvořil“ tím, že mu dal jistým způsobem vzniknout z ničeho. Na rozdíl od šťastlivce, na kterého se usmálo štěstí, *konal* objevitel doposud nezpozorovaného žádoucího objektu tak, že tento objekt „vytvořil“. Zpozoroval jej, což před ním nečinil nikdo jiný. Objev může být například to, že ostražitý podnikatel rozpozná, jak vyrobit něco žádaného z dostupných zdrojů. I když následný záměrný akt výroby není aktem objevu, *objevení ziskové příležitosti* pomocí následné záměrné výrobní činnosti je kreativní.

Přístup podnikatelského objevování nám dovoluje pohlížet na čistý podnikatelský zisk jako na zisk *vytvořený*, tj. jako na přebytek hodnoty vytvořené pozorným podnikatelem, který objevuje příležitost přeměrování zdrojů, jichž si společnost cení méně, na výrobky, kterých si společnost cení více. Kousek koláče, který využili úspěšní podnikatelé, není kouskem koláče, který by již existoval. Je to část, která byla vytvořena samotným aktem využití ziskové příležitosti.

Teorie podnikatelského objevování samozřejmě dává prostor pro vysvětlení příjmů, jež jsou získány poskytnutím zdrojů, které někdo vlastní, do produktivního procesu. Neoklasická teorie mezní produktivity od dob Johna Batese Clarka povahu a spravedlnost takto získaného příjmu objasnila.

My ale žijeme v nepředurčeném světě, ve kterém stále existují nespátřené příležitosti, jak zlepšit lidský blahobyť pomocí objevu nových zdrojů nebo nových způsobů, jak stávající zdroje produktivně využívat. Proto by měl být doceněn tvůrčí charakter činností, při nichž jsou tyto příležitosti spatřovány a využívány. V kapitalistické společnosti dochází k ohromnému množství

čistých podnikatelských činností. Teorie ekonomické spravedlnosti musí vycházet z analytického rámce, který může tuto činnost ošetřit, a ne z rámce, který je vybudován na předpokladu, že pro takovou činnost vůbec žádný prostor neexistuje. Teorie podnikatelského objevování tak zásadně mění konvenční závěry týkající se kapitalistické distributivní spravedlnosti.

VI. Závěr

Smyslem teoretického rámce je prohloubit porozumění jevům, se kterými se setkáváme v reálném světě. Jakýkoli takový rámec nutně abstrahuje od detailů reálného světa, aby vyvinul model, který by tento svět vysvětlil a který by byl schopen poskytnout pohled na jeho komplexnost. Různé modely jsou určeny k tomu, aby nám pomáhaly porozumět různým zákonitostem tohoto světa.

Není pochyb o tom, že neoklasická ekonomie hlavního proudu nám může pomoci osvětlit některé důležité aspekty tržní ekonomiky. Existují ovšem ještě důležitější aspekty ekonomiky, které zůstávají nejasné, je-li použit tento přístup. Mezi nejdůležitější otázky, na které není kvůli své samotné konstrukci schopna odpovědět, jsou tyto: Jak fungují trhy? Jak je možné, že dochází ke koordinaci milionů individuálních rozhodnutí účastníků trhu tak, jak k nim v tržních ekonomikách dochází? Tyto otázky jsou jistě těmi nejzákladnějšími, které vyvstávají, když uvážíme výjimečnou prosperitu, jíž bylo během posledních dvou set let v tržních ekonomikách dosaženo.

Teorie podnikatelského objevování, jež je odvozena z tradice rakouské školy, nabízí rámec, v němž lze nalézt uspokojivé ucelené odpovědi na tyto fundamentální otázky. Tato teorie nám zároveň umožňuje „vidět“ důležité prvky tržních ekonomik v jiném světle, než jak se nám jeví v přístupu teorie hlavního proudu. Využití rakouského pohledu, který nám tento přístup poskytuje, nám může pomoci vyvarovat se pastí hospodářské politiky, stejně jako uspokojit naši čistě vědeckou zvědavost ohledně způsobu, jakým svět funguje.

