

Introducere

Teza de doctorat își propune să descifreze locul antreprenorului în gândirea economică austriacă și să analizeze critic, comparativ, din acest punct de vedere, câteva domenii – teoria monopolului, a echilibrului economic, a calculului economic și a firmei – în care abordarea economiștilor austrieci și cea neoclasică prevalentă sunt divergente.

Teza se înscrie printre alte câteva, puține la număr, lucrări de doctorat, elaborate și susținute în România, dedicate analizei ciclului afacerilor, monedei și firmei, ce tratează problematica economică din perspectiva Școlii Austriece de Economie, menționate în bibliografie, alături de alte câteva studii. Demersul lucrării este unul pur teoretic, urmărind reliefa și clarificarea unor concepte economice, care servesc drept fundament al abordărilor de ordin empiric. Metoda deductivă, praxeologică, definitorie pentru abordarea Școlii Austriece este îmbinată cu presupuziții de ordin empiric larg acceptate, de exemplu, dizutilitatea muncii.

Capitolul 1 este dedicat dezbaterii interne din cadrul Școlii Austriece de Economie privitoare la raportul dintre activitatea antreprenorială, proprietate și informație. Subiectul aprecierii critice este reprezentat în acest capitol de teoria antreprenorială a lui Israel M. Kirzner, axată pe conceptul de descoperire antreprenorială a oportunităților de profit, din care lipsește dimensiunea proprietate, această abordare fiind analizată din punctul de vedere al lui Murray N. Rothbard, pentru care antreprenoriatul, în sensul general de anticipare a unui viitor incert, este necesarmente legat, operațional vorbind, de proprietate. Proprietatea reprezintă astfel, în acest context, suportul manifestării concrete, relevante, a anticipărilor. Vom analiza, de asemenea, aplicarea conceptului kirznerian al descoperirii antreprenoriale teoriei lockeene a drepturilor de proprietate.

În capitolul 2 am prezentat și comentat subiectul calculului economic, cu evidențierea aspectelor legate de proprietate și antreprenoriat. Expunerea argumentului clasic al lui Ludwig von Mises privind imposibilitatea alocării raționale a resurselor într-

un regim socialist, în care se urmărește menținerea și/sau dezvoltarea unei structuri de producție complexe, este completat de argumentul lui Murray N. Rothbard privind haosul calculațional indus în economie de orice alocare a resurselor operată de către stat. Poziția lui Ludwig von Mises referitoare la impactul diferențiat pe care îl are creșterea cantității de monedă marfă pe piață comparativ cu producția de monedă discreționară, în condițiile intervenționismului etatist, face obiectul unei aprecieri critice în secțiunea care tratează relația dintre calculul economic și monedă.

În capitolul 3 ne ocupăm de problematica monopolului, perceput în teoria neoclasică ca fiind o situație suboptimală în raport cu modelul pur teoretic și, din perspectiva economiștilor austrieci, contradictoriu și irelevant, al concurenței perfecte. Eforturile depuse de Murray N. Rothbard, un reprezentant de seamă al Școlii Austriece de Economie, au fost direcționate către demonstrarea non-operaționalității conceptului de preț de monopol, la care însuși Ludwig von Mises, corifeul aceleiași școli, făcuse apel pentru a arăta că monopolistul, inclusiv pe o piață liberă, ar încălca, în anumite situații, „suveranitatea consumatorilor”, cu alte cuvinte nu ar furniza pe piață bunurile în cantitatea și la prețul agreeate de consumatori. Am subliniat în acest capitol câteva probleme suplimentare ale teorii misesiene neoclasice a prețului de monopol, legate de apelul implicit la comparații interpersonale de utilitate, pe care Ludwig von Mises le-a criticat întotdeauna, inconsecvența definirii termenului de comparație în funcție de care judecăm impactul monopolului pe piață. Relevantă se dovedește și trecerea în revistă a viziunii unora dintre economiștii austrieci importanți cu privire la monopol.

Capitolul următor este dedicat viziunii Școlii Austriece de Economie, prin reprezentanții săi de seamă, cu privire la echilibrul economic. Perspectiva misesiană, potrivit căreia echilibrul și starea de economie uniform repetitivă servesc la deducerea unor relații între anumite concepte economice, care altminteri nu pot fi remarcate, este pusă sub semnul întrebării de Jörg Guido Hülsmann. El redefinește echilibrul într-un mod care se dorește realist, văzându-l ca semnificând tipul de analiză contrafactuală, larg utilizat, de altminteri, în teoria economică.

