

Capitolul 3

Concurență, monopol și antreprenoriat

3.1. Prețul de monopol la economiști austrieci: o privire istorică

Pentru Carl Menger, schimburile la care participă un unic ofertant al unui anumit bun se încadrează în mod natural pe piață, dovadă fiind faptul că descrierea procesului de formare a prețurilor pe piață începe cu cazul „schimbului izolat”, dintre un vânzător și un cumpărător. În opinia lui Joseph T. Salerno¹⁴⁵, Carl Menger consideră că formarea prețului de monopol este strict guvernată de legea generală a schimbului, apreciere care rezultă din aserțiunile acestuia formulate în *Principles of Economics*: „Nu numai că principiul general al tuturor schimburilor economice de bunuri – conform căruia ambii participanți la schimb extrag un avantaj economic din acesta – își păstrează neștirbită validitatea în cazul monopolului; în plus, în sfera schimbului delimitată de acest factor, monopolistul nu este complet nerestricționat în ceea ce privește influențarea mersului evenimentelor economice”¹⁴⁶. Carl Menger punctează elementul esențial în cazul tuturor schimburilor pe piața liberă: ambii participanți la schimb apreciază că situația lor, bunăstarea, se va îmbunătăți contrafactual. Dacă putem afirma acest lucru despre schimburile dintre monopolist și fiecare cumpărător în parte, devine evident că „procesul” intentat monopolistului de a fi încălcat suveranitatea consumatorilor își pierde obiectul. Spre deosebire de acuza (holistă) de încălcare a suveranității consumatorilor și de scădere a bunăstării sociale, care, așa cum vom arăta, presupune comparații interpersonale de utilitate, sublinierea de către Carl Menger a caracteristicii principale a schimbului liber, anume că atât vânzătorul, cât și cumpărătorul cedează un bun mai puțin

¹⁴⁵ Joseph T. Salerno, *The Development of the Theory of Monopoly Price: From Carl Menger to Vernon Mund*, September 2003, Prepared for presentation at Southern Economic Association Conference, November 21-23, San Antonio, Texas, <http://www.mises.org/etexts/theoryofmonopolyprice.pdf>

¹⁴⁶ Carl Menger, *Principles of Economics*, Libertarian Press, Grove City, 1994, p. 211

important decât cel pe care îl acceptă în schimb, este pur personalistă. Totodată, el consideră că monopolistul este, la rândul său, supus unor limite în acțiunea sa de restrângere a cantității oferite, pentru a încasa venituri mai ridicate: „... dacă monopolistul dorește să vândă o anumită cantitate din bunul monopolizat, el nu poate fixa prețul după bunul-plac. Iar dacă fixează prețul, el nu poate să stabilească, în același timp, cantitatea care se va vinde la prețul determinat de el”¹⁴⁷. Iar comportamentul monopolistului este dictat, ca în cazul tuturor celorlalți indivizi, de interesul propriu, înțeles aici în sensul său strict pecuniar, *ceteris paribus*. Așadar, scrie Carl Menger, „politica lor [a monopolistilor – n. ns.] nu este direcționată, desigur, nici către fixarea celui mai scăzut preț posibil, nici către vânzarea celei mai mari cantități posibile din bunul monopolizat. Ea nu este îndreptată nici către a face bunul monopolizat disponibil celui mai mare număr posibil de indivizi sau grupuri de indivizi – acționând sub imperiul rarității – și nici de a-i furniza fiecărui individ maximum posibil din bunul monopolizat”¹⁴⁸. Restricționarea ofertei nu poate constitui, așadar, o acuză la adresa monopolistului, din moment ce ea nu face obiectul primordial al interesului său economic. Carl Menger precizează: „Politica sa [a monopolistului – n. ns.] economică este îndreptată către obținerea profitului maxim de pe urma cantității din bunul monopolizat pe care o are la dispoziție”¹⁴⁹. Tocmai acceptarea necondiționată a scopului monopolistului de a-și maximiza profitul/veniturile, obiectiv care este în deplin acord cu al oricărui alt individ, în orice altă situație, altminteri, notează Carl Menger, monopolistul ar acționa „inadecvat”¹⁵⁰, reprezintă criteriul ultim al integrării sale în contextul cooperării sociale. În același timp, el consideră că, deși situația de monopol „nu se limitează la persoanele care sunt protejate de către stat sau vreun alt organ al societății de competiția altor indivizi ce acționează economic”, istoric ea aparține preponderent unei faze incipiente a „progresului economic al civilizației”, existând tendința să fie substituită de o situație competițională, „cu condiția să nu existe bariere sociale de alt gen în calea ei”¹⁵¹.

¹⁴⁷ *Ibidem*, p. 211

¹⁴⁸ *Ibidem*, p. 213

¹⁴⁹ *Ibidem*

¹⁵⁰ *Ibidem*, p. 214. În traducerea engleză: „incorrect”, „uneconomic”.

¹⁵¹ *Ibidem*, p. 216, 217

Joseph T. Salerno sintetizează perspectiva mengeriană asupra monopolului și a prețului de monopol: „Multe dintre trăsăturile teoriei austriece moderne a monopolului – dezvoltate mult mai târziu în lucrările lui Ludwig von Mises și Murray N. Rothbard – pot fi regăsite în abordarea mengeriană a subiectului. Pentru Menger, monopolul constituie un fenomen strict catalactic sau de schimb și se manifestă prin apariția unui preț de monopol într-o economie altminteri competitivă de piață. Toți vânzătorii pe toate piețele întâlnesc întotdeauna curbe ale cererii care nu sunt perfect elastice, iar numărul scăzut al acestora nu afectează caracterul lor competitiv. O competiție adevărată și absența restrângerii monopoliste a ofertei se poate manifesta chiar și pe piețe unde există doar doi vânzători independenți. În plus, în numeroase cazuri, competiția potențială este impulsionată de un preț de monopol și tinde să submineze și să erodeze condițiile în care acesta a apărut. Chiar și în cazul unui unic ofertant neamenințat de rivali potențiali, elasticitatea curbei generale a pieței pentru bunul monopolistului poate face imposibilă atingerea unui preț de monopol”¹⁵². Prin urmare, chiar dacă dorim să recunoaștem relevanța unui concept istoric de preț de monopol, relevanța acestuia pe piața liberă este redusă, profiturile ridicate atrăgând competitori direcți sau indirecti. Validitatea juridică a conceptului rămâne nulă, după cum reiese din analiza rothbardiană, analiză prezentă și la Hans-Hermann Hoppe și Walter Block. Criteriul ultim al urmării unui profit maxim în condițiile date ale cererii este cel prin care îl așezăm pe monopolist în rândul celorlalți ofertanți pe piață.

Eugen von Böhm-Bawerk prezintă, de asemenea, formarea prețurilor pe piață, plecând de la cazul schimbului dintre un vânzător și un cumpărător, continuând cu analizarea impactului pe care competiția între cumpărători, respectiv vânzători o are asupra prețului¹⁵³. În *Control or Economic Law?*, Eugen von Böhm-Bawerk discută pe scurt cazul monopolistului, ca deținător al unei „puteri” economice „de a fixa după bunul-plac prețul produsului său”¹⁵⁴. Acesta își datorează însă puterea „existenței unor anumite tipuri de cerere de mare sau de cea mai mare intensitate”, dar și „absenței competitorilor,

¹⁵² Joseph T. Salerno, *op. cit.*, în *loc. cit.*, p. 14

¹⁵³ Eugen von Böhm-Bawerk, *Capital and Interest*, Libertarian Press, South Holland, Illinois, 1959, vol. II „Positive Theory of Capital”, p. 217-220

¹⁵⁴ *Idem*, *Control or Economic Law?*, în *Shorter Classics of Böhm-Bawerk*, Libertarian Press, South Holland, Illinois, 1962, p. 155

care nu stabilesc limite inferioare, susceptibile să interfereze cu dorința lor de a câștiga de pe urma celei mai intense cereri a cumpărătorilor”¹⁵⁵. Important este faptul că „<<puterea>> monopolistului este înrădăcinată în acești factori pur *economici*”¹⁵⁶, ceea ce o va supune limitelor descrise de legile economice – „legea prețului”. Astfel, conchide Eugen von Böhm-Bawerk, monopolistul nu se va putea sustrage „legii economice, conform căreia prețul se stabilește la intersecția cererii și a ofertei, în acel punct în care cantități egale sunt oferite și achiziționate”¹⁵⁷.

Controlul monopolistului nu este nelimitat, deoarece un preț superior corespunde unei cantități cumpărate mai mici. Dar, scrie Eugen von Böhm-Bawerk, monopolistul „poate selecta acel preț la care combinația dintre profitul pentru fiecare articol și numărul de articole de vândut la acel preț este posibil să promită cel mai ridicat profit total”¹⁵⁸. În același timp, în secțiunea imediat următoare, Eugen von Böhm-Bawerk precizează că în cadrul „puterii economice” nu se include „forța fizică sau coerciția directă”: „Tâlhăria la drumul mare sau extorcarea, forța armelor sau sclavia ar aparține, desigur, unei categorii complet diferite. Exercițarea <<puterii economice>> niciodată nu va introduce însă vreun element nou în determinarea prețului, care să nu-și fi găsit anterior un loc în legea pur teoretică a prețurilor”¹⁵⁹. Obiectivul său este aici să prezinte efectele economice, conforme legilor economice, nu să tragă concluzii cu relevanță juridică. Astfel, Eugen von Böhm-Bawerk scrie că „nu există nici o diferență dacă aceste influențe artificiale ale unui control exercitat din afară sunt rezultatul monopolului – cum este cazul cu asociațiile muncitorilor sau sindicate – sau provin dintr-o intervenție directă a autorității statului”¹⁶⁰.

Richard von Strigl asociază formării „prețului pieței libere” un context „competitiv”, în care „oferta și cererea vor fi reprezentate, fiecare în parte, de un număr suficient de mare de persoane interesate – cumpărători sau vânzători – și nici una dintre

¹⁵⁵ *Ibidem*

¹⁵⁶ *Ibidem*

¹⁵⁷ *Ibidem*

¹⁵⁸ *Ibidem*, p. 156

¹⁵⁹ *Ibidem*

¹⁶⁰ *Ibidem*, p. 193

ele nu trebuie să reprezinte o parte prea importantă a ofertei sau a cererii”¹⁶¹. Din contră, în cazul prețului de monopol „putem observa o determinare în sens unic a fixării prețului în economie”¹⁶². Dar afirmația că „<<monopolistul>> urmărește mai mult decât orice avantajul propriu și că nu este împiedicat de nimic în libertatea sa de mișcare” nu este susținută cu consecvență de către Richard von Strigl. În primul rând, bunul monopolizat este concurat, în anumite limite, de bunurile substituibile¹⁶³. În al doilea rând, scăderea cererii, cauzată de creșterea prețului, „va avea ca rezultat că monopolistul va vedea dispărând șansa de a obține un beneficiu mai ridicat printr-o sporire tot mai accentuată a prețului, întrucât creșterea prețului va conduce foarte repede la o diminuare serioasă a cererii”¹⁶⁴. Exemplul discutat de Richard von Strigl este semnificativ, fiind ales din categoria privilegiilor de monopol. Concluzia la care ajunge este că „În practică, tariful vamal prohibitiv formează condiția principală pentru stabilirea unui monopol”¹⁶⁵.

