

Capitolul 1

Antreprenorul în literatura Școlii Austriece de Economie

1.1 Antreprenorul și proprietatea la austrieci: precursori și contemporani

Controversele contemporane cu privire la legătura dintre incertitudine-antreprenoriat-proprietate se regăsesc în primele lucrări ce abordează esența fenomenului antreprenorial. Este vorba despre lucrările lui Richard Cantillon și ale lui Anne Robert Jacques Turgot¹⁰. Primul a accentuat îndeosebi latura anticipativă a funcției antreprenoriale; spunem funcție, întrucât Richard Cantillon include în mod explicit în sfera antreprenoriatului toate deciziile umane. Anne Robert Jacques Turgot optează pentru operaționalizarea și explicitarea conceptului; i se pare fundamentală activitatea de producție ca izvor al bunurilor necesare existenței. Prin urmare, cel ce se angajează în producție investind în factori de producție este, în această calitate, capitalist, dar și antreprenor¹¹. Întrucât producția este destinată schimbului pe piață, pentru succesul întreprinderii acestuia se impune anticiparea (căci este vorba despre o stare viitoare a pieței) dorințelor consumatorilor, întrucât lor li se adresează producția). La Richard Cantillon, funcția antreprenorială, primordial anticipativă, este corelată cu incertitudinea obținerii unui venit – a profitului. Din acest motiv, anume că antreprenorul nu obține în

¹⁰ Richard Cantillon, *Essai sur la nature du commerce en général*, <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/cantillon/cantil1.htm>; Anne Robert Jacques Turgot, *Réflexions sur la formation et la distribution des richesses*, <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/turgot/reflfr.htm>. Vezi și Robert F. Hébert și Albert N. Link, *The Entrepreneur*, Praeger Publishers, New York, 1982

¹¹ Murray N. Rothbard evidențiază această trăsătură a antreprenorului lui Anne Robert Jacques Turgot, punându-l în contrast cu cel al lui Richard Cantillon, care este axat mai degrabă pe suportarea riscului asociat incertitudinii. Murray N. Rothbard, *A. R. J. Turgot: Brief, Lucid, and Brilliant*, în *15 Great Austrian Economists*, Randall G. Holcombe, ed., Ludwig von Mises Institute, Auburn, Ala., 1999; *idem*, *The Brilliance of Turgot, Economic Thought before Adam Smith. An Austrian Perspective on the History of Economic Thought*, vol. I, Edward Elgar, Cheltenham, U.K., 1995

mod necesar un venit pozitiv, se susține, în prezent, că antreprenoriatul nu reprezintă un factor de producție.

Astfel, Joseph T. Salerno nu include antreprenorul în categoria factorilor de producție, întrucât venitul acestuia nu este sigur, ca în cazul proprietarilor factorilor tradiționali de producție, ci depinde de adecvarea comparativă a ofertei sale la cererea pieței. Ambele rezultate – profitul sau pierderea – îi sunt deschise. Să menționăm că, după cum constată Joseph T. Salerno, proprietarii factorilor de producție pot avea pierderi doar contrafactual, adică în comparație cu venitul pe care l-ar fi putut obține dacă ar fi utilizat factorul de producție apropiat în cea mai bună alternativă la care s-a renunțat¹². Iar Israel M. Kirzner¹³ consideră că funcția antreprenorială pură nu implică existența vreunui drept de proprietate asupra unor factori de producție¹⁴, dar ea constituie un factor de producție¹⁵, întrucâtva diferit de ceilalți factori de producție, prin faptul că nu i se aplică legea productivității marginale și nici nu poate fi vândut sau închiriat¹⁶.

Recent, eseul lui Richard Cantillon a fost reconsiderat, considerându-se că proprietarul este o figură la fel de prezentă, dacă nu și mai proeminentă a lucrării¹⁷. Ca urmare a acestei reconsiderări a teoriei antreprenorului a lui Richard Cantillon, teoria kirzneriană a antreprenorului lipsit de resurse pierde un aliat de nădejde. La polul opus se află viziunea lui Murray N. Rothbard, care reintroduce proprietatea în economie și care pune un accent deosebit pe operaționalitatea conceptelor economice¹⁸.

¹² Joseph T. Salerno, conferință, *Human Action Seminar 2001*, Ludwig von Mises Institute, Auburn

¹³ Israel M. Kirzner, *Producer, Entrepreneur, and the Right to Property*, în *Reason Papers*, nr. 1, 1973, http://www.mises.org/reasonpapers/pdf/01/rp_1_1.pdf, p. 2

¹⁴ *Ibidem*

¹⁵ În sprijinul opiniei sale, Israel M. Kirzner citează *The Theory of Economic Development*, de Joseph A. Schumpeter, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1934, p. 143.