Další literatura

Hayek, F. A. (1948): „The Use of Knowledge in Society“, *American Economic Review*, září 1948, přetištěno v Hayek, *Individualism and Economic Order*, Londýn, Routledge and Kegan Paul

Hayek, F. A. (1978): „Competition as a Discovery Procedure“, v Hayek, *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*, Chicago, University of Chicago Press

Ikeda, S. (1990): „Market-Process Theory and ‚Dynamic‘ Theories of the Market“, *Southern Economic Journal*, červenec

Kirzner, I. M. (1973): *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press

Kirzner, I. M. (1985): „The Perils of Regulation: A Market Process Approach“, v Kirzner, *Discovery and the Capitalist Process*, Chicago, University of Chicago Press

Kirzner, I. M. (1997): „Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach“, *Journal of Economic Literature*, březen

Lavoie, D. (1985): *Rivalry and Central Planning: The Socialist Calculation Debate Reconsidered*, Cambridge, Cambridge University Press

Littlechild, S. C. (1978/1986): *The Fallacy of the Mixed Economy: An „Austrian“ Critique of Recent Economic Thinking and Policy*, Hobart Paper 80, druhé vydání, Londýn, The Institute of Economic Affairs

Machovec, F. M. (1995): *Perfect Competition and the Transformation of Economics*, Londýn a New York, Routledge

Mises, L. V. (1949): *Human Action*, New Haven, Yale University Press

Rizzo, M. J. (1979): „Uncertainty, Subjectivity, and the Economic Analysis of Law“, v Rizzo (ed.), *Time, Uncertainty and Disequilibrium*, Lexington, MA, Lexington Books

Thomsen, E. F. (1992): *Prices and Knowledge: A Market Process Perspective*, Londýn a New York, Routledge

Vaughn, K. I. (1994): *Austrian Economics in America: The Migration of a Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press

Vihanto, M. (1994): „Introductory Essay: The Nature and Main Content of Austrian Economics“, v Vihanto, *Discovering a Good Society through Evolution and Design, Studies in Austrian Economics*, Turku, Finland, Turku School of Economics

Cíl společenské efektivnosti implikuje jednu mysl, které jsou všechny podmínky zásob zdrojů a všechny reakce spotřebitelů současně dány.... Celý koncept „společenské volby“ v zásadě předpokládá důležitost domnělé vševědčnosti. ...Přístup teorie podnikatelského objevování odkrývá tuto fatální vadu moderní ekonomie blahobytu.

Israel Kirzner, Jak fungují trhy

Porovnáváme-li naše názory s úspěchy a omyly, ke kterým došlo v minulosti, můžeme buď odhalit vady našich vlastních teorií nebo nalézt nové či lepší argumenty pro jejich obhajobu. Práce Israela Kirznera představují v tomto ohledu skutečnou pomoc a v tom spočívá jejich velká hodnota.

Ludwig von Mises
přední představitel rakouské školy

Pohled rakouské školy na úlohu podnikatele a fungování trhů otevírá další možnosti, jak je možné obhajovat omezení role státu a státních zásahů v moderní soudobé společnosti. Profesor Kirzner, který navazuje na myšlenky velikánů rakouské školy Misesa a Hayeka, přesvědčivě ukazuje, jak mylné a scestné jsou argumenty těch, kteří hovoří o možnosti efektivního fungování socialismu, o potřebě protimonopolního zákonodárství a o škodlivosti reklamy.

Miroslav Ševčík
ředitel Liberálního institutu

Myšlenky Israela Kirznera nám dávají naději. Po kolektivistickém experimentu se vracíme sice do svobodné společnosti, leč do společnosti vlivem rostoucí role státu méně svobodné než před padesáti lety. Kniha profesora Kirznera je pro mne především oslavou individuálního myšlení a rozhodování. Je to práce, která nabízí lákavou perspektivu...

Milan Žák
profesor ekonomie na VŠE

ISBN 80-902270-5-8



9 788090 1227057