Teoria rothbardiană a monopolului și-a găsit în rândurile austriecilor contemporani o largă, poate chiar unanimă, acceptare. Să menționăm că adeziunea teoretică neechivocă lasă totuși spațiu de exprimare și a altor opinii. De pildă, în cartea sa *În apărarea indezirabililor*, Walter Block susține libertatea firmelor noi de a-și face reclamă, printre altele, cu următorul argument economic, ce sugerează că există, implicit, anumite probleme asociate firmelor „vechi”, „gradului de concentrare pe piață” etc., astfel încât prezența mai multor firme pe piață ar fi preferabilă. În acest sens, el scrie: „Dacă reclama ar fi interzisă, firmele mari și deja cunoscute ar avea un puternic avantaj pe piață. Chiar și în situația actuală, firmele mai vechi au șanse mai mari de a monopoliza o anumită industrie decât firmele noi. Reclama, prin avantajul comparativ pe care îl oferă noilor veniți, scade gradul de concentrare în economie”¹⁶⁶.

¹⁶¹ Richard von Strigl, *Introduction aux Principes Fondamentaux de L'Economie Politique*, Editions politiques, économiques et sociologiques, Librairie de Medicis, Paris, 1939, p. 33-34

¹⁶² *Ibidem*, p. 113

¹⁶³ *Ibidem*, p. 118-119

¹⁶⁴ *Ibidem*, p. 119

¹⁶⁵ *Ibidem*, p. 120

¹⁶⁶ Walter Block, *În apărarea indezirabililor: peștele, prostituata, spărgătorul de grevă, patronul, calomniatorul, cămătarul și alți stigmatizați din galeria șmecherilor societății americane*, cap. *Cel care face reclamă*, <http://misesromania.org/carti/pledoarii/pledimp3.htm#reclama>.

Hans-Hermann Hoppe, dimpotrivă, susține teoria rothbardiană până acolo încât neagă faptul că problemele de calculabilitate care apar în cazul integrării tuturor firmelor într-una singură pe piața liberă, argumentul tipic misesian aplicat decidentului unic, ar demonstra cumva suboptimalitatea pieței, chiar în acest caz extrem. Argumentul său este următorul: „... atunci existența monopolurilor nu ne-ar permite să spunem decât atât: este clar că monopolistul în cauză nu a văzut nici o posibilitate de a-și spori venitul vânzându-și mijloacele de producție, sau o parte dintre ele, căci altfel ar fi făcut-o. Și nimeni altcineva nu a sesizat vreo șansă de a-și spori venitul licitând pentru factorii de producție ai monopolistului sau devenind la rândul său un capitalist economisind, transformând averea privată folosită nonproductiv în capital productiv sau unindu-și forțele cu ale altora, căci altfel ar fi făcut-o. Dar atunci, dacă nimeni nu a sesizat vreo șansă de a-și spori venitul fără a face apel la agresiune, ar fi evident greșit să vezi ceva în neregulă la un astfel de supermonopol. Dacă el ar lua ființă într-adevăr în cadrul creat de o economie de piață, acest lucru nu ar dovedi decât că supermonopolistul a oferit într-adevăr consumatorilor bunurile și serviciile cele mai intens dorite, în cel mai eficient mod”¹⁶⁷. Concluzia lui Hans-Hermann Hoppe este aceea că, din punctul de vedere al bunăstării consumatorilor, „nici chiar un supermonopolist, dacă apare prin funcționarea pieței, nu poate fi considerat ca dăunător pentru consumatori”¹⁶⁸. Aplicând criteriul libertății de acțiune pe o piață liberă, neobstrucționată, Hans-Hermann Hoppe urmărește doar calea pe care se ajunge la rezultatul economic, neglijând cercetarea, în termenii calculului economic retrospectiv, a adecvării mijloacelor la scopuri.

3.2 Perspectiva lui Ludwig von Mises asupra teoriei monopolului și critica acestei viziuni

3.2.1 Monopol și bunăstare

Descrierea funcționării pieței libere de către susținătorii acesteia este în mod obișnuit însoțită de aprecieri cu privire la optimalitatea rezultatelor ei. Această

¹⁶⁷ Hans-Hermann Hoppe, *A Theory of Socialism and Capitalism*, p. 180

¹⁶⁸ *Ibidem*

optimalitate decurge din derularea interacțiunilor umane voluntare (a schimburilor) sub auspiciile diviziunii muncii și ale specializării, care permit, totodată, selectarea pe piață a unui mijloc de schimb cu utilizare generalizată, adică a banilor, și astfel calculul economic. Pe de altă parte, se arată că interferența statului în economie are efecte negative, ceea ce diminuează comparativ bunăstarea indivizilor. Teoria neoclasică identifică totuși în acest tablou o serie de „eșecuri ale pieței”, ale căror teoretizări sunt menite să justifice diferite intervenții ale statului pe piață.

În cele ce urmează ne vom ocupa de analizarea critică a opiniilor neoclasiche referitoare la problematica monopolului. Includerea discuției despre monopol și concurență în problematica mai largă a antreprenoriatului este firească, deoarece, din perspectiva teoriei neoclasiche cel puțin, monopolistul apare ca un antreprenor „mult prea” alert comparativ cu ceea ce și-ar dori consumatorii, activitatea lui speculativă vine în contradicție cu interesele acestora. Care este standardul în funcție de care este judecat monopolistul? Paradoxal, teoria neoclasică își fixează ca termen de comparație piața cu concurență perfectă, unde funcția antreprenorială în realitate dispare.

O privire critică asupra teoriei neoclasiche a monopolului are în vedere două mari aspecte. Primul se referă la consistența definiției date conceptului de monopol, iar cel de-al doilea la justificarea măsurilor de intervenție a statului cu scopul rezolvării unui presupus eșec al pieței, care se sprijină pe anumite judecăți cu privire la bunăstare, ambele aspecte fiind însă corelate. Ideea că prețul de monopol conduce la o situație suboptimală a bunăstării indivizilor reprezintă un stâlp de rezistență al teoriei neoclasiche despre monopol.

Teoria neoclasică a monopolului a fost criticată vehement de economiști aparținând Școlii Austriece de Economie¹⁶⁹, deși însuși Ludwig von Mises, reprezentantul cel mai de seamă al școlii, pare să agreeze abordarea neoclasică și să considere situația de monopol implicit drept un „eșec al pieței”. Poziția sa, mai nuanțată decât cea a neoclasicilor, reprezintă, în cele ce urmează, principala abordare criticată, alături de interpretarea lui Israel M. Kirzner. Interesul economiștilor austrieci față de

¹⁶⁹ *Vezi*, de exemplu, Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 560-660; Walter Block, *Austrian Monopoly Theory – A Critique*, în *The Journal of Libertarian Studies*, vol. 1, nr. 4, 1977; Hans-Hermann Hoppe, *A Theory of Socialism and Capitalism*

teoria monopolului este dublu: ei doresc să evidențieze faptul că situația de vânzător unic pe piață este naturală, în deplină armonie cu funcționarea pieței libere, prin urmare că aprecierea justetei și, eventual, a bunăstării economice la care poate duce piața nu depinde de configurația istorică particulară a datelor acesteia, ci de satisfacerea criteriului etic, al nonconflictului, adică de respectarea dreptului de proprietate privată legitimă, și, a celui economic, de prezența acelor instituții ale pieței ce permit alocarea rațională a factorilor de producție într-o prezentă sau viitoare structură capitalistă, complexă, a producției. Este vorba despre proprietatea privată asupra factorilor de producție, diviziunea muncii și un mijloc generalizat de efectuare a schimburilor – moneda.

Ludwig von Mises descrie monopolul ca pe o situație în care alocarea factorilor de producție nu permite satisfacerea celor mai importante dorințe ale consumatorilor. Unicul proprietar al resursei monopolizate restrânge o parte a ofertei de pe piață ori își diminuează de la bun început producția, cu scopul de a obține venituri mai mari decât în absența acestor măsuri¹⁷⁰. Ludwig von Mises identifică trei condiții pentru apariția prețului de monopol. Prima se referă la deținerea unui monopol asupra ofertei din bunul respectiv, de consum ori de producție, iar a doua sintetizează inelasticitatea cererii. Ludwig von Mises scrie: „Dacă monopolistul poate obține încasări nete mai mari prin vânzarea unei cantități mai mici din produsul său la un preț mai mare decât prin vânzarea unei cantități mai mari din stocul său la un preț mai mic, atunci se formează un *preț de monopol*, mai mare decât ar fi fost prețul potențial al pieței în absența monopolului”¹⁷¹. El menționează o a treia condiție, „specială”, și anume „capacitatea monopolistului de a

¹⁷⁰ Murray N. Rothbard clarifică acest interes pentru obținerea unui venit monetar maxim, când, de fapt, monopolistul urmărește profitul maxim, posibil de atins în condițiile particulare existente pe piață. Astfel „facem aici abstracție de cheltuielile monetare sau considerațiunile <<costurilor monetare>>. Când producătorul urmărește să vândă un stoc *deja produs*, asemenea cheltuieli monetare trecute sunt complet irelevante. Atunci când el are în vedere producția prezentă sau viitoare în vederea unei vânzări ulterioare, costurile monetare prezente devin importante, iar producătorul se străduiește să obțină niște venituri *nete maxime*”. Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 908. Așadar, costurile trecute, tocmai pentru că sunt trecute, nu mai au vreun impact asupra deciziei de vânzare prezentă sau viitoare. În plus, punând accentul pe urmărirea veniturilor totale maxime, Ludwig von Mises poate face o legătură directă cu elasticitatea cererii.

¹⁷¹ Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 278

descoperi aceste prețuri”¹⁷², prilej cu care Ludwig von Mises dezvăluie abordarea tipică austriacă, lipsită de ipoteze nerealiste cu privire la „cunoașterea” cererii, monopolistul fiind, astfel, un antreprenor ca oricare altul, care alege în condiții de incertitudine, pe baza unui calcul economic.

Principala contribuție la o reevaluare a teoriei neoclasice a monopolului îi aparține lui Murray N. Rothbard, care pune sub semnul întrebării relevanța conceptului de preț de monopol pe o piață liberă¹⁷³. Pe aceeași traiectorie se înscriu și abordările ulterioare ale lui Walter Block și Hans-Hermann Hoppe¹⁷⁴. Nucleul dur al criticii rothbardiene se referă la lipsa criteriilor operaționale necesare pentru diferențierea prețului de monopol de prețul pieței. Atât restrângerea comparativă a producției proprii, sub presiunea exercitată de competiția pentru achiziționarea factorilor de producție și de cererea anticipată, cât și presupunerea unei elasticități supraunitare a cererii peste prețul pieței reprezintă caracteristici obișnuite pe piața oricărui bun. Iar suveranitatea consumatorului, „încălcată” de către restrângerea monopolistă a producției, trebuie interpretată în cadrul mai larg al suveranității individului¹⁷⁵. În privința relevanței conceptului de preț de monopol, Murray N. Rothbard consideră că singura diferență identificabilă este cea dintre prețul pieței libere și cel atins pe o piață pe care statul acordă privilegii speciale unor anumite persoane. Monopolul devine astfel o problemă analizabilă teoretic în condițiile unei piețe reglementate, pe care există așa-numitele „bariere la intrare”, recunoscute în principiu de teoria neoclastică, însă incorect identificate. Criteriul de departajare este etic, nu economic, acceptând, implicit, poziția libertariană a autorilor citați, pentru care, după cum consideră Hans-Hermann Hoppe, „statul este un monopol teritorial al coerciției – o agenție ce se poate angaja în încălcarea neîntreruptă, instituționalizată a drepturilor de proprietate și în exploatarea – sub forma

¹⁷² *Ibidem*, p. 359

¹⁷³ Murray N. Rothbard, *op. cit.*, p. 560-660

¹⁷⁴ Walter Block, *op. cit.*; Hans-Hermann Hoppe, *A Theory of Socialism and Capitalism*, și *idem*, *Review of „Man, Economy, and Liberty”*, în *Review of Austrian Economics*, vol. 4, 1990

¹⁷⁵ Murray Rothbard, *op. cit.*, p. 560-660

expropriării, impozitării și reglementării – proprietarilor legitimi”¹⁷⁶, în timp ce piața liberă este ansamblul schimburilor voluntare între proprietari legitimi.