¹⁶ Israel M. Kirzner, *op. cit. în loc. cit.*, p. 4

¹⁷ Jörg Guido Hülsmann, *More on Cantillon as a Proto-Austrian*, în *Journal des Economistes et des Etudes Humaines*, Paris&Aix-en-Provence, Vol. XI, 4, Dec. 2001

¹⁸ *Vezi* criticarea conceptului de indiferență în Murray N. Rothbard, *Toward a Reconstruction of Utility and Welfare Economics*, în *Logic of Action One*, Edward Elgar, Cheltenham, U.K., 1997, reafirmată în prezent de Jörg Guido Hülsmann, *Economic Science and Neoclassicism*, în *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 2, nr. 4

Murray N. Rothbard este preocupat de aplicarea elementului antreprenorial în analiza economică, prin reconsiderarea rolului jucat de anticipări. Paradoxal, abordarea sa nu depășește vechea schemă echilibru + anticipări = realitate, pe care o regăsim aplicată atât în teoria valorii, în teoria capitalului, în impactul anticipărilor antreprenoriale asupra structurii producției și a ratei dobânzii. Speculația antreprenorială își face loc explicit în teoria valorii, prin conceptul de cerere de rezervare; rolul acestuia este să precizeze mai exact cum speculația constituie un element echilibrator al pieței, compatibil cu „suveranitatea consumatorului”. Murray N. Rothbard critică abordarea kirzneriană, neoperațională și orientată către un trecut irelevant pentru acțiunea umană, a antreprenorului. Trecutul este relevant în ceea ce privește furnizarea mijloacelor necesare acțiunii, ceea ce nu înseamnă însă că scopul urmărit este deja încorporat în aceste mijloace.

Israel M. Kirzner a preluat de la Ludwig von Mises conceptul de antreprenor pur, fără resurse, dar îi schimbă aria de aplicabilitate¹⁹. Astfel, pentru Ludwig von Mises, antreprenorul, la fel ca și capitalistul, consumatorul etc., reprezentau o funcție în economia de piață, în nici un caz persoane distincte²⁰. Un antreprenor fără resurse care ar împrumuta fondurile necesare afacerii nu ar reprezenta altceva decât un angajat al creditorului²¹. Acesta ar fi de fapt adevăratul antreprenor, căci el este cel care suportă riscul pierderii. Calitatea de antreprenor este deținută de fiecare individ, datorită alegerii în condiții de incertitudine. Sensul în care Israel M. Kirzner utilizează conceptul de antreprenor este prezent la Ludwig von Mises cu o semnificație diferită, care face distincție între funcția de antreprenor și conceptul istoric, non-praxeologic de „*entrepreneur-promoter*”. Prin acesta din urmă sunt desemnați antreprenorii cu o abilitate, demonstrată pe piață, relativ mai ridicată de anticipare a configurației viitoare a

(Winter 1999); Walter Block, *Austrian Theorizing: Recalling the Foundations*, în *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 2, nr. 4 (Winter 1999)

¹⁹ Vezi Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, The University of Chicago Press, Chicago, 1973, p. 13-19

²⁰ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 252-256

²¹ William J. Baumol intuiește faptul că modelele maximizatoare ale teoriei neoclasice presupun o decizie antreprenorială anterioară și că politicile economice influențează „oferta de antreprenori”. Legătura dintre decizia antreprenorială și proprietate nu este însă făcută. Vezi William J. Baumol, *Entrepreneurship in Economic Theory*, în *The American Economic Review*, 58 (2), May 1968

pieței. Ei sunt cei care, în virtutea anticipărilor superioare, obțin profituri, o elită antreprenorială ale cărei abilități anticipative sunt permanent testate pe piață. Aceștia reprezintă forța motrice a pieței.

Distincția subtilă între cele două concepte, cu statute praxeologice diferite, îi scapă lui Israel M. Kirzner, el utilizând conceptul praxeologic de antreprenor acolo unde cel de promotor ar fi potrivit.

1.2 Critica teoriei kirzneriene a antreprenorului

1.2.1 Deficiențe ale teoriei kirzneriene a antreprenorului

Două mari paradigme ale antreprenoriatului se regăsesc în teoria Școlii Austriece de Economie: prima dintre ele, legată de numele lui Ludwig von Mises și Murray N. Rothbard; și cea de-a doua, cu exponentul său reprezentativ în persoana lui Israel M. Kirzner. Deosebirea marcantă dintre ele este dată de sesizarea rolului pe care îl joacă proprietatea. Dacă pentru misesieni și rothbardieni, antreprenoriatul, în dimensiunea sa economic relevantă, este legat de incertitudinea asociată în mod necesar acțiunii umane și deciziei proprietarului de alocare a unor resurse economice, *i.e.* proprietatea sa, pentru Israel M. Kirzner, funcția pură de antreprenor nu presupune proprietatea acestuia asupra nici unei resurse economice.

O primă obiecție la adresa lui Israel M. Kirzner este aceea că teoria pe care o propune nu este una de interes pentru știința economică, cel puțin în viziunea ei austriacă, unde acțiunea umană, circumscrisă situațiilor caracterizate prin raritate, cu categoriile sale, se află în centrul analizei. Așadar, pentru ca o teorie a antreprenorului să poată fi încadrată în teoria economică, ea trebuie inclusă în contextul acțiunii umane, mărginite în mod natural de raritate. Mai mult, simpla idee, judecata antreprenorială, are nevoie de un suport fizic pentru a exista, și anume resursele corporale ale persoanei umane; ideile antreprenoriale sunt rezultatul gândirii umane. Așadar, ideea antreprenorială, pentru a se forma, are nevoie de suportul fizic al resurselor corporale asociate cel puțin proceselor cognitive.