În ultimul capitol analizăm un subiect încă nesistematizat în literatura economică austriacă, și anume teoria firmei. Am expus și comentat critic în acest capitol atât

fundamentul teoriei neoclasice a firmei, pus de Ronald H. Coase, cât și contribuțiile austriece ale lui Murray N. Rothbard. Dincolo de punctul în care acesta se găsește pe o poziție contradictorie cu propria teorie a monopolului, se află sâmburele de adevăr, și anume că firma reprezintă un tip de organizare economică clădit și ajustat în formele sale concrete prin raportare permanentă la rezultatele calculului economic antreprenorial.

În concluziile finale am reluat și subliniat aspectele principale puse și discutate în teză, reliefând cu această ocazie cele mai importante idei la care am ajuns în urma cercetării întreprinse.

Înainte de a analiza problematica temei, sunt necesare câteva considerații generale referitoare la viziunea Școlii Austriece cu privire la activitatea antreprenorială și echilibrul economic.

Plasarea discuției privitoare la antreprenor în contextul abordării teoretice a Școlii Austriece de Economie nu este întâmplătoare, întrucât conceptul de antreprenor este organic legat de viziunea acestei școli asupra științei economice. Numai în acest cadru realist antreprenorul poate fi conceput de o manieră consecventă și noncontradictorie. Dimensiunea antreprenorială scapă formalizării matematice larg utilizate în prezent. Ea reprezintă exteriorizarea elementului fundamental uman de gândire, judecare, apreciere a importanței unor scopuri, de selectare a mijloacelor adecvate și de utilizare în acțiune a acestora.

Compararea antreprenorului cu un „istoric al viitorului”¹ evidențiază necesitatea unei abordări duale, apelul atât la rigurozitatea teoretică a legilor economice *a priori*, cât și la emiterea unor judecăți de valoare și de relevanță, impusă de diversitatea alegerilor individuale. Cele două aspecte ale cunoașterii, teoretic și practic, sunt, prin urmare, complementare: antreprenorul poate acționa și în absența conștientizării legilor economice (datorită caracterului *a priori* și realist al analizei economice, putem spune că alegerile sale în mod necesar „respectă” legile praxeologice), dar este foarte probabil ca

¹ Ludwig von Mises, *Theory and History*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Ala., 1985, p. 320

acțiunile sale să se soldeze cu eșecuri; dimpotrivă, cunoașterea teoretică, fără a garanta succesul, oferă mai multe șanse de reușită².

Funcția antreprenorială este corelată, în sistemul misesian, de necesitatea anticipării configurației viitoare a contextului acțiunii, ca urmare a incertitudinii ce o caracterizează; antreprenor, din acest punct de vedere, este orice individ, ori de câte ori acționează, consumator, producător sau proprietar de factori de producție. Din această clasă de antreprenori, pentru a urmări funcționarea economiei – pe latura ei esențială, de alocare a mijloacelor pentru atingerea celor mai imperative scopuri – într-un context al diviziunii muncii, Ludwig von Mises evidențiază antreprenorul-capitalist. Pe piață, rolul esențial al acestuia este acela de anticipare a configurației viitoare a pieței, adică a preferințelor consumatorilor, precum și a condițiilor de furnizare a bunurilor, de consum și de producție, destinate satisfacerii acestora.

Acțiunile antreprenoriale fundamentate pe anticipări sunt „responsabile” de bunul mers al pieței, de oferirea bunurilor ce sunt apreciate cel mai mult de către consumatori conform scărilor de preferințe, în structura intertemporală pe care ei o agreează. Oportunitățile de profit sub forma diferențelor spațiale și intertemporale între prețuri sunt valorificate de către antreprenori. Ludwig von Mises considera chiar că nu avem nevoie de apel la experiență³, și anume observarea unei tendințe de egalizare a prețurilor pentru un anumit bun pe o anumită piață, ținându-se cont de eventualele costuri de transport și de dobândă, pentru a verifica această propoziție. Într-adevăr, aplicând strict teoria subiectivistă a bunului economic, dezvoltată de Carl Menger, un observator exterior nu poate spune despre două obiecte identice din punct de vedere tehnologic că reprezintă un același bun economic. Pe de altă parte însă, înarmați cu un minim bun-simț economic și recurgând la o judecată de valoare, putem identifica diferitele unități dintr-un bun economic⁴.

² În aceeași ordine de idei, să amintim impactul pe care îl are existența și cunoașterea de către antreprenori a „legilor” și cutumelor locale: putem considera că prezența unui cadru stabil al regulilor privind respectarea drepturilor de proprietate, fără a garanta acest lucru, reprezintă o premisă favorabilă anticipării corecte.