Analiza pe care o întreprindem asupra problematicii monopolului se va derula în cadrul rothbardian. Vom evidenția inconsecvențele definiției prețului de monopol la Ludwig von Mises, precum și criteriul eronat al bunăstării la care el, indirect, și teoria neoclasică în mod explicit, fac apel pentru a demonstra că monopolul aduce o scădere a bunăstării consumatorilor. Vom arăta de asemenea că, pentru a ajunge la o diferențiere între prețul de monopol și prețul pieței libere, Ludwig von Mises schimbă contextul realist al discuției cu construcția imaginară a echilibrului. Teoria kirzneriană a monopolului va fi și ea supusă unei evaluări critice. Vom urmări, de asemenea, critica avansată de David Friedman la adresa teoriei neoclase a monopolului.

Vom începe cu criteriul bunăstării folosit în teoria neoclasică a monopolului, întrucât acesta invalidează susținerea principală privitoare la reducerea bunăstării consumatorilor. Afirmatia conform căreia consumatorii sunt afectați negativ de restrângerea monopolistă a producției se bazează pe comparații interpersonale de utilitate¹⁷⁷. Economistul care ar trebui să practice o analiză neutră față de valori (*value-free*) emite, astfel, judecăți de valoare. Clarificarea acestei probleme este extrem de importantă, din moment ce pe această analiză se sprijină, în esență, afirmațiile privitoare la bunăstare din teoria neoclasică a monopolului și decizia de a recurge la o intervenție a statului pentru preîntâmpinarea sau înlăturarea, pe calea legislației antimonopol, a acestei situații percepute ca fiind suboptimală.

Unde intervin însă comparațiile interpersonale de utilitate? Restrângerea comparativă a producției bunului monopolizat înseamnă o cantitate mai scăzută de factori complementari utilizați în acest sector. Factorii respectivi vor deveni disponibili pentru alocare în utilizările lor alternative, presupunând că ei nu sunt total specifici. Diminuarea cantității unui bun va conduce astfel la sporirea comparativă a cantității produse dintr-un alt bun. Dacă în sectorul bunului monopolizat consumatorii vor suferi o diminuare

¹⁷⁶ Hans-Hermann Hoppe, *The Political Economy of Monarchy and Democracy, and the Idea of a Natural Order*, p. 94

¹⁷⁷ Ne bazăm, în cele ce urmează, pe studiul Dianei Costea, *A Critique of Mises's Theory of Monopoly Prices*, în *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 6, nr. 3, 2003

relativă a bunăstării, deoarece vor cumpăra mai puțin și la prețuri mai ridicate, în sectorul cu producție sporită lucrurile stau invers. Aici bunăstarea consumatorilor este mai ridicată decât ar fi fost în absența creșterii producției. Avem, prin urmare, două grupuri de consumatori: unii care pierd și alții care câștigă de pe urma restricționării monopoliste a producției. Putem oare să conchidem că, pe ansamblu, satisfacția consumatorilor (care consumatori?) s-a diminuat? Evident că nu, întrucât lipsa unei unități de măsurare a utilității pur subiective, care ar face posibilă agregarea utilităților diferiților indivizi, ne împiedică să emitem o asemenea concluzie¹⁷⁸.

Ludwig von Mises sprijină această interpretare, însă susține că, din punctul de vedere al consumatorilor, bunurile produse cu factorii de producție deveniți disponibili sunt mai puțin importante decât cele a căror ofertă a fost redusă. Astfel, el scrie: „Capitalul și munca, eliberate de restrângerea producției, trebuie să găsească întrebuințare în alte producții. Căci, pe termen lung, în economia liberă nu există nici capital neîntrebuințat, nici muncă neîntrebuințată. Astfel, față de producția mai mică a bunurilor monopolizate, trebuie să punem producția mărită a altor bunuri. Dar acestea, desigur, sunt bunuri mai puțin importante, care nu ar fi fost produse și consumate dacă ar fi putut fi satisfăcute cererile mai arzătoare pentru o cantitate mai mare din marfa monopolizată. Diferența dintre valoarea acestor bunuri și valoarea mai mare din marfa monopolizată neprodusă reprezintă pierderea de bunăstare pe care monopolul a impus-o economiei naționale. Aici profitul particular și productivitatea socială sunt în dezacord”¹⁷⁹.

Încercarea lui Ludwig von Mises de a deduce o astfel de concluzie bazându-se pe teoria valorii este sortită eșecului. Fie valoarea mai mare a bunurilor monopolizate care nu s-au produs este de factură subiectivă, și în acest caz se recurge implicit la comparații interpersonale de utilitate, fie ea este o valoare monetară, respectiv veniturile încasate din vânzarea bunurilor.

În acest din urmă caz, se pune întrebarea: cum putem afirma că restrângerea monopolistă a producției, soldată cu încasarea unei sume mai ridicate de la cumpărători,

¹⁷⁸ Pentru o discuție cu privire la imposibilitatea „descoperirii, comparării și măsurării” câștigurilor și pierderilor rezultate, vezi Dominick T. Armentano, *Antitrust and Monopoly. Anatomy of a Policy Failure*, Holmes & Meier, N.Y., 1990, p. 28-29.

¹⁷⁹ Ludwig von Mises, *Socialism*, Liberty Classics, Indianapolis, 1981, p. 348

indică o satisfacere mai redusă a acestora, din moment ce același criteriu este de obicei utilizat pentru a indica mai degrabă situația inversă? Să explicăm: factorii de producție sunt utilizați în acele combinații și sectoare în care contribuția lor la obținerea veniturilor este mai ridicată, adică acolo unde produsul lor valoric marginal actualizat este cel mai mare¹⁸⁰. De asemenea, selectarea proceselor productive se face conform aceluiași criteriu, al obținerii unor venituri cât mai ridicate, *ceteris paribus*¹⁸¹, ceea ce, se susține, permite implicit selectarea proceselor productive ce vor răspunde celor mai urgente preferințe ale consumatorilor. În acest sens, Ludwig von Mises afirmă: „Capitalul oricărui antreprenor este limitat; el îl utilizează pentru acele proiecte care, anticipează el, vor răspunde celor mai imperative cereri ale publicului, aducând profiturile cele mai ridicate”¹⁸². Acest tip de alocare a resurselor pe baza calculului economic ce caracterizează economia de piață este apreciat ca un factor esențial în susținerea și modificarea rațională a structurii productive. Nu avem, prin urmare, nici un motiv pentru a abdica de la aplicarea acestui tip de alocare a resurselor, în momentul în care resursa monopolizată este în discuție. Raționamentul logic ne conduce la ideea că, dimpotrivă, restrângerea relativă a producției bunului în cauză a permis o și mai eficientă alocare a factorilor rari de producție¹⁸³. O opinie asemănătoare întâlnim la Donald Boudreaux și Randall Holcombe: „Resursele sunt

¹⁸⁰ Cu privire la formarea prețurilor factorilor de producție, vezi Murray N. Rothbard, *op. cit.*

¹⁸¹ Vezi, de exemplu, Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 337. Am putea spune că acest tip de alocare a factorilor de producție este unul „natural”, în conformitate cu intenția indivizilor de a obține, *ceteris paribus*, cele mai mari foloase posibile de pe urma mijloacelor pe care le utilizează. Interpretarea acestei modalități de investire a factorilor de producție pendulează între „există” și „este preferabil”, între descrierea a ceea ce este și un ideal de bunăstare. În timp ce prima interpretare este fără probleme acceptată, în contextul mai larg al libertății de acțiune, cea de-a doua se dovedește a fi mai puțin categorică, întrucât ea face apel la judecăți de ordin istoric și la ipoteze mai puțin constrângătoare. Putem asemăna această discuție cu cea despre „suveranitatea consumatorului”, unde se disting aceleași două viziuni diferite de abordare. Pentru o critică a „suveranității consumatorului”, vezi Murray N. Rothbard, *op. cit.*, p. 560-564.

¹⁸² Ludwig von Mises, *Profituri și pierderi. Natura economică a profiturilor și a pierderilor*, p. 113

¹⁸³ Murray N. Rothbard consideră că, prin restricționarea producției, noua structură a producției „este mai dreaptă, de vreme ce noua alocare a factorilor de producție va fi mai profitabilă și, prin urmare, mai *productivă valoric*, pentru consumatori. Într-o accepțiune valorică, așadar, producția totală este *expandată*, nu micșorată”. Murray N. Rothbard, *op. cit.*, p. 568. El derivă nepermis dintr-un argument economic un argument de ordin etic.

alocate în mod eficient în modelul competitiv, întrucât antreprenorii, motivați de profiturile economice, le-au direcționat către utilizările cele mai înalt valorizate”¹⁸⁴. Iar Armen Alchian¹⁸⁵, de pildă, utilizează criteriul monetar al urmării profitului ca indiciu al integrării normale a monopolistului, în accepțiunea de unic vânzător, pe piață. El remarcă faptul că, asemenea unei firme ce activează într-un cadru îngust concurențial, și monopolistul urmărește maximizarea în termeni monetari, sau, mai larg, în termeni de utilitate, dacă renunțăm la condiția *ceteris paribus* privind aspectele nonmonetare, a profitului/avuției sale. Pascal Salin recunoaște și el faptul că asumția de urmărire a venitului/profitului maxim (monetar) de către producător, respectiv de către angajații acestuia este, în realitate, amendată de scopuri nonmonetare (prestigiu, influență, curiozitate), care intră în analiza noastră în condiția *ceteris paribus*, cu care poate chiar intra în conflict¹⁸⁶.

Astfel, dacă „valoarea” din citatul menționat al lui Ludwig von Mises semnifică veniturile monetare obținute de către producător, afirmația acestuia cu privire la valorizarea superioară a bunurilor monopolizate care nu au fost produse este contrazisă de însăși condiția de inelasticitate a cererii. Aceasta înseamnă că, prin restricționarea producției, monopolistul a alocat factorii în modul cel mai profitabil cu putință, *ceteris paribus*. Factorii complementari de producție care ar fi fost utilizați în vederea creșterii producției bunului monopolizat sunt alocați altor activități, mai rentabile. Deducem că, dacă monopolistul ar fi putut obține venituri mai ridicate din producția bunului monopolizat, ar fi făcut deja acest lucru¹⁸⁷. Monopolistul nu își permite să cumpere factorii complementari de producție, date fiind resursele de care dispune și propria sa anticipare, ceea ce înseamnă că alți antreprenori care anticipează o contribuție valorică mai mare a factorilor de producție respectivi în procesele lor de producție vor licita mai

¹⁸⁴ Donald Boudreaux and Randall Holcombe, *The Coasian and Knightian Theories of the Firm*, în *Managerial and Decision Economics*, vol. 10, June, 1989, p. 147

¹⁸⁵ Armen Alchian, *Competition, Monopoly, and the Pursuit of Money*

¹⁸⁶ Pascal Salin, *The Firm in a Free Society*, în *Journal of Libertarian Studies*, vol. 16, nr. 3, (Summer 2002), p. 12

¹⁸⁷ Este poate necesar să accentuăm ideea că întreaga discuție are loc în planul *ex ante* al acțiunii. Posibilitatea ca *ex post* monopolistul să descopere o utilizare a resurselor sale care ar fi fost mai profitabilă nu modifică argumentul.

mult pentru aceștia și îi vor obține¹⁸⁸. Am descris aici nimic mai mult decât modalitatea prin care se formează prețurile factorilor de producție pe piață și ei sunt alocați, ceea ce, în nici un caz, nu echivalează cu un „eșec al pieței”.