Acceptând teoria kirzneriană, nu reușim să explicăm decât cel mult un aspect al activității antreprenoriale, și anume profitul. Pierderea antreprenorială nu poate fi conceptual încadrată în teoria kirzneriană, din moment ce Israel M. Kirzner vorbește doar despre caracterul alert (*alertness*) al antreprenorului în a percepe oportunitățile de profit, într-un context care nu se caracterizează prin ceea ce austriecii în general înțeleg prin „incertitudine”²². Modelul kirznerian poate îngloba cel mult conceptul de pierdere contrafactuală, adică absența unei decizii care ar fi dus la un câștig. Murray N. Rothbard atrage atenția asupra modului de obținere a câștigului, întotdeauna pe calea utilizării unor factori de producție, profitul reflectându-se într-o creștere a valorii bunurilor de capital²³; sau, în formularea lui Ludwig von Mises, „ceea ce determină apariția profitului este faptul că antreprenorul care estimează prețurile viitoare ale produselor mai corect decât alții cumpără o parte din factorii de producție, sau pe toți, la prețuri care, privite din punctul de vedere al configurației ulterioare a pieței, sunt mai mici”²⁴. Atât Ludwig von Mises, cât și Murray N. Rothbard văd profitul antreprenorului-capitalist ca atașat implicării într-o activitate economică, în care prezența factorilor de producție este evidentă și, mai mult, evaluată antreprenorial în termeni monetari.

„Prezența” ca atare a oportunității pe care presupune Israel M. Kirzner că o percepe antreprenorul constituie, la rândul său, obiectul unei critici. Astfel, oportunitatea nu este „un *lucru real*”²⁵, care, în plus, există deja; în acest caz nu ar mai fi cu adevărat incertă. Simpla discrepanță observată în prezent între prețurile unor bunuri aparent identice nu constituie în mod necesar o oportunitate de profit, care se raportează, prin definiție, întotdeauna la viitor. Antreprenorul trebuie să estimeze configurația viitoare a pieței și, în plus, să o estimeze *mai bine* decât alți antreprenori, atrași de aceeași idee speculativă și ale căror acțiuni ar putea să invalideze speculația antreprenorului nostru. Discrepanța dintre prețuri, adică existența unor anumite condiții, nu garantează obținerea profitului. După cum ne atrage atenția Ludwig von Mises și, ulterior nuanțează Jörg

²² Vezi Murray N. Rothbard, *Professor Kirzner on Entrepreneurship*, în *The Logic of Action II*, Edward Elgar, Cheltenham, U.K., p. 245

²³ *Ibidem*, p. 247

²⁴ Ludwig von Mises, *Profituri și pierderi. Natura economică a profiturilor și a pierderilor*, în *Polis*, vol. 4, nr. 3, 1997, p. 109

²⁵ Murray N. Rothbard, *op. cit. în loc. cit.*, p. 246

Guido Hülsmann, profitul nu este rezultatul unei acțiuni singulare, evaluată în solitudine, ci, întotdeauna, consecința unei evaluări comparative, contrafactice. Din această perspectivă, profitul și pierderea antreprenorială sunt corelate conceptual: un antreprenor obține profit tocmai pentru că el a anticipat condițiile pieței *mai bine* decât un altul, care, contrafactual cel puțin, are pierderi.

Israel M. Kirzner pare să plaseze activitatea antreprenorială cu această „percepere sau descoperire a oportunităților” de profit într-un context al cvasi-echilibrului, în care distorsiunile trecute ale pieței rămân relevante pentru decizia ce vizează configurația ulterioară a pieței. Tendința de echilibrare a pieței pe care ar aduce-o activitatea antreprenorială în acest cadru cvasi-static nu se bucură, prin urmare, de o explicație satisfăcătoare, din moment ce nu există nici un fel de condiție necesară, în realitate, ca preferințele indivizilor să rămână constante.

Prețurile prezente care ar atrage speculația antreprenorului kirznerian reflectă configurația prezentă, mai exact, din trecutul imediat, a pieței, iar ele sunt importante pentru comensurarea profiturilor prezente ale deciziilor de investire trecute.

Poziția misesiană este net diferită; antreprenorul își testează calitățile anticipative, iar prețurile prezente, în realitate, din trecutul imediat, reprezintă doar niște puncte de reper, uneori absolut necesare, pentru anumite judecăți pe care le face antreprenorul cu privire la viitor. Astfel, după cum notează Ludwig von Mises, „Demersul intelectual caracteristic speculatorului constă într-o înțelegere a relevanței diversilor factori care determină evenimentele viitoare; și – să accentuăm încă din stadiul acesta timpuriu al investigațiilor noastre – acțiunea țintește întotdeauna, în mod necesar, către viitor și către condiții care sunt de aceea incerte, ea fiind astfel întotdeauna o speculație. Omul care acționează privește, așa-zicând, cu ochii istoricului în viitor”²⁶.

Antreprenorul kirznerian este informat de posibilitățile de profit percepând diferențele de prețuri. Prețurile nu transmit însă informație; chiar dacă am accepta, de dragul argumentului, teoria conform căreia prețurile transmit informație, aceasta ar fi în mod necesar o informație trecută, irelevantă pentru acțiunea umană antreprenorială, orientată întotdeauna către viitorul marcat de incertitudine.