³ Ludwig von Mises, *Human Action. A Treatise on Economics*, Scholar's Edition, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Ala., 1998, p. 328

⁴ Un exemplu în acest sens ne este oferit de teoria monetară în care se vorbește despre

Astfel, în ultimii ani, pe fondul unei sublimări teoretice și a clarificărilor doctrinare, a fost reanimat interesul pentru precizarea celor două poziții austriece în problema calculului economic și a teoriei antreprenoriale, care dezvăluie, în fond, două moduri diferite de a face teorie economică⁵. S-a făcut simțită nevoia unei „purificări” a teoriei economice austriece de diferite influențe neoclasice⁶. Totodată, interesul pentru recunoașterea locului ocupat de proprietate în economie, întreprindere inițiată de Murray N. Rothbard, precum și interpretarea economiștilor austrieci a teoriilor neoclasice au deschis noi perspective în analiza antreprenoriatului (de exemplu, teoria echilibrului economic, a firmei, a bunăstării).

Ludwig von Mises lucrează cu două concepte de antreprenor: este vorba, în primul rând, de conceptul praxeologic de antreprenor pur, derivat din axioma acțiunii umane, și, în al doilea rând, de conceptul istoric de antreprenor-promotor⁷, care desemnează elita antreprenorială selectată la un moment dat pe piață. Astfel, el subliniază: „Forța motrice a procesului pieței nu este furnizată nici de către consumatori, nici de către proprietarii mijloacelor de producție – pământ, bunuri de capital și muncă, ci

aplicarea legii prețului unic în cazul concret al banilor, anume tendința către egalizarea spațială și intertemporală a puterii de cumpărare a lor. Datorită imposibilității construirii unui indice al prețurilor teoretic valid, a reprezentării puterii de cumpărare a monedei altfel decât ca pe un ansamblu al inverselor prețurilor bunurilor pe piață, singura cale de a dovedi justetea legii este să ne referim la activitatea antreprenorială. Atâta timp cât antreprenorii identifică diferențe de preț pentru același bun pe piață care să reprezinte baza unor acte de vânzare – cumpărare speculative și anticipează că acestea își vor păstra relevanța în momentul acțiunii, acțiunile antreprenoriale vor avea ca rezultat apropierea prețurilor bunurilor și, implicit, a prețului banilor. Singurul „indicator” care să dovedească încheierea procesului de egalizare este acela al „încetării” temporare a activității antreprenoriale speculative.

⁵Vezi Joseph T. Salerno, *Mises and Hayek Dehomogenized*, în *Review of Austrian Economics*, vol. 6, nr. 2; Leland B. Yeager, *Rejoinder: Salerno on Calculation, Knowledge, and Appraisal*, în *Review of Austrian Economics*, vol. 9, nr. 1; Joseph T. Salerno, *A Final Word: Calculation, Knowledge, and Appraisal*, în *Review of Austrian Economics*, vol. 9, nr. 1; Hans-Hermann Hoppe, *Socialism: A Property or Knowledge Problem?*, în *Review of Austrian Economics*, vol. 9, nr. 1; Jeffrey M. Herbener, *Calculation and the Question of Arithmetic*, în *Review of Austrian Economics*, vol. 9, nr. 1

⁶ Articolul lui Joseph T. Salerno, *The Place of Human Action in the Development of Modern Economic Thought*, în *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 2, nr. 1, 1999, a marcat un moment important în precizarea tradiției misesiene.

⁷ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 254-255, 303-311

de către antreprenorii promotori și speculatori... Activitatea speculativă determinată de urmărirea profitului este forța motrice a pieței și a producției”⁸.

Identificarea, în mulțimea atotcuprinzătoare a antreprenoriatului, a unui grup al capitaliștilor-antreprenori este justificată, întrucât, așa cum apreciază Murray N. Rothbard: „Capitalistul-antreprenor – omul care îi angajează pe ceilalți factori de producție – poate și suportă într-adevăr pierderi monetare efective de pe urma efortului său antreprenorial”⁹.

Sursa profitului și a pierderii antreprenoriale – atât în sens pur subiectiv, cât și monetar – se află în calitatea anticipării exercitate în contextul incertitudinii, corelată cu alegerea între mai multe alternative și scopuri concurente. Acțiunea umană presupune urmărirea de către individ a celui mai important scop posibil care poate fi atins cu mijloacele aflate în proprietatea sa, cu alte cuvinte dobândirea unui profit de ordin subiectiv, manifestat prin aceea că scopul urmărit este preferat față de cea mai bună alternativă la care se renunță, *i.e.* costul de oportunitate. Dacă anticiparea se va dovedi corectă, vorbim despre profit, altminteri, despre pierdere.

În economia schimbului monetar, în care există un mijloc generalizat de efectuare a schimburilor, devin posibile exprimarea cheltuielilor și a veniturilor în cantități din același bun economic – moneda, și, ca atare, calculul profitului, respectiv al pierderii în termeni monetari.