Dacă „valoarea” reprezintă satisfacția obținută din consumul bunurilor produse, respectiv a celor monopolizate, suntem într-un caz clar de comparare și de agregare a valorizărilor subiective ale diferiților consumatori. Suplimentar obișnuitelor critici adresate acestor interpretări nonștiințifice, am putea să întrebăm: de ce să fie luați în considerare doar anumiți consumatori prezenți? De ce să nu îi implicăm în aceste calcule și pe consumatorii viitori potențiali, căci restrângerea prezentă a producției semnifică o mai mare cantitate de factori ce pot fi utilizați în viitor pentru producerea de bunuri¹⁸⁹.

Dacă până în acest moment am acceptat criteriul veniturilor monetare ca mijloc de diferențiere între liniile productive ce satisfac mai bine consumatorii, este momentul să punem sub semnul întrebării însuși criteriul bunăstării. Ideea că veniturile mai mari obținute într-un sector dovedesc o mai bună satisfacere a dorințelor consumatorilor ridică probleme, întrucât această afirmație nu este adevărată nici măcar la nivelul individului și cu atât mai puțin la nivel de societate, unde agregarea presupune dificultăți insurmontabile. Vom pleca de la nivelul consumatorului individual, pentru a ajunge apoi la considerații cu privire la piețele diverselor bunuri.

Să începem prin a susține că prețul – cantitatea de bani ce se cedează în vederea achiziționării unui bun – nu măsoară valoarea bunului cumpărat, ceea ce echivalează cu a spune, în total acord cu Ludwig von Mises, că banii nu îndeplinesc funcția de etalon al valorii, în pofida a ceea ce se afirmă în mod curent în literatura economică dominantă. În acest sens, Ludwig von Mises scrie: „Fundamentul teoriei economice moderne este recunoașterea faptului că tocmai disparitatea dintre valorile atribuite obiectelor tranzacționate este cea care determină tranzacționarea lor. Oamenii vând și cumpără numai pentru că apreciază lucrurile la care renunță mai puțin decât cele pe care le primesc. Astfel, noțiunea de măsurare a valorii este sterilă. Un act de schimb nu este nici

¹⁸⁸ Vezi, de exemplu, descrierea procesului real (fără întrebuintarea conceptului de echilibru) de formare a salariilor, în Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 591

¹⁸⁹ Argument adus de Murray N. Rothbard, în *Man, Economy, and State*, p. 910 și, ulterior, de Walter Block în *Austrian Monopoly Theory – A Critique*.

precedat, nici acompaniat de vreun proces care să se poată numi de măsurare a valorii. Un individ poate atribui aceeași valoare la două lucruri; însă în cazul acesta nu se va produce nici un schimb. Dar dacă există o diversitate în procesul evaluării, tot ce se poate spune despre ea este că un anumit *a* este evaluat mai presus, adică este preferat unui anumit *b*. Valorile și evaluările sunt cantități intensive, și nu extensive. Ele nu sunt susceptibile de a fi sesizate mental prin aplicarea de numere cardinale”¹⁹⁰.

Tot ceea ce se poate deduce din schimbul voluntar este conceptul de inegalitate a preferințelor indivizilor: bunul cedat este întotdeauna, cel puțin *ex ante*, situat pe o poziție inferioară celui cumpărat pe scara de valori a individului implicat în schimb¹⁹¹. De pildă, cumpărarea unui bun cu 1 milion de lei reflectă tocmai faptul că acesta este preferat oricărei utilizări alternative a milionului respectiv. Suma de 1 milion nu măsoară satisfacția anticipată atașată consumării bunului în cauză. După cum accentuează exponenții Școlii Austriece, prețurile nu reprezintă altceva decât rate de schimb între bunurile schimbate, cantitatea din bunul cedat, într-o economie monetară, banii, pentru achiziționarea unei anumite cantități din bunul cerut.

¹⁹⁰ Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 205. Privitor la echilibrul consumatorului, economiștii austrieci sunt în total dezacord cu formula neoclasică: $UM_1/P_1 = UM_2/P_2$, unde *UM* este utilitatea marginală a bunului, iar *P* este prețul corespunzător. În primul rând, ei punctează irelevanța conceptului de indiferență în explicarea acțiunii umane (am putea spune că indiferența, chiar dacă ar exista în calitate de concept praxeologic, nu ar putea fi demonstrată în acțiune, nu ar fi operațională). Astfel, fiecare alegere demonstrează o inegalitate fundamentală între rangurile pe scările de valori ale celor două bunuri schimbate. Formula de mai sus neglijează, de asemenea, caracterul pur ordinal al preferințelor, caz în care împărțirea unor poziții prin numere cardinale este pur și simplu lipsită de sens. Pentru o critică mai largă a interpretării neoclasică, vezi Jörg Guido Hülsmann, *Economic Science and Neoclassicism* și Walter Block, *Austrian Theorizing: Recalling the Foundations*. Tot Jörg Guido Hülsmann, în *A Realist Approach to Equilibrium Analysis*, p. 9: „Cu toate că noțiunea de indiferență ocupă un loc important în analiza *mainstream* contemporană a valorii și alegerii, ea nu este un substitut pentru alegere. Principalul obiectiv urmărit prin accentuarea indiferenței este acela de a oferi un suport pentru un tratament cantitativ al valorii”. Elementul distinctiv este că economiștii austrieci accentuează faptul că, acționând, individul preferă un curs al acțiunii și renunță la toate celelalte alternative, în vreme ce teoria economică prevalentă desemnează prin indiferență un fenomen psihologic.

¹⁹¹ Vezi, de exemplu, Murray N. Rothbard, *What Has Government Done To Our Money?*, Ludwig von Mises Institute, Auburn, Ala., 1990, p. 15-16

Mai există încă un argument, în plus față de cel al inegalității valorii, care pledează împotriva ideii de măsurare prin bani a utilității (valorii subiective): nu există în nici un caz un proces anterior acțiunii prin care indivizii „imprimă” o „valoare” pozițiilor pe care se găsesc pe scara de valori bunurile deținute și cele dorite, sau cel puțin nu acesta este aspectul de care economia să fie interesată sau care să aibă vreo importanță pentru teoria valorii și legile economice¹⁹². Moneda reprezintă un bun economic, iar prezența sa într-un schimb, într-o anumită cantitate, nu „măsoară” nimic și nici nu ar putea să facă acest lucru, din moment ce poziția pe care ea se află pe scara de valori a individului este în mod necesar diferită de poziția pe care se găsește bunul dorit de acesta. Totodată, nu avem nici măcar garanția că cele două poziții sunt succesive.

Prețurile „prezente” se formează în diferite momente ale trecutului imediat, iar scările de preferințe ale indivizilor se pot modifica de la un moment la altul. Această posibilitate, precum și procesul de formare a prețurilor pe piață ne împiedică să deducem, în cazul în care pentru un bun am cheltuit 1 milion de lei, iar pe un altul 700.000 de lei, concluzia că primul bun este mai apreciat decât cel de-al doilea. Așadar, nici măcar la nivelul individului o sumă mai mare de bani cedată pentru cumpărarea unui bun nu indică poziția superioară atribuită acestui bun comparativ cu un alt bun pentru care s-a cheltuit o sumă mai scăzută de bani. Acest lucru se explică foarte simplu: să presupunem că individul în cauză este dispus să plătească pentru primul bun 1,2 milioane de lei, iar pentru al doilea bun 1,5 milioane de lei, considerând că cele două bunuri și sumele respective de bani sunt gradate pe aceeași scară de valori. Condițiile pieței (preferințele celorlalți cumpărători și cantitatea oferită în lumina anticipării proprii) sunt de așa natură, încât el cumpără bunurile la prețurile menționate anterior. În cazul modificării scării de valori, este imposibil să stabilim care bun este mai apreciat, deoarece nu avem o unitate de măsurare a satisfacției derivate din consumul bunurilor care să fie invariabilă în timp

¹⁹² Ideea care, de altfel, este parte integrantă a teoriei economiștilor austrieci, o întâlnim la Lawrence H. White, *Is There an Economics of Interpersonal Comparisons?*, în *Advances in Austrian Economics*, II(A), Peter J. Boettke and Mario J. Rizzo, eds., Jai Press Inc., London, 1995.

și spațiu¹⁹³. La nivelul individului, sumele de bani cheltuite pentru cumpărarea unor bunuri nu pot fi utilizate, prin urmare, ca un indicator al bunăstării.

La nivelul pieței unui bun, informațiile privitoare la bunăstarea obținută de diferiți indivizi din consumarea bunului respectiv sunt încă și mai ambigue decât cele deduse la nivelul individual. În cazul cumpărătorului individual, putem vorbi de o scară de valori demonstrată în acțiune. Cu siguranță acest lucru nu este adevărat la nivelul pieței unui bun: scara de preferințe este strâns legată de unitatea decidentă, actantă – individul. Chiar dacă am grada, după un anumit criteriu, bunurile cumpărate de indivizi pe piață, această „scară” ar fi rezultatul alegerilor întreprinse de ei în diferite momente, și în nici un caz nu ar reprezenta preferința demonstrată a unei entități supraindividuale. O altă problemă ar fi reprezentată de criteriul utilizat pentru gradarea bunurilor dorite de către comunitate: după cantitatea schimbată, numărul de persoane ce au cumpărat bunul sau veniturile nete? Acest efort ar fi inutil, din moment ce este dependent de manifestările individuale ale preferințelor.

Putem afirma că criteriul bunăstării, al atingerii celor mai mari venituri monetare ca semn al satisfacerii consumatorilor, prezent frecvent atât la Ludwig von Mises, cât și la Murray N. Rothbard, are cel mult o relevanță istorică, din moment ce relevanța

¹⁹³ Chiar dacă psihologia ar găsi o astfel de unitate de măsurare a satisfacției, analiza economică nu este afectată. Aceasta pentru că aceeași cantitate dintr-un bun nu produce întotdeauna aceeași „cantitate” de satisfacție sau cel puțin una identificabilă *ex ante*. Ar trebui, eventual, să așteptăm momentul consumului (*ex post*) pentru a „măsura” satisfacția derivată. Aceasta ne lipsește însă de criterii *ex ante* pe baza cărora să acționăm. Susținerea ideii că acțiunea ar fi direcționată de cantitatea de utilitate încorporată în bunul respectiv ar echivala cu obiectivizarea valorii și cu imposibilitatea explicării alegerilor diferite ale indivizilor. Faptul că în prezent am preferat bunul A lui B, datorită „cantității” mai mari de utilitate conținută de A, ar însemna că întotdeauna aleg pe A și renunț la B. Am rămâne blocați într-un singur tip de „alegere” determinată de cantitatea de utilitate. Mai mult, cine ar asigura producerea bunului celui mai dorit de către indivizi, adică cine ar fi dispus să renunțe la el pentru un alt bun (o sumă de bani) pe care îl valorizează mai puțin? În plus, comparația contrafactuală, între alternativa aleasă și cea mai bună opțiune la care individul a renunțat, nu ar mai avea aceeași semnificație în acest univers al măsurabilității *ex post* a părții vizibile a acțiunii. Găsirea unui etalon invariabil în timp și spațiu, de măsurare a utilității și cu ajutorul căruia să agregăm utilitățile unor persoane diferite nu oferă, în sine, justificarea acestei agregări. Se ridică o serie de întrebări: de ce este agregarea importantă, utilitățile căror persoane să fie agregate, poate fi justificată etic o măsură agresivă din partea statului, chiar dacă aceasta conduce prezumtiv la sporirea utilității sociale?

praxeologică nu poate fi demonstrată. Această interpretare ar constitui o explicație pentru folosirea extrem de largă în literatura economică austriacă, din care oferim un exemplu la Murray N. Rothbard: „*Piața dispune într-adevăr de un standard rațional [de alocare a factorilor de producție – n. ns.]: cele mai ridicate venituri monetare și cele mai mari profituri, căci acestea pot fi atinse doar prin servirea maxim posibilă a dorințelor consumatorilor*”¹⁹⁴. Că nu ne putem baza pe veniturile monetare pentru a deriva judecăți cu privire la bunăstare este încă și mai evident în cazul cererii inelastice, unde, după cum am precizat deja, restrângerea producției este însoțită de creșterea veniturilor obținute.