²⁶ Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 58

Cu privire la ce anume reprezintă prețurile pieței și la „informația” pe care, în concepția kirzneriană, de exemplu, o transmit ele, Ludwig von Mises subliniază că „Există unități monetare și există unități fizice măsurabile de diferite bunuri economice și de multe – dar nu orice – servicii care se cumpără și se vând. Însă raporturile de schimb de care trebuie să ne ocupăm fluctuează în permanență. Nu există nimic constant și invariabil în ele. Ele sfidează orice tentativă de a le măsura. Ele nu sunt fapte în sensul în care este întrebuințat termenul acesta de către fizician, atunci când se referă la cantitatea unei bucăți de cupru, ci sunt evenimente istorice, care exprimă ceea ce s-a întâmplat cândva, la un moment dat și în anumite împrejurări. Același raport numeric de schimb poate să apară din nou, dar nu este nicidecum sigur dacă el se va repeta într-adevăr și, dacă se va repeta, rămâne întrebarea dacă acest rezultat identic este consecința prezervării acelorași circumstanțe sau a unei întoarceri la ele, mai degrabă decât produsul unei interacțiuni dintr-o constelație foarte diferită de factori care determină prețurile”²⁷. Aceasta nu înseamnă că informația istorică, pragmatică nu este importantă pentru antreprenor, în calitatea sa de veritabil „istoric al viitorului”. Am precizat deja că, pentru a acționa antreprenorial, individului nu îi este suficientă informația economică de ordin pur teoretic, cunoașterea relațiilor cauzale necesare, a căror exprimare este întotdeauna în termeni non-cantitativi, contrafactuali sau *ceteris paribus*. Antreprenorul judecă anticipativ condițiile viitoare ale pieței, combinând diverse informații: teoretice, practice etc., asociindu-le un anumit grad de importanță. Judecățile de valoare și cele de relevanță fac parte din arsenalul său. În acest scop, antreprenorul folosește informații diverse, iar cunoașterea prețurilor trecute poate că nici nu este importantă. De pildă, pe o piață obstrucționată de intervenția statului prețurile trecute nu îl informează pe antreprenor cu privire la intervenția viitoare a statului, impunerea, de pildă, a unui preț minim sau maxim.

Modul cu adevărat economic de calculare a profitului face apel, după cum argumentează Jörg Guido Hülsmann, la o judecată de ordin contrafactual. Importanța costurilor de oportunitate, pentru comensurarea profitului economic, este larg împărtășită în literatura economică prevalentă. Aprecierea costurilor de oportunitate îi revine capitalistului-antreprenor, fără ca, pentru aceasta, el să apeleze la prețuri *existente* pe

²⁷ *Ibidem*, p. 211

piață. Prin definiție, costurile de oportunitate reprezintă valoarea – în cazul nostru, monetară – atașată celei mai importante alternative la care renunță individul. Ele sunt rezultatul unei aprecieri pur subiective a individului, nu se manifestă ca valoare obiectivă de schimb, asemenea prețurilor formate pe piață. Integrând aceste costuri de oportunitate, în calitate de aprecieri contrafactice ale alternativelor la care s-a renunțat, în calculul profitului, constatăm că informațiile pe care le-ar furniza prețurile sunt insuficiente. Determinarea profitului sau a pierderii antreprenoriale înglobează evaluări subiective ale antreprenorului; în adevăratul sens economic, diferit de cel pur contabil, estimarea rezultatului unei acțiuni, fie în termeni monetari, fie în termeni pur subiectivi, este întotdeauna consecința unei comparații între rezultatul acțiunii întreprinse și cea mai bună alternativă la care individul a renunțat. Urmarea acestei constatări este aceea că niciodată estimarea profitului sau a pierderii nu este o chestiune pur obiectivă, care să uziteze doar prețurile formate pe piață/informațiile existente la un moment dat.

Dacă într-adevăr informația privind prețurile trecute este absolut necesară pentru decizia antreprenorială viitoare și, în consecință, pentru formarea prețurilor viitoare, cum mai poate fi explicată formarea primelor prețuri, în realitate raporturi de schimb în cadrul trocului, din moment ce nu existau alte prețuri, anterioare, care să ofere informația indispensabilă? Aplicând strict teoria kirzneriană a funcției prețurilor de comunicare de informații, nu reușim să explicăm formarea primelor raporturi de schimb, ca punct de plecare pentru formarea prețurilor viitoare.

Un argument asemănător se găsește la Jörg Guido Hülsmann, care critică consecinționismul²⁸ implicat de opinia potrivit căreia anticiparea antreprenorială este orientată de prețurile sau profiturile trecute. Astfel, el scrie: „În ecartul câștigat într-o acțiune *trecută* vede antreprenorul [în opinia lui George Selgin, criticat aici de Jörg Guido Hülsmann – n.ns.] o oportunitate de profit, care, la rândul său, <<dă naștere>> la imitarea sau reproducerea acțiunii cu pricina. Însă această acțiune trecută trebuie să fi fost realizată în lumina unei interpretări anterioare, care, la rândul său, trebuie să se fi referit

²⁸ Prin explicație consecinționistă (*consequentialist explanation*), Jörg Guido Hülsmann înțelege explicarea „modului în care apare eroarea... Eroarea este percepută ca o consecință a unui eveniment anterior”. Jörg Guido Hülsmann, *Toward a General Theory of Error Cycles*, în *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 1, nr. 4, 1998, p. 2

la ecarturi anterioare, și așa mai departe. Apare aici un regres la acțiuni și la ecarturi de preț tot mai îndepărtate în timp. Este evident că, la un anumit moment în trecut, cineva trebuie să fi inițiat producția pentru piață. Trebuie să existe un punct logic de oprire a acestui regres”²⁹.