Antreprenorul se angajează în producție cu resursele pe care le deține în proprietate. El ajunge proprietar al acestor resurse prin procurarea lor de pe piețele factorilor de producție, unde licitează pentru a împiedica direcționarea lor către alți antreprenori. Gradul în care antreprenorul licitează pentru unitatea de factor de producție depinde, desigur, de propria sa estimare anticipativă cu privire la contribuția productivă marginală, produsul valoric marginal, a acestei unități, ca limită maximă la care poate ajunge prețul factorului de producție. Este lesne de înțeles că, în condițiile în care vânzătorul factorului de producție este interesat doar de aspectele monetare, cu alte

⁸ *Ibidem*, p. 328

⁹ Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Ala., 1993, p. 540-541

cuvinte de obținerea unui preț cât mai ridicat, resursele vor ajunge în posesia aceluși antreprenor care face anticipări relativ mai optimiste cu privire la încasările marginale de pe urma factorului de producție utilizat.

Existența imuabilă a fenomenului preferinței de timp impune antreprenorului să efectueze o actualizare a acestui produs valoric marginal, întrucât el mizează pe obținerea lui într-un moment viitor, în vreme ce cheltuiala cu factorul de producție are loc în prezent, sau cel puțin mai devreme decât încasarea venitului așteptat din contribuția factorului respectiv.

Profitul, respectiv pierderea antreprenorială, exprimă calitatea anticipării antreprenoriale. Cu alte cuvinte, profitul va fi obținut în măsura în care antreprenorul anticipează mai bine decât competitorii săi relația dintre prețul factorului de producție și contribuția marginală a acestuia. Regretarea *ex post* a unei oportunități de câștig, posibil de atins cu mijloacele avute la dispoziție, semnifică o pierdere în sens antreprenorial, ceea ce va determina reorientarea resurselor către variante investiționale mai optimiste sau ieșirea completă de pe piață, falimentul întreprinzătorului.

În condițiile incertitudinii, prevalente și de neînlăturat, obținerea unui profit în trecut nu reprezintă o garanție a perpetuării anticipărilor reușite. Ori de câte ori antreprenorul ia o decizie, el trebuie să judece din nou dacă alegerea făcută reprezintă cea mai bună alternativă (cea care promite cele mai mari recompense monetare) dintre cele posibil de atins. În ce rezidă, atunci, superioritatea pieței? Este vorba, în definitiv, de selecția neîncetată a celor mai buni antreprenori, ca urmare firească, naturală a alegerii umane, prin legile pieței. Astfel, consumatorii sunt liberi să aleagă dintre bunurile produse și oferite pe cele care, potrivit propriei lor judecăți, corespund cel mai bine celor mai urgente nevoi ale lor. Consumatorii purced la o „discriminare”, la o alegere între producători, pentru că resursele de care ei înșiși dispun sunt limitate.

Pierderea antreprenorială se datorează anticipării greșite din partea producătorilor: aceștia constată că, în momentul achiziționării, au supraevaluat factorii de producție în raport cu prețul pe care îl vor obține din vânzarea bunurilor produse. Aceasta înseamnă că alte alternative de combinare a acestor factori de producție sunt mai apreciate de consumatori. Urmarea supraevaluării factorilor de producție este pierderea

antreprenorială, care poate fi compatibilă cu încasarea unui profit contabil doar pentru că acesta din urmă nu ia în calcul, pe ramura de costuri, decât cheltuielile efective, nu și costurile de oportunitate ca pierderi contrafactice.

Consecința pierderii antreprenoriale este diminuarea, cel puțin contrafactuală, a avuției, a mijloacelor antreprenorului. El se găsește, astfel, în situația de a deține o cantitate mai scăzută de mijloace, pe care să le investească în viitoare proiecte de afaceri. Cert este că, în funcție de condițiile concrete – dimensiunea avuției inițiale, amplitudinea pierderii, optimismul față de reușita unei investiții etc. –, pierderea antreprenorială diminuează și chiar invalidează participarea productivă, lăsând loc pe piață altor antreprenori. Astfel, alegerea cotidiană a consumatorilor direcționează fără încetare resursele monetare către antreprenorii care își vor fi dovedit capacitatea antreprenorială de anticipare corectă a condițiilor pieței. Nu numai pierderea/profitul antreprenorial reflectă alegerile consumatorilor; întreaga structură a prețurilor la factorii de producție din toate etapele de producție evidențiază impactul pe care îl exercită cererea asupra producției, *via* anticipările și licitățile antreprenorilor-capitaliști. Importanța procesului continuu al selecției păturii antreprenoriale eminente, în ceea ce privește servirea consumatorilor, nu trebuie să ne facă să uităm faptul că, pe piață, prețurile factorilor de producție și cele ale bunurilor de consum reflectă evaluările relevante a două perechi: vânzător-cumpărător marginali și perechea celor mai capabili dintre vânzătorii și cumpărătorii submarginali.