Să recapitulăm concluziile la care am ajuns: nu putem utiliza nici la nivelul individului, și cu atât mai puțin la nivelul pieței bunurilor, prețurile, respectiv veniturile monetare drept criterii de bunăstare, întrucât banii nu reprezintă un etalon al valorii bunurilor. Iar pentru formarea prețurilor bunurilor, importantă este gradarea preferințelor pe scările de valori individuale, atașarea unei așa-zise „valori” diverselor poziții pe aceste scări de valori prezintă o influență psihologizantă lipsită de interes pentru economie. În plus, chiar dacă cineva ar identifica acele criterii operaționale pe baza cărora să afirmăm că prețul de monopol diminuează comparativ bunăstarea consumatorilor, intervenția statului tot nu s-ar putea justifica. Iar la nivelul societății, bunăstarea este promovată doar prin schimburi voluntare.

Israel M. Kirzner identifică prezența pe piața liberă a unei alte probleme asociate monopolului. Spre deosebire de Ludwig von Mises, el plasează problema monopolului la nivelul proprietății, dar recurge la același criteriu, al bunăstării. În teoria kirzneriană, acolo unde monopolul *pe o piață liberă* este asociat proprietății exclusive asupra unor resurse/factori de producție, monopolistul recurge la restrângerea comparativă a producției și/sau a cantității oferite pe piață, încasând o rentă de monopol, care persistă ca urmare a absenței competitorilor direcți, a căror ofertă suplimentară ar fi condus la scăderea câștigurilor. În acest caz particular, interesele monopolistului, susține Israel M. Kirzner, diferă de cele ale consumatorilor, și tocmai această divergență, cu alte cuvinte, neîmplinirea dorințelor consumatorilor, constituie principala problemă a monopolului. Fără a explica de unde deduce acest lucru, Israel M. Kirzner presupune că oferta

¹⁹⁴ Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 657

suplimentară restricționată de proprietarul resursei este valorizată de către consumatori mai mult decât alte bunuri, prin urmare, o producție mai mare ar fi fost justificată din punct de vedere economic¹⁹⁵. Pe cale de consecință, și factorii de producție complementari nemonopolizați își vor găsi utilizări alternative mai puțin productive, după cum susținea și Ludwig von Mises, în analiza la care ne-am referit.

Israel M. Kirzner scrie: „Nu se orientează suficient de multe resurse naționale, în general vorbind, către producerea produsului monopolizat, deși consumatorii valorizează, marginal, mai mult acest produs decât pe altele. Abordarea teoriei monopolului propusă aici atribuie efectele sale dăunătoare, acolo unde este cazul, incitativelor pe care proprietatea monopolistă le declanșează de a nu utiliza resursele rare în acea măsură pe deplin compatibilă cu structura dorințelor consumatorilor de pe piață”¹⁹⁶. Acceptând existența unui monopol asupra unei resurse pe piața liberă, Israel M. Kirzner descrie chiar un proces concurențial, al cărui rezultat este achiziționarea pe cale legitimă, pe piață, a controlului, a dreptului de proprietate, asupra resursei. Efectele acestui monopol, în maniera în care le prezintă el, se încadrează în acea obiecție generală adresată teoriei neoclasice, și anume, agregarea socială a avantajelor și dezavantajelor. Israel M. Kirzner susține că „Dezavantajele sociale ce pot rezulta din poziția de monopol pot fi atribuite puterii unice a monopolistului; în același timp, ele pot fi imputate competiției în urma căreia monopolistul și-a câștigat puterea (acestor dezavantaje trebuie să le opunem *beneficiile* sociale care sunt imputate activității antreprenoriale implicate în competiție)”¹⁹⁷. În realitate, nu libertatea de acțiune pe piață – competiția dintre producători, în care viitorul monopolist își dovedește abilitățile antreprenoriale – este „vinovată” de succesul acestuia, ci tocmai anticiparea antreprenorială (*alertness*) mai abilă decât a celorlalți ofertanți, pe care o subliniază Israel M. Kirzner în toate lucrările sale. În plus, incriminarea unor condiții particulare sub care se manifestă la un moment dat proprietatea privată legitimă, în cazul de față, proprietate unică asupra unor resurse, la care s-a ajuns pe calea legitimă a schimburilor voluntare, dovedește faptul că el nu aderă

¹⁹⁵ Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, p. 111

¹⁹⁶ *Ibidem*

¹⁹⁷ *Ibidem*, p. 132

neechivoc la o etică a proprietății private, ci doar utilitarist, în măsura în care această proprietate servește unei bunăstări sociale, pe care Israel M. Kirzner însuși o definește.

Dacă procesul pieței este întotdeauna competitiv atâta timp cât există libertatea de a cumpăra și de a vinde¹⁹⁸, rezultă că și monopolistul ar putea, în principiu, să se angajeze în schimburi pe piață cu resursa monopolizată¹⁹⁹, astfel că deținerea în regim de monopol a unei resurse nu ar semnifica, în mod necesar, reducerea competiției. Din acest punct de vedere, refuzul unui proprietar de a accepta suma de bani oferită de cumpărătorul interesat ar semnifica o diminuare a competiției și un comportament monopolist de negare a suveranității consumatorului, ceea ce ar conduce la o incriminare generală a oricărui refuz de a tranzacționa.

Vânzătorul unic al unui produs este supus presiunii concurențiale catalactice pe care o exercită toți ceilalți ofertanți de bunuri și servicii pe piață, dar și presiunii concurențiale a unor concurenți potențiali, care ar putea să fie atrași în acel domeniu de activitate de prețurile și rata rentabilității ridicate. Astfel că o limită superioară a prețului pe care intenționează să-l obțină pe piață acest vânzător este determinată de costul de producție al ofertanților noi potențiali²⁰⁰.

Ludwig von Mises subliniază cadrul general competițional, pentru care el folosește termenul de competiție catalactică, ce există pe o piață neobstrucționată, și includerea naturală a monopolistului: „Ar fi o mare eroare să se deducă din antiteza dintre prețul de monopol și cel competitiv că prețul de monopol este determinat de absența competiției. Competiția catalactică este întotdeauna prezentă pe piață. Ea nu intervine în mai mică măsură în determinarea prețurilor de monopol decât în determinarea prețurilor competitive. Aspectul curbei cererii care face cu puțință apariția prețurilor de monopol și determină comportamentul monopolistului este determinat de competiția tuturor celorlalte bunuri care rivalizează pentru dolarii cumpărătorului. Cu cât monopolistul ridică mai mult prețul la care este dispus să vândă, cu atât cumpărătorii potențiali își direcționează mai mult dolarii către alte bunuri care sunt de vânzare. Pe piață fiecare bun

¹⁹⁸ *Ibidem*, p. 20

¹⁹⁹ *Vezi* Dominick T. Armentano, *A Critique of Neoclassical and Austrian Monopoly Theory*, p. 9

²⁰⁰ *Vezi* George Reisman, *Capitalism*, p. 410-411

rivalizează cu toate celelalte bunuri”²⁰¹. Ludwig von Mises recunoaște, așadar, că situația favorabilă restrângerii monopoliste a producției în vederea creșterii prețului și a veniturilor/profitului este, în cele din urmă, rezultatul configurației particulare a pieței, aflată într-o schimbare permanentă.

3.2.2 Monopol și proprietate

Teoria misesiană a monopolului, care, după cum am precizat, este foarte asemănătoare cu cea neoclasică, se bazează, în principal, pe o anumită reacție a cumpărătorilor la un preț mai mare decât cel al pieței libere. O altă abordare a monopolului este cea promovată de Murray N. Rothbard, pentru care reducerea comparativă a bunăstării indivizilor este rezultatul barierelor de ordin instituțional, adică al măsurilor etatiste de încălcare a drepturilor de proprietate ale lor, ceea ce îi împiedică să urmărească utilizarea cea mai înalt valorizată a resurselor. Elementul distinctiv aici este, deci, încălcarea drepturilor de proprietate ale indivizilor, indiferent de modificarea prețurilor. Astfel, Murray N. Rothbard scrie: „Concurenții potențiali sunt dezavantajați și sunt obligați să accepte o remunerare mai scăzută în domenii mai puțin profitabile monetar și mai puțin eficiente. Consumatorii sunt de asemenea prejudiciați, întrucât li se interzice achiziționarea bunurilor de la producătorii concurenți pe care i-ar fi preferat în mod voluntar. Și această prejudiciere are loc făcând abstracție de efectele privilegiului asupra prețurilor”²⁰².

Murray N. Rothbard își fundamentează opțiunea pe propriul criteriu de bunăstare, cel al preferinței demonstrate într-un cadru de respectare a drepturilor de proprietate. Intrând în schimburi voluntare, mutual avantajoase cel puțin *ex ante*, indivizii demonstrează prin înseși aceste acțiuni că bunăstarea lor este mai mare decât ar fi fost în absența lor, altfel nu s-ar fi implicat în respectivele schimburi. Astfel, persoanele ce

²⁰¹ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 278

²⁰² Murray N. Rothbard, *Power and Market*, p. 37. Vezi și Faustino Ballve, care corelează prezența monopolului cu intervenția statului: „Este însă imposibil de identificat măcar un singur exemplu de monopol ce a supraviețuit fără protecție oficială”. Faustino Ballve, *Essentials of Economics*, D. van Nostrand, Princeton, 1963, p. 54

participă la schimburi voluntare câștigă, și nimeni altcineva nu pierde în mod demonstrabil²⁰³. Să observăm că Murray N. Rothbard rămâne în cadrul strict al operaționalității, argumentul său fiind unul juridic, în sensul că îmbunătățirea situației, cel puțin pentru unii cetățeni, la care s-a ajuns în urma strict a schimburilor voluntare nu mai poate fi realizată prin mijloace exterioare juridice, de retaliere, de constrângere juridică legitimă. Eventualele, și foarte posibilele, insatisfacții de ordin psihologic, sufletesc etc. rămân probleme de ordin personal, care nu mai pot fi rezolvate, date fiind preferințele indivizilor pe piață, prin apel la schimburi interpersonale la nivel social.

Ludwig von Mises ar fi ajuns, în cele din urmă, probabil, la aceeași concluzie ca Murray N. Rothbard, în privința teoriei monopolului, dacă ar fi urmărit implicațiile logice ale propriei afirmații, prezente chiar în capitolul ce tratează problema prețurilor de monopol: „Antreprenorul este – în calitatea sa de antreprenor – supus întotdeauna întregii supremații a consumatorilor. Lucrurile se prezintă diferit în ce-i privește pe proprietarii bunurilor și factorilor de producție tranzacționabili și, bineînțeles, în ce-i privește pe antreprenori în calitatea lor de proprietari ai unor asemenea bunuri și factori. În anumite condiții, aceștia pot câștiga mai mult prin reducerea ofertei și vânzarea la un preț unitar mai ridicat. Prețurile astfel determinate – prețurile de monopol – reprezintă o încălcare a supremației consumatorilor și a democrației pieței”²⁰⁴. Astfel, Ludwig von Mises acceptă implicit argumentul rothbardian, conform căruia proprietarul factorului de producție este liber să decidă cantitatea din acesta cu care participă la activitatea economică la un anumit moment și, implicit, că nu este vorba despre supremația consumatorului, ci a individului/persoanei, în limbaj rothbardian, care decide cu ce și în ce grad dorește să participe cu factorii de producție pe care îi deține la procesul pieței cu specializare și cu schimburi interpersonale. Astfel Murray N. Rothbard afirmă că „Individual este suveran asupra propriei persoane și propriilor acțiuni și asupra proprietății sale”²⁰⁵. Aplicând producătorului (implicit vânzătorului unic al unui bun sau serviciu) acest concept, el susține libertatea neîngrădită pe piața liberă de care acesta se bucură: „Producătorul, și numai el, decide dacă va păstra sau nu neutilizată proprietatea sa (ce include propria

²⁰³ Murray N. Rothbard, *Toward a Reconstruction of Utility and Welfare Economics*

²⁰⁴ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 355

²⁰⁵ Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 560

persoană) ori o va vinde pe piață pe bani, rezultatele producției sale ajungând, așadar, la consumatori în schimbul banilor. Această decizie privitoare la cât să aloce pe piață și la cât să rețină este decizia producătorului individual și doar a lui”²⁰⁶.