În teoria misesiană există, într-adevăr, un context în care cunoașterea prețurilor trecute devine indispensabilă; este cazul dimensionării cererii viitoare de bani, a cărei anticipare se bazează pe cunoașterea puterii de cumpărare trecute a acestora. Este vorba despre celebra teoremă a regresiei, pe baza căreia Ludwig von Mises deduce în mod praxeologic apariția banilor cu necesitate pe piață, nu în urma unui decret al statului; originea banilor se află, astfel, într-o marfă care constituia deja obiectul schimburilor pe piață, în mod necesar schimburi exclusiv directe, în cadrul trocului, de vreme ce mijlocul de schimb încă nu apăruse³⁰. Aceasta nu stabilește însă o legătură causală între prețurile trecute și cele prezente. Prețurile trecute reprezintă doar un punct de plecare pentru formarea anticipărilor privind puterea de cumpărare viitoare a banilor.

Acesta este contextul informațional de care antreprenorul are nevoie pentru a judeca și a anticipa condițiile viitoare. Astfel, în opinia lui Joseph T. Salerno, „descoperirea antreprenorială” kirzneriană nu poate substitui axioma acțiunii umane misesiene tocmai pentru că nu poate explica acest context inițial în care se derulează întregul proces de descoperire³¹. Concentrându-se pe „descoperire”, Israel M. Kirzner nu mai reușește să explice alegerea antreprenorului într-un context al rarității resurselor și al incertitudinii.

²⁹ Jörg Guido Hülsmann, *A Realist Approach to Equilibrium Analysis*, în *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 3, nr. 4, 2000, p. 45

³⁰ Vezi Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 405-407

³¹ Joseph T. Salerno, *Mises and Hayek Dehomogenized*, p. 119: „...descoperirea nu poate constitui punctul focal al axiomei centrale a sistemului praxeologic tocmai pentru că nu există nici o posibilitate de a deduce din ea <<situația dată>>”.

1.2.2 Antreprenorul kirznerian și teoria aproprierii originare

În *Discovery, Capitalism, and Distributive Justice*, Israel M. Kirzner își propune ceva mai mult decât o simplă clarificare de ordin economic a distribuției veniturilor; el dorește să aducă un argument suplimentar în favoarea legitimității încasării profitului de către antreprenor. Aplicând teoria lockeană a proprietății într-un cadru al dezechilibrului, care presupune prezența incertitudinii și, prin urmare, necesitatea existenței unui antreprenor care să estimeze combinarea cerută de piață a factorilor de producție, Israel M. Kirzner descoperă că, în realitate, funcția antreprenorială de decizie este fundamentală, iar ei i se poate imputa întreaga valoare a bunului produs.

În teoria kirzneriană a antreprenorului, apariția acestei probleme se datorează tocmai separării în acțiune, în termeni operaționali relevanți, a funcțiilor antreprenorială și capitalistă. În opinia noastră, dacă în teoria lockeană a proprietății se recunoaște faptul că decizia antreprenorială este o manifestare a voinței persoanei care necesită existența unui drept de proprietate cel puțin asupra acelor organe ale corpului care fac posibilă exprimarea deciziei, problema dispare. Atât Murray N. Rothbard, cât și Hans-Hermann Hoppe discută în acești termeni dreptul de proprietate asupra propriului corp din teoria lockeană. Dacă pentru Murray N. Rothbard orice altă etică a proprietății nu îndeplinește dezideratul universabilității și ridică probleme de ordin operațional³², la Hans-Hermann Hoppe dreptul de proprietate asupra propriilor resurse corporale este fundamentat pe baze mai solide: varianta deținerii în proprietate de către fiecare individ a unei cote-părți din toți ceilalți este imposibilă nu numai practic, ci logic: pentru orice decizie, individul trebuie să ceară acordul celorlalți, fapt care nu se poate realiza din moment ce nu are dreptul să ceară voie, el nefiind proprietar deplin asupra corzilor sale vocale și a altor resurse corporale³³.