Elementul-lipsă în contextul misesian al teoriei prețului de monopol este urmărirea ideii că antreprenorul este înzestrat și cu factori de producție, pentru a se putea manifesta pe piață. Această omisiune este cu atât mai puțin explicabilă, cu cât teoria antreprenorului la Ludwig von Mises pune accent pe deținerea de factori de producție de către acesta²⁰⁷. Dacă ar fi aplicat propria teorie, concluzia sa în privința deciziei de utilizare a factorilor monopolizați ar fi fost asemănătoare cu cea a lui Murray N. Rothbard.

3.2.3 Prețurile de monopol și anticiparea antreprenorială

O a treia condiție, o condiție specială, pentru apariția prețului de monopol este reprezentată, în viziunea lui Ludwig von Mises, de „capacitatea monopolistului de a descoperi astfel de prețuri”²⁰⁸, condiție care poate fi interpretată ca un obstacol suplimentar în calea apariției pe piață a unei astfel de categorii de prețuri, ceea ce ar reduce relevanța lor pe piață. Astfel, el scrie: „Monopolistul nu știe dinainte în ce fel vor reacționa consumatorii la o creștere a prețurilor. El trebuie să recurgă la tatonări pentru a încerca să afle dacă bunul monopolizat se poate vinde în avantajul său la un preț care depășește prețul competitiv și, dacă așa stau lucrurile, care dintre diversele prețuri de

²⁰⁶ *Ibidem*, p. 562

²⁰⁷ În ultimii ani, diferențele dintre viziunile cu privire la antreprenoriat ale lui Ludwig von Mises, Murray N. Rothbard, pe de o parte, și Israel M. Kirzner, pe de altă parte, precum și legăturile lor cu alte părți ale teoriei economice (calculul economic, funcționarea pieței, problema echilibrului) au fost mai bine precizate și clarificate. Vezi Jörg Guido Hülsmann, *Knowledge, Judgment, and the Use of Property*. Israel M. Kirzner, *Mises and his understanding of the capitalist system*, p. 174 susține că „Pentru Mises, monopolul este identificat la *nivelul proprietății asupra resursei* – și nu la nivelul deciziilor luate de producător (poate cel mult ca o consecință a acestora) precum în teoria neoclasică”. Să menționăm aici doar că proprietatea nu are nici o consistență dacă nu este însoțită de posibilitatea luării deciziei.

²⁰⁸ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 359

monopol este prețul optim de monopol, sau care sunt prețurile optime de monopol. În practică, aceasta este mult mai dificil decât presupune economistul atunci când, desenând curbele cererii, îi atribuie monopolistului o clarviziune desăvârșită”²⁰⁹. Problema pe care dorim să o precizăm aici se referă la modalitatea în care metoda tatonărilor, care în mod necesar se derulează în timp, poate fi aplicată în acest caz și în ce măsură ar putea să ofere monopolistului o informație valoroasă. Pentru a avea vreo importanță, ar trebui să presupunem că factorii determinanți pentru formarea prețurilor, și anume cantitatea oferită și preferințele (scările de valori) cumpărătorilor, rămân nemodificați. Dar nu există nici un motiv constrângător pentru ca aceasta să se întâmple în realitate, din contră, este mai plauzibil ca preferințele să se modifice în timp. Cu toate acestea, presupuziția menționată este necesară în contextul în care dorim să facem o comparație relevantă între două prețuri.

O simplă privire asupra prețurilor trecute nu este suficientă pentru a decide că noul preț este mai ridicat pentru că s-a reușit atingerea unui preț de monopol sau preferințele consumatorilor s-au modificat. În absența unei corelații praxeologice între prețuri, ca cea existentă între prețurile factorilor de producție și prețurile bunurilor la a căror producție aceștia au fost utilizați, nu putem spune categoric că, de pildă, o sporire a prețului unui bun este însoțită în mod necesar de o diminuare a bunăstării consumatorilor. Prețul mai mare al unui bun s-ar putea foarte bine datora unei dorințe mai intense pentru acest bun. Însuși Ludwig von Mises ne atrage atenția că în spatele prețurilor se află circumstanțe istorice diferite: „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 bucați 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

²⁰⁹ *Ibidem*

degrabă decât produsul unei interacțiuni dintr-o constelație foarte diferită de factori care determină prețurile. Numerele întrebuințate în procesul calculului economic, de către omul care acționează, nu se referă la cantități măsurate, ci la raporturi de schimb, a căror realizare este anticipată – pe baza înțelegerii interpretative – pe piețele viitoare, către care este îndreptată întreaga acțiune și care sunt singurele care contează pentru omul care acționează”²¹⁰.

Chiar dacă monopolistul a reușit să obțină în trecut prețuri mai mari prin restricționarea ofertei, de aici nu rezultă că în prezent condițiile sunt aceleași și, în consecință, o reducere suplimentară a ofertei va conduce, o dată în plus, la sporirea veniturilor. El va trebui să anticipeze preferințele viitoare ale consumatorilor și prețul pe care aceștia sunt gata să-l achite pentru bun, de fiecare dată când oferă pe piață un bun. Întrucât nu există legi economice care să exprime o legătură cauzală strictă între modificarea prețurilor și modificarea veniturilor, și nici nu ar putea exista astfel de legi, aprecierea condițiilor viitoare de pe piață depinde exclusiv de capacitatea antreprenorială de estimare.

Dacă citim cu atenție definiția prețului de monopol propusă de Ludwig von Mises, observăm că se urmărește stabilirea unei comparații contrafactice între prețul concurențial și prețul de monopol²¹¹. Așadar, comparația relevantă este între prețul stabilit pe piață și raportul de schimb ce ar fi existat dacă cererea ori oferta ar fi fost diferite. În cazul în care prețul superior s-ar datora reducerii cantității oferite, ce relevanță ar mai avea oare informațiile istorice rezultate din metoda tatonărilor practică, de altfel, de către orice producător? Ele exprimă doar raporturi de schimb trecute, deschise interpretării istorice, dar fără a furniza o informație categorică cu privire la prețurile viitoare și cu atât mai puțin la cele care ar fi existat.

Apreciem astfel că, deși cele două condiții ale apariției prețului de monopol au propria importanță teoretică și practică pe piață, ele nu se susțin reciproc, iar utilizarea lor simultană nu ne ajută să diferențiem pe piața liberă prețul de piață de prețul de monopol.

²¹⁰ *Ibidem*, p. 211

²¹¹ *Ibidem*, p. 278. Despre conceptul de comparație contrafactuală și importanța sa, vezi Jörg Guido Hülsmann, *Facts and Counterfactuals in Economic Law*

Israel M. Kirzner remarcă tocmai absența notorie a antreprenorului atât din modelul concurenței perfecte, cât și din cel neoclasic al monopolului: „Proprietarul resursei se confruntă cu o curbă a cererii dată – și pe deplin cunoscută – pentru serviciile resursei sale; el trebuie să decidă doar în ce punct anume de pe această curbă a cererii să se plaseze”²¹². După cum am accentuat mai sus, Ludwig von Mises nu comite o asemenea greșală: ofertantul unic rămâne un antreprenor, el trebuie să estimeze configurația cererii și eventuala posibilitate de a beneficia de creșterea veniturilor totale/profitului prin restrângerea cantității oferite. Această a treia condiție impusă de Ludwig von Mises pentru atingerea prețului de monopol scade impactul considerat negativ al monopolului pe o piață liberă, din moment ce o parte din monopolști este de presupus că va anticipa eronat.

3.2.4 Restrângerea producției și cererea de rezervare

În cele ce urmează vom analiza unul dintre argumentele pe care se bazează diferențierea dintre prețul de monopol și prețul competitiv. Vom susține, asemenea criticilor anteriori ai teoriei neoclasică a monopolului, că restrângerea producției, prin care se susține că monopolistul poate ajunge la un preț de monopol, nu poate constitui elementul de departajare conceptuală între cele două tipuri de prețuri, de piață liberă și de monopol.

În al doilea rând, și mai important, vom demonstra că Ludwig von Mises modifică termenul de comparație de la prețul de piață la prețul competitiv de echilibru²¹³, pentru ca

²¹² Israel M. Kirzner, *Discovery, Capitalism, and Distributive Justice*, p. 114

²¹³ Jeffrey M. Herbener interpretează teoria misesiană a monopolului ca desfășurându-se într-un cadru de echilibru, înzestrat cu virtuți de optimalitate a bunăstării. Întrebarea centrală rămâne însă: pe baza cărui criteriu putem diferenția prețul pieței de prețul de monopol în lumea reală? Pentru o importantă reinterpretare a rolului și locului construcției imaginare a echilibrului, a se vedea Jörg Guido Hülsmann, *A Realist Approach to Equilibrium Analysis*. Chiar în cazul în care am accepta echilibrul ca standard față de care am evalua impactul prețului de monopol, tot nu putem identifica o reducere comparativă a bunăstării. Aceasta întrucât deplasările către și dinspre poziția de echilibru reprezintă schimburi voluntare pe o piață liberă, prin urmare fiecare dintre ele

în exemple să revină la primul²¹⁴. Pentru Ludwig von Mises, atingerea unui preț superior (prețul de monopol) decât în alte condiții (prețul competitiv) este rezultatul unei restrângeri monopoliste a producției. Această reducere comparativă a ofertei explică, în cadrul misesian, satisfacția mai redusă a consumatorilor, pierderea lor comparativă de bunăstare²¹⁵. „Restrângerea producției” este parte integrantă a pieței, care nu poate fi departajată de funcționarea acesteia, de formarea pe piață a prețurilor²¹⁶. Ludwig von Mises numește acest proces „stare simplă de repaos”, care este compatibilă, în viziunea lui, cu existența unei cereri de rezervare, adică a unei cantități produse, dar neoferite spre vânzare fie ca urmare a unei dorințe de consum din partea producătorului, fie a unei intenții speculative de vânzare ulterioară în condiții mai profitabile²¹⁷. Cu privire la „starea simplă de repaos”, Ludwig von Mises scrie: „Oamenii nu încetează de a efectua schimburi pe piață decât în momentul când nu mai este posibil nici un nou schimb, deoarece nici una dintre părți nu mai anticipează alte ameliorări ale propriei sale condiții de pe urma vreunui nou schimb. Cumpărătorii potențiali consideră prețurile cerute de către vânzătorii potențiali nesatisfăcătoare și viceversa. Nu mai au loc tranzacții. Apare o stare de repaos. Această stare, pe care o putem numi *stare simplă de repaos* (*plain state of rest*) nu este o construcție imaginară. Ea se produce efectiv, în mod recurent... Doar acei vânzători și cumpărători potențiali care consideră prețul de piață prea mic sau prea mare n-au vândut sau, respectiv, n-au cumpărat...”²¹⁸ Rezultă că Ludwig von Mises pare să accepte compatibilitatea dintre prețurile competitive și cererea de rezervare, adică

reprezintă, conform criteriului rothbardian al preferinței demonstrate, amintit anterior, o sporire contrafactuală a bunăstării (ori, mai corect spus, un optim al bunăstării, date fiind condițiile). Așadar, chiar dacă definim coerent prețul de monopol pe o piață liberă, aceasta nu conduce la concluzia reducerii bunăstării și nici nu poate fi utilizată pentru a justifica intervenția statului. Îi mulțumesc lui Dan Cristian Comănescu pentru acest argument.

²¹⁴ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 369, unde utilizează expresia „preț potențial competitiv de piață”, evident un mix al celor două concepte.

²¹⁵ Pentru ideea că, indiferent de reacția particulară a consumatorilor în fața unui preț superior, „satisfacția acestora pare să fie prejudiciată în lumina propriilor preferințe”. *Vezi* Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 381-382

²¹⁶ Identice cu „prețurile de piață” non-monopol. *Ibidem*, p. 278

²¹⁷ Pentru conceptul de cerere de rezervare, *vezi* Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 118-123

²¹⁸ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 245

reținerea de către producător a unei părți a ofertei în vederea consumului propriu ori a speculației²¹⁹. Aceasta înseamnă că diferența dintre prețul competitiv și cel de monopol, din acest punct de vedere, se reduce la o diferență de grad a restricționării producției, nu este o diferență de natură, ceea ce conduce la concluzia că nu putem utiliza restricționarea producției ca un criteriu de diferențiere între prețul competitiv și prețul de monopol.

În capitolul în care tratează pe larg prețurile de monopol, Ludwig von Mises renunță la caracterizarea de mai sus a prețurilor competitive, care nu i-ar fi permis, după cum am arătat, distingerea acestora de prețurile de monopol. El utilizează, așadar, o descriere a prețurilor competitive foarte apropiată de cea a stării de echilibru final²²⁰. Printre avantajele utilizării diferitelor tipuri de echilibru nu se încadrează însă și acela de a explica de ce oamenii schimbă anumite bunuri în anumite momente și nici la ce rate de schimb se realizează tranzacțiile respective. *Ex ante*, din punctul de vedere al participanților la schimb, termenii schimbului sunt percepuți ca favorabili, iar prețul este unul de echilibru, iar faptul că *ex post* unul sau chiar ambii parteneri regretă schimbul, adică apreciază că ar fi putut utiliza mai profitabil bunul aflat în proprietatea sa, nu invalidează afirmația anterioară.

Ludwig von Mises modifică astfel conținutul expresiei „prețuri competitive”, acestea având uneori semnificația de prețuri reale de piață²²¹, iar alteori de prețuri de echilibru final²²². Interpretarea noastră este confirmată de o scurtă abordare târzie de către el a prețurilor de monopol, în care acestea sunt privite ca o excepție a „tendinței dominante a pieței de a adapta producția cât mai mult posibil la dorințele consumatorilor”²²³. Aici accentul este pus nu pe formarea prețurilor în lumea reală, ci pe tendința către echilibru, „către o situație în care oferta și cererea coincid. La acest preț ...

²¹⁹ Pentru o discuție detaliată, vezi Walter Block, *Austrian Monopoly Theory – A Critique*.

²²⁰ Ludwig von Mises, *op. cit.*, p. 246

²²¹ *Ibidem*, p. 278

²²² *Ibidem*, p. 354

²²³ *Idem, Market*, în *Classics in Austrian Economics*, Israel M. Kirzner, ed., Volume III, *The Age of Mises and Hayek*, William Pickering, London, 1994. Aceași abordare a prețurilor competitive de accentuare a echilibrului atins pe termen lung poate fi găsită și într-un articol al aceluiași autor scris în 1944 și publicat, sub titlul *Monopoly Prices*, în *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 1, nr. 2, 1998

pentru care vom utiliza conceptul preferabil de preț final – oricine dorește să cumpere poate să o facă și oricine dorește să vândă poate vinde”²²⁴. Comparativ cu această interpretare, redăm considerațiile lui Ludwig von Mises din *Human Action*: „Prețurile competitive sunt rezultatul unei ajustări complete a vânzătorilor la cererea consumatorilor. La prețul competitiv întregul stoc disponibil este vândut, iar factorii specifici de producție sunt întrebuințați în măsura permisă de prețurile factorilor complementari nonspecifici. Nici o parte din stocul disponibil nu este permanent reținută pentru a nu fi vândută pe piață, iar unitatea marginală a factorilor de producție întrebuințați nu duce la încasarea nici unui venit net”²²⁵.

Așa cum am accentuat mai sus, faptul că o ofertă potențială nu este în mod permanent retrasă de pe piață este absolut irelevant pentru formarea prețurilor la un anumit moment. Mărima prețului ar fi aceeași dacă cantitatea produsă este distrusă sau este păstrată cu intenții speculative. Accentul pus pe „prețul final”, la care întreaga cantitate produsă va fi vândută pe piață, nu se încadrează în cadrul general misesian, în care se depun strădanii pentru explicarea prețului real de piață, nu a prețului de echilibru (construcția imaginară a economiei uniform repetitive).

În articolul *Profituri și pierderi. Natura economică a profiturilor și a pierderilor*, Ludwig von Mises se repliază pe poziția corectă, infirmând, practic, propria teorie, expusă în *Human Action*: „Un antreprenor, care are la dispoziția sa 100 de unități de capital, utilizează, de pildă, 50 de unități pentru producția de p și 50 de unități pentru producția de q . Dacă ambele direcții sunt profitabile, este anormal să i se reproșeze că n-a utilizat mai multe unități, de exemplu 75, pentru producția de p . El nu putea spori producția de p decât reducând corespunzător producția de q . Alți nemulțumiți i-ar putea reproșa aceeași greșeală și referitor la q . Dacă unul îi va reproșa că n-a produs mai mult p , altul va trebui să-i reproșeze, dimpotrivă, că n-a produs mai mult q . Aceasta înseamnă că antreprenorul este criticat pentru faptul că există o raritate a factorilor de producție și că pământul nu este un tărîm al abundenței”²²⁶.

²²⁴ *Idem, Market*, p. 153

²²⁵ *Idem, Human Action*, p. 354

²²⁶ *Idem, Profituri și pierderi. Natura economică a profiturilor și a pierderilor*, p. 113

Monopolistul este acuzat, în realitate, în mod absurd, de a încerca să ia cea mai bună decizie posibilă într-un univers al rarității. Ludwig von Mises subliniază aici, în mod pertinent, faptul că monopolistul se confruntă cu exact același tip de problemă, general economică, asemenea oricărui alt producător.

3.3 Operaționalitate și drept

Critica adresată de Murray N. Rothbard²²⁷ teoriei neoclasice a prețului de monopol, inclusiv teoriei misesiene, vizează validitatea conceptuală și operațională a prețului de monopol. Analiza sa demonstrează că nu putem diferenția prețul de monopol de celelalte prețuri ale pieței libere. De reținut că întreaga discuție se derulează pe o piață liberă de orice intervenție a statului.

Validitatea juridică, cu alte cuvinte pertinenta incriminării în justiție a unui producător pe motivul unor practici monopoliste, formează obiectul unei discuții separate. Murray N. Rothbard ar fi putut cu multă ușurință să repudieze relevanța juridică a prețului de monopol, subliniind doar aspectul pur voluntar, non-agresiv, al schimburilor pe o piață liberă, context pe care îl analizează. Argumentele dezvoltate îi sunt însă de folos, întrucât efectele atribuite prețului de monopol pe o piață liberă se regăsesc pe deplin pe o piață obstrucționată, pe care statul acordă privilegii speciale, denumite privilegii de monopol.

Într-un articol relativ recent²²⁸, Hans-Hermann Hoppe și Walter Block identifică eroarea teoretică implicită a celor ce îl incriminează pe monopolist: drepturile de proprietate definite nu în termeni fizici, operaționali, non-conflictuali în principiu și non-contradictorii, ci în termeni valorici²²⁹. Cu aplicație la cazul monopolului, cumpărătorul pare să aibă un fel de drept de a hotărî *unilateral* cât anume să fie adus pe piață și la ce

²²⁷ Vezi Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 560-660

²²⁸ Hans-Hermann Hoppe and Walter Block, *On Property and Exploitation*, în *International Journal of Value-Based Management*, 15, 2002

²²⁹ De asemenea, Armen Alchian crede că protejarea proprietății private se referă la atributele fizice ale acesteia, nu la valoarea de schimb sau la diverse stări psihologice ale celorlalți. Vezi Armen Alchian, *Some Economics of Property Rights*, p. 131-132

preț, ceea ce, din punct de vedere strict economic este imposibil, iar etic este echivalent cu negarea parțială a dreptului proprietarului asupra proprietății sale legitime. Formarea unui preț depinde de existența a două persoane cu evaluări inverse pe scările lor de valori a celor două bunuri care se schimbă. Schimbul este posibil când cumpărătorul apreciază mai mult bunul pe care dorește să-l achiziționeze decât acela la care renunță; asemenea, vânzătorul. Determinarea unilaterală a prețului de către consumator, fără a ține seama de producător/vânzător nu este posibilă dacă ținem cont de faptul că orice cumpărător este doritor să achiziționeze bunul la un preț cât mai scăzut, la limită, să primească inclusiv cadouri.

Dacă monopolistul poate fi dat în judecată pentru că practică un preț „prea mare”, atunci orice alt vânzător, pe o piață cu mai mulți ofertanți, poate fi, în egală măsură, învinuit că nu practică un preț mai scăzut. Să nu uităm că, din perspectiva cumpărătorului, nici un preț nu este îndeajuns de scăzut. Este suficient să aplicăm simetric propunerea de a acorda cumpărătorului un drept asupra unui anumit preț al bunului, cu alte cuvinte, să încercăm să o universalizăm, și eroarea va deveni evidentă. Vânzătorul unui bun, „monopolistul”, în cazul de față, vinde un bun și cumpără un alt bun, o anumită sumă de bani. Așadar, în calitate de cumpărător al bunului „bani”, el ar trebui să se bucure de „dreptul”, recunoscut ca atare cumpărătorului bunului său, de a achiziționa o anumită cantitate de bani. Vânzătorul devine, astfel, cvasi-proprietar (nelegitim, desigur) asupra banilor deținuți de cumpărător, pe când acesta se bucură de același „drept” asupra bunului vânzătorului. Schema este conflictuală și insolubilă, în fond. Chiar dacă acceptăm smulgerea inițială a proprietății, rămânem fără o teorie a formării prețurilor. Tot ce putem spune este că fiecare persoană are „dreptul” să smulgă orice bun dorește din posesia oricărei alte persoane.

Identificarea economică a prețului de monopol este o condiție necesară, dar nu și suficientă pentru ca acest concept să devină relevant în drept²³⁰. Diferențierea economică

²³⁰ Israel M. Kirzner consideră că presupusa încălcare a principiului suveranității consumatorului, de care s-ar face vinovat monopolistul ca proprietar unic al unor resurse, ar justifica intervenția statului. „În această situație – și *numai* în această situație – ar fi într-adevăr rațional din partea consumatorilor să apeleze la puterea politică pentru a modifica rezultatele pieței libere”. Israel M. Kirzner, *Mises and his understanding of the capitalist system*, p. 223. O opinie identică și la p. 224, cu toate că validitatea

a prețului de monopol de un alt tip de preț, al pieței, s-ar baza pe criterii de ordin noncantitativ. Dimensionarea cantitativă ar putea fi rezultatul unei aprecieri de ordin antreprenorial în sistemul judiciar concurențial al pieței libere, așa cum restituția monetară cuvenită victimei unui viol nu ar fi în pericol de a fi anulată doar din motive de dificultate.