³² Murray N. Rothbard, *Ethics of Liberty*, New York University Press, New York and London, 1998

³³ Hans-Hermann Hoppe, *A Theory of Socialism and Capitalism*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 1989

Israel M. Kirzner identifică însă corect faptul că în teoria lockeană a proprietății trebuie să fie accentuată voința umană, ca punct necesar de plecare al combinării muncii cu resursele originare încă neapropiate de nimeni altcineva³⁴. Am putea spune, în plus, că, anterior deciziei de combinare a muncii cu resursele aflate în așa-numita „stare de natură”, prin urmare, neapropiate încă, individul judecă antreprenorial utilitatea viitoare a acestor resurse în calitate de bunuri economice. Această interpretare este în acord cu perspectiva hoppeană și rothbardiană asupra *delimitării* prin mijloace obiective, intersubiectiv recognoscibile a resurselor devenite astfel bunuri economice³⁵. Aceasta nu înseamnă că interpretarea kirzneriană este total satisfăcătoare. Israel M. Kirzner afirmă că, „prin decizia de inițiere a procesului de producție, această ființă umană [antreprenorul – n.ns.] a *creat* produsul”³⁶. Iar dihotomia³⁷, pe care el o subliniază, între decizia pură antreprenorială și deținerea de factori de producție ca sursă a apariției produsului este falsă și reprezintă o reiterare a propriei teorii antreprenoriale, în care funcția pur antreprenorială era lipsită de resurse.

În opinia lui, regula *finders-keepers* își găsește o justificare în prezența unei cunoașteri incomplete, a erorii relevate *ex post*: „Problema asociată unei apărări a titlurilor de proprietate (*entitlement*) este aceea că asemenea erori ar putea fi utilizate pentru a deposeda realmente tranzacțiile pieței de caracterul lor voluntar – dacă prin tranzacție voluntară se înțelege o tranzacție în care se intră benevol, posedând întreaga cunoaștere a tuturor factorilor relevanți”³⁸.

Astfel, antreprenorul are dreptul la profit pentru că el *a descoperit* utilizarea bunului. Nimic nu ne oprește însă să aplicăm același principiu, al descoperirii antreprenoriale, unor acte pe care îndeobște le considerăm agresive și care nu conduc la titluri de proprietate legitime. De asemenea, dacă descopăr o nouă utilizare pentru un bun pe care nu îl dețin în proprietate, ar rezulta, conform principiului apărut de Israel M. Kirzner, că această descoperire antreprenorială îmi dă în mod automat dreptul la încasări.

³⁴ Israel M. Kirzner, *Discovery, Capitalism, and Distributive Justice*, Basil Blackwell, New York, 1989, p. 7-8

³⁵ Hans-Hermann Hoppe, *op. cit.*

³⁶ Israel M. Kirzner, *op. cit.*, p. 10

³⁷ *Ibidem*, p. 12

³⁸ *Ibidem*, p. 104

Israel M. Kirzner este însă de părere că regula *finders-keepers* reprezintă baza teoriei drepturilor de proprietate, sau cel puțin că ea îmbogățește teoria lockeană liberală a aproprierii în mod semnificativ. Astfel, el precizează: „Argumentul meu va fi acela că o teorie a proprietății fundamentată pe descoperire (mai degrabă decât pe producție) ar putea fi capabilă să servească drept bază morală pentru o teorie a proprietății care cuprinde nu numai bunurile produse, dar, în același timp, și resursele originale, fără de care, în ultimă instanță, producția nu poate fi imaginată”³⁹. Totodată, continuă: „Susțin, prin urmare, că teoria titlurilor de proprietate (asemenea tuturor celorlalte teorii ale drepturilor de proprietate) consideră atât outputurile, cât și inputurile ca fiind deja acolo, așteptând să fie alocate. Consecința semnificativă din punct de vedere moral a perspectivei care vede resursele și outputul ca fiind <<deja acolo>> este aceea că *această viziune ne obligă să considerăm existența acestor resurse și bunuri produse ca fiind în mod esențial independente de orice decizie umană*”⁴⁰.

Israel M. Kirzner amestecă două planuri: planul strict tehnologic, conform căruia rezultatul unui proces de producție este recunoscut ca fiind suma unei anumite combinații din factorii de producție ce concură la realizarea lui, și planul strict economic, și anume, în ce măsură obiectul obținut în urma producției se va dovedi un *bun economic* pentru consumatori; producătorul speră doar ca ceea ce a produs să fie valorizat de către cumpărători cel puțin tot atât cât a considerat el *ex ante*, raportat la factorii de producție. Decizia de producție îi aparține antreprenorului-capitalist, iar cea de valorizare, consumatorului. În vreme ce Murray N. Rothbard și Hans-Hermann Hoppe accentuează dreptul de proprietate asupra obiectelor fizice, ca unica soluție imaginabilă de existență non-conflictuală într-un univers al rarității, Israel M. Kirzner pune accentul pe valoarea bunului pentru consumator.

Aplicarea descoperirii antreprenoriale la teoria aproprierii originare se dovedește problematică în interpretarea kirzneriană tocmai datorită faptului că autorul ei pune întotdeauna accentul pe latura „fericită”, soldată cu profituri, a abilității antreprenoriale. Cealaltă fațetă, într-o egală măsură deschisă posibilității de apariție, și anume pierderea antreprenorială, este scăpată din vedere. Din această perspectivă, ce am putea spune

³⁹ *Ibidem*, p. 139

⁴⁰ *Ibidem*, p. 148

despre situația în care, *ex post*, bunul „descoperit” de antreprenor este refuzat pe piață? Dispare dreptul său de proprietate asupra acestuia? Confirmarea *ex post* a proprietății ridică, la rândul său, multiple dificultăți de ordin logic. Dacă doar descoperirea *ex post* confirmată de alegerea consumatorilor conferă drept de proprietate, în ce calitate tranzacționează *ex ante* antreprenorul bunul pe piață? Această interpretare presupune aceleași obstacole pe care le ridică și *provisio*-ul lockean: acordarea dreptului de proprietate în funcție de un curs viitor al evenimentelor⁴¹. Acestea sunt motivele pentru care aplicarea regulii *finders-keepers* în interpretarea kirzneriană se poate găsi chiar în dezacord cu teoria lockeană a aproprierii originare, îndeobște acceptată în rândurile adeptilor liberali ai pieței.

1.3 Activitatea antreprenorială și suveranitatea consumatorului

În accepțiunea descriptivă și normativă, conceptul de „suveranitate a consumatorului” a fost introdus în știința economică de către William H. Hutt, în lucrarea sa din 1936 *Economists and the Public: A Study of Competition and Opinion*⁴². „Principalul său argument în favoarea suveranității consumatorului se centrează pe rolul său în promovarea stabilității politice și sociale”, după cum subliniază Joseph Persky⁴³.

Cu toate că, inițial, conceptul de „suveranitate a consumatorului” păstrează unele trăsături din teoria politică, Ludwig von Mises îi dă o accepțiune nouă, strict economică, ce relevă doar legătura logică necesară între producție și consum, în deplin acord cu „armonia intereselor” a lui Frédéric Bastiat⁴⁴. „Controlul” pe care îl exercită consumatorii asupra producției se manifestă, prin intermediul calculului economic, în două momente:

⁴¹ Vezi Israel M. Kirzner, *Perception, Opportunity, and Profit. Studies in the Theory of Entrepreneurship*, The University of Chicago Press, Chicago, 1979

⁴² Joseph Persky, *Retrospectives: Consumer Sovereignty*, în *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 7 (1) (Winter, 1993), p. 183

⁴³ *Ibidem*, p. 188

⁴⁴ Frédéric Bastiat, *Harmonies Économiques*, în *Oeuvres Complètes*, tome sixième, Guillaumin et C^{ie}, Libraires, Paris, 1870

http://olldownload.libertyfund.org/Texts/Bastiat0139/Works/0137-06_Bk.pdf. „Tous les intérêts légitimes sont harmoniques”, susține Frédéric Bastiat, *op. cit.*, p. 2

momentul *ex ante* al calculului economic prospectiv, în care capitaliștii-antreprenori decid să liciteze pentru factorii de producție și să îi investească într-un anumit proces de producție, și nu în altul, ca urmare a rentabilității mai ridicate pe care o anticipează, toate anticipările referindu-se la condițiile concrete ale cererii consumatorilor (caracteristicile bunului, cantitate, preț etc.). Sursa acestui „control” exercitat de consumator pornește de la existența valorii de schimb a unui bun, adică posibilitatea ca un obiect să capete valoare subiectivă, să devină bun economic, nu datorită utilizărilor pe care le-ar putea avea în consumul și/sau producția proprie, ci datorită anticipării unei atari utilizări de către terți. În al doilea rând, controlul *ex post* se referă la validarea prin profit sau, dimpotrivă, la invalidarea, dovedită de pierderea suferită, a anticipării antreprenoriale inițiale.

Israel M. Kirzner consideră că doctrina suveranității consumatorului, așa cum apare ea la Ludwig von Mises, reflectă pe deplin viziunea economică a lui Carl Menger. Astfel, Israel M. Kirzner scrie: „Menger a fost... cel care (încă din 1871) a subliniat că valorizarea producției de către consumator tinde să se oglindească în prețurile de piață ale factorilor de producție relevanți – denumiți de către Menger <<bunuri de ordin superior>> – idee care l-a transformat pe Menger într-un deschizător de drumuri în dezvoltarea teoriei neoclasice a productivității marginale”⁴⁵. Singura excepție de la regula generală a subordonării – voluntare – a proprietarilor de factori de producție, a antreprenorilor față de cele mai urgente dorințe ale consumatorilor ar fi, în teoria misesiană – după cum aprecia Israel M. Kirzner – monopolul.

De remarcat faptul că înțelesul politic al „suveranității consumatorilor” pătrunde în analiza economică a adepților pieței libere care consideră procesul de alegere liberă ca fiind o „democrație a pieței”⁴⁶, în care fiecare consumator alege, asemenea alegătorului la

⁴⁵ Israel M. Kirzner, *Mises and his understanding of the capitalist system*, în *Cato Journal*, vol. 19(2), (Fall, 1999), p. 220

⁴⁶ Vezi Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 271, precum și Jörg Guido Hülsmann, *Schöne Neue Zeichengeldwelt*, p. 113. „Astfel, sistemul capitalist de producție este o democrație economică în care fiecare bănuț dă dreptul la vot. Consumatorii formează poporul suveran. Capitaliștii, întreprinzătorii și fermierii se află sub ordinele acestui popor. Dacă ei nu ascultă, dacă nu reușesc să producă cu cel mai mic cost posibil ceea ce cer consumatorii, își pierd slujbele. Sarcina lor este să servească consumatorul. Profitul și pierderea sunt instrumente cu ajutorul cărora consumatorii țin din scurt toate activitățile

urnă. El se bucură, în plus față de alegător, de avantajul unei „proces electoral” zilnic, precum și de posibilitatea de a culege doar efectele benefice; aceasta deoarece alegătorul este constrâns să suporte efectele nedorabile ale unui guvern/parlament pe care el nu le-a votat. Din păcate, adoptarea acestei expresii „democrația pieței” riscă să crediteze acest tip de mecanism politic de selecție a funcționarilor aparatului de stat, agresiv, din moment ce individului îi lipsește opțiunea „autodeterminării”, cum o numește Ludwig von Mises⁴⁷, adică a secesiunii la nivel individual⁴⁸. Nimic mai diferit de mecanismul pieței: pe piață între cumpărător și vânzător se stabilește o legătură contractuală, în cadrul căreia orice încălcare a drepturilor de proprietate ale unuia dintre cei doi, cel puțin pe piața liberă, ar conduce la necesitatea restituției acordate victimei. Pe când, în democrație, între alegător și aleși nu se stabilește o relație de tip contractual, aceștia din urmă nu acționează ca reprezentanți ai primilor (din moment ce nu pot fi îndepărtați la prima abatere) după cum cu multă convingere susține Lysander Spooner⁴⁹.

George Reisman detectează și o componentă colectivistă în interpretarea pe care cel puțin viziunea economică ortodoxă o acordă suveranității consumatorilor⁵⁰. El consideră că apar probleme în momentul în care se „uită” suveranitatea producătorului, cu alte cuvinte, dreptul acestuia de decizie cu privire la bunurile proprii. Când aspectul personalist al proprietății este trecut cu vederea, iar argumentele economice încep să țină

economice”, subliniază Ludwig von Mises, în *Birocrația*, capitolul I, <http://misesromania.org/carti/birocrația/bur.htm>

⁴⁷ Ludwig von Mises scrie: „Dreptul la auto-determinare de care vorbim aici [în cadrul ordinii proprietății private – n.ns.] nu aparține națiunilor, ci este dreptul la autodeterminare al locuitorilor unor teritorii îndeajuns de întinse pentru a forma o unitate administrativă independentă. Dacă ar fi cumva posibilă acordarea acestui drept la autodeterminare fiecărei persoane în parte, acest lucru ar trebui să se înlătuiească”. Ludwig von Mises, *Liberalismus*, Academia Verlag, Sankt Augustin, 1993, p. 97

⁴⁸ Hans-Hermann Hoppe, *The Economic and Political Rationale for European Secessionism*, în *Secession, State & Liberty*, David Gordon, ed., Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey, 1998, p. 191-223. Traducere în limba română Diana Costea, *Pledoarie economică și etică pentru secesiunea europeană*, http://misesromania.org/articole/hoppe/secesionism_european.htm

⁴⁹ Lysander Spooner, *No treason. The Constitution of no authority*, Boston, 1870, http://www.lysanderspooner.org/bib_new.htm, argument reluat și de Murray N. Rothbard în *Ethics of Liberty*.

⁵⁰ George Reisman, *Capitalism. A Treatise on Economics*, Jameson Books, Ottawa, Illinois, 1998, p. 425

locul în mod nejustificat celor etice, apare ideea eronată cum că „societatea consumatorilor” ar deține adevăratul drept de proprietate asupra resurselor economice, producătorii nefiind decât niște administratori ai acestora, ținuți să producă acele bunuri pe care le doresc consumatorii sau niște voci profesioniste reprezentante ale acestora⁵¹. Opțiunea consumatorilor s-ar exprima prin agregarea unor valori la nivel social: costul marginal și prețul devin astfel expresii sociale ale preferințelor „societății”.

Criteriul suveranității consumatorului nu poate substitui principiul non-conflictului, care stabilește proprietatea legitimă a consumatorului, cu care el va alege pe piață. Ne putem imagina o situație în care statul impune taxe asupra proprietății, fără a interfera prin reglementări suplimentare, de genul controlului prețurilor sau al direcționării arbitrare a producției, astfel încât, la prima vedere, suveranitatea consumatorului este îndeplinită. Principiul suveranității consumatorului se reduce la a recunoaște valoarea intrinsecă a alegerii umane⁵². La limită, existența statului, chiar și a celui minimal, este incompatibilă cu un principiu al suveranității consumatorului aplicat consecvent, întrucât statul în mod necesar disturbă alocarea resurselor în economie, prin însușirea, în mod ilegal, a unora dintre resursele existente în economie. Pe de altă parte însă, dacă nu amendăm etic acest principiu economic, „suveranitatea consumatorilor” devine compatibilă cu un stat oricât de extins, la limită, cu socialismul. Explicația stă în aceea că statul este, în esență, un consumator, fie direct al bunurilor obținute de pe piață (pe care le achiziționează cu mijloace legale de plată emise în condiții monopoliste sau cu mijloace fiduciare), fie indirect, în sensul că decidenții derivă satisfacție subiectivă din activitatea redistributivă a resurselor sau din așa-zisa activitate productivă desfășurată de stat.

⁵¹ *Ibidem*

⁵² George H. Hildebrand, *Consumer Sovereignty in Modern Times*, în *The American Economic Review*, vol. 41, nr. 2 (May, 1951), p. 19