Devierea atenției dinspre proprietate, condițiile ofertei (în cazul de față) către prețul de monopol exprimă dorința unor economiști de a oferi o soluție pur economică acestei probleme. Simpla monopolizare a ofertei unui bun, factor de producție sau bun de consum, nu este, desigur, suficientă pentru a susține cauza consumatorilor „împietăți”, din moment ce nu există certitudinea că cineva dorește, în fond, să cumpere bunul cu pricina.

Ludwig von Mises arată, în esență, că elementul antreprenorial este omniprezent, că simpla existență a unor condiții exterioare, deținerea monopolului asupra unui bun, nu este suficientă pentru identificarea prețului de monopol. Exemplul său cu cartea asupra căreia deține monopolul ofertei, dar nimeni nu o cumpără, dovedește clar că monopolistul însuși este supus supremației consumatorului, mai degrabă el se supune de bună voie exprimării libere de către consumatori a preferințelor proprii. Din moment ce condiția necesară și suficientă pentru ca aceasta să se întâmple este absența coerciției, cu uneltele de lucru specific misesiene ajungem la concluzia că monopolistul nu „atentează” în nici un fel la bunăstarea consumatorilor.

Accentul pus de Murray N. Rothbard și Hans-Hermann Hoppe²³¹ asupra absenței operaționalității conceptului de preț de monopol poate să ne inducă în eroare. Există și alte concepte care nu sunt operaționale, dar sunt praxeologice, iar antreprenorial este posibilă estimarea lor; este vorba de cele trei componente ale ratei dobânzii de piață: rata originară a dobânzii (rata socială a preferinței de timp), componenta antreprenorială și

operațională a criteriului prețului de monopol este îndoielnică, recunoaște însuși Israel M. Kirzner.

²³¹ *Vezi, de exemplu, Hans-Hermann Hoppe, Review of „Man, Economy, and Liberty: Essays in Honor of Murray Rothbard”*

prima de preț (anticiparea creșterii viitoare a prețurilor)²³². Problema cu prețul de monopol este că nu-i putem asocia o definiție *praxeologică*, că, din acest punct de vedere, nu putem diferenția prețul de monopol pe o piață liberă și prețul de piață. Dacă operaționalitatea ar fi singura dificultate în cazul unui proces în care este implicat un monopolist, putem lăsa la latitudinea pieței libere, a judecătorilor stabilirea unei restituții, situație care nu ar fi cu mult diferită de aceea în care s-ar stabili o restituție monetară la o agresiune corporală, de pildă. Dacă monopolul ar acționa într-adevăr agresiv pe o piață liberă, apelarea la instanța judecătorească ar permite, așadar, operaționalizarea.

Nu acesta este însă cazul monopolului pe o piață liberă. Pe o astfel de piață nu am putea intenta proces monopolistului nu pentru că este *dificilă* cuantificarea, estimarea pagubei pe care a produs-o acesta consumatorilor, ci pentru că nu există *nici un fel de prejudiciu adus consumatorilor, nici o încălcare a proprietății legitime a acestora*. Este necesar să amintim aici că, dintr-o perspectivă liberală, utilizarea forței restitutive este strict circumscrisă cazurilor de încălcare (fizică) a drepturilor de proprietate legitime²³³. Reglementările antimonopol fac astfel parte dintr-o categorie mai largă de schimburi economice voluntare îngrădite de stat²³⁴.

Dacă teoria neoclasică ar oferi o viziune unitară, noncontradictorie asupra economiei ar trebui să aplice propria teorie a monopolului împotriva monopolurilor

²³² Murray N. Rothbard remarcă diferența dintre conceptele praxeologice și conceptele operaționale: „S-ar putea obiecta că există numeroase concepte teoretice, cu adevărat indispensabile, care nu pot fi practic izolate în forma lor pură în lumea reală... Aceste concepte [componentele ratei dobânzii] *pot fi, fiecare în parte, definite în termeni independenți unii de alții și distincți de realitatea complexă ce face obiectul investigației...* Ele pot fi astfel analizate pentru că fiecare din aceste componente *se bucură de o definiție independent de fenomenul complex al ratei dobânzii de piață și, în plus, sunt în mod independent deductibile din axiomele praxeologiei*”. Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 613. Cazul prețului de monopol este diferit: „În acest caz, nu există, după cum am văzut, *nici o cale independentă prin care să putem defini și diferenția un <<preț de monopol>> de un <<preț competitiv>>*. Nu există o regulă anterioară disponibilă care să ne orienteze în stabilirea diferenței”. *Ibidem*.

²³³ Idee dezvoltată, de exemplu, de Murray N. Rothbard în *The Ethics of Liberty* și în *For a New Liberty*, Fox&Wilkes, San Francisco, 1978, și de Walter Block în *Libertarianism și libertinism*, http://misesromania.org/carti/pledoarii/prefata.htm#_ftn1

²³⁴ Pentru o listă cuprinzătoare și apărare a unor „infrațiuni fără victime”, vezi Walter Block, *În apărarea indezirabililor: peștele, prostituata, spărgătorul de grevă, patronul, calomniatorul, cămătarul și alți stigmatizați din galeria șmecherilor societății americane*

create de stat. Dacă monopolul trebuie desființat, de ce să ne limităm la producătorii privați și să nu eliminăm monopolul coercitiv al băncii centrale²³⁵ sau însuși monopolul asupra forței, care definește statul²³⁶.

Caracterul agresiv al monopolului deținut de banca centrală este evidențiat, de pildă, de impunerea monedei naționale ca mijloc legal de plată (*legal tender law*), de restricțiile la intrarea pe piața băncilor comerciale, de reglementările privind omogenizarea produselor bancare. Această din urmă măsură reprezintă, în realitate, o facilitate, un privilegiu de monopol, acordat băncilor comerciale, cărora li se îngăduie din punct de vedere legal amalgamarea celor două contracte, diferite juridic și economic, de depozit și de împrumut. Susținute de banca centrală ca împrumutător de ultimă instanță și de legislația bancară, băncile comerciale pot, în consecință, să păstreze o rezervă fracționară la depozite, prin perpetuarea iluziei dublei disponibilități simultane asupra aceleiași proprietăți. Manipularea de către stat prin instituția sa monetară, banca centrală, a banilor se soldează cu redistribuiri de avuție, pe calea inflației simple și a expansiunii creditului, și cu cicluri economice, recurența unor false avânturi economice (*boom*), în decursul cărora fenomenul malinvestițiilor este predominant, urmate de necesare, dar dureroase, perioade de însănătoșire a economiei (*bust*)²³⁷.

De remarcat faptul că, în acest exemplu al monopolului asupra producției monetare, monopolul de stat este justificat apelându-se la diverse alte teorii, la rândul lor nefundamentate, ca teoria bunurilor publice²³⁸, necesitatea unei „reglări fine” a masei

²³⁵ Vezi, de exemplu, Pascal Salin, *Libéralisme*, p. 183

²³⁶ Apărătorii consecvenți ai intervenției „corective” a statului pe piața liberă, împotriva ofertanților unici de bunuri ar trebui să recunoască, în măsura în care își clădesc argumentația doar pe teoria neoclasică a monopolului, cel puțin o contradicție, și anume că încearcă să utilizeze un „monopol al violenței legitime”, cu alte cuvinte, statul, pentru a combate un alt monopol.

²³⁷ Pentru o descriere a consecințelor manipulării de către stat a banilor și a activității bancare, vezi Ludwig von Mises, *Human Action*, cap. 19; *idem*, *Politici economice. Gânduri pentru cei de azi și cei de mâine*; Murray Rothbard, *What Has Government Done to Our Money?* și *Man, Economy, and State*; despre deosebiri juridice dintre cele două tipuri de contracte, Jesus Huerta de Soto, *Money, Bank Credit and Economic Cycles*

²³⁸ Pentru critica de către unii economiști austrieci a teoriei prevalente a bunurilor publice, vezi Hans-Hermann Hoppe, *A Theory of Socialism and Capitalism*; *idem*, *The Economics and Ethics of Private Property*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 1993.

monetare pentru atingerea unor alte scopuri, echilibrarea cererii de bani cu oferta de bani, promovarea investițiilor etc.

Cu toate că se bucură de privilegii în raport cu competitorii lor potențiali pe o piață liberă, producătorii avantajați nu pot fi încadrați, fără o analiză prealabilă, în categoria agresorilor. Dacă ei au pledat în mod activ pentru unele privilegii, implicit pentru excluderea agresivă a celorlalți ofertanți (eventual potențiali), printr-o înțelegere de tip contractual, ceea ce presupune *enforcement*, mită ofensivă, cum o numește Murray N. Rothbard²³⁹, atunci sunt pasibili de restituție, alături de angajații statului implicați nemijlocit în aparatul agresiv, la identificarea victimelor. Altminteri, soluția este simplă, îndepărtarea privilegiilor de monopol și restaurarea concomitentă a pieței libere.

3.4 David Friedman și critica adresată teoriei neoclasice a monopolului

David Friedman pornește de la direcționarea, în condiții de *laissez faire*, a bunurilor către „cele mai înalt valorizate utilizări” ale lor ca standard de eficiență în alocare, atribuind noțiunii de „cea mai valorizată utilizare” o semnificație pur monetară. La nivel social, el recurge la compararea agregativă a utilităților. David Friedman scrie: „Atâta timp cât eu vând lapte pentru o sumă mai mare decât ceea ce mă costă pe mine, cumpărătorii care valorizează laptele mai mult decât costul pe care îl suport eu, dar mai puțin decât prețul său nu îl vor obține, ceea ce este ineficient”²⁴⁰. El utilizează aici standardul neoclastic de eficiență al egalității dintre preț și costul marginal, care caracterizează echilibrul economic. Însă costul marginal al producerii unei unități suplimentare din bunul respectiv nu este dat doar de costul de producție, ci înglobează și pierderile contrafactuale, cu alte cuvinte sporul de venit *total* pe care producătorul l-ar putea încasa la o producție mai redusă și care acum nu se mai poate atinge. „Unitatea marginală” relevantă pentru decizia producătorului și care intră în judecățile sale de estimare a profitului sau a pierderii nu este bucata, kilogramul sau tona din produsul său,

²³⁹ Murray N. Rothbard, *Power and Market*, p. 75

²⁴⁰ David Friedman, *Law's Order. What economics has to do with law and why it matters*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 2000, p. 245

acestea fiind doar unități tehnologice, ci acea cantitate de bunuri produse care, potrivit propriilor estimări anticipative, i-ar aduce profit. La fel stau lucrurile și în cazul consumatorului, unitatea marginală este acea cantitate de bun care, în opinia sa, *ex ante*, este adecvată, în calitate de mijloc, pentru atingerea unui scop. Așadar, mărimea tehnologică a unității marginale este teleologic determinată. David Friedman discută în termeni secvențiali, astfel: producerea încă a unei bucăți de bun, considerată individual, este rentabilă? Cu alte cuvinte, prețul este mai ridicat decât costul contabil de producere a unității? În sine, analiza este validă, însă contradicția apare odată cu agregarea acestor alegeri secvențiale în timp. Din analiza lui David Friedman transpare ideea că el consideră „suma” alegerilor individual rentabile ca fiind echivalentă cu alegerea reală a producătorului, care ia în considerație în calculul său costurile și veniturile aferente întregii producții. Diferența se explică prin aceea că datele pieței se modifică, prețul de vânzare al bunului scade, costurile de producție sporesc odată cu creșterea ofertei, *ceteris paribus*.

Cu toate că utilizează instrumentele teoretice și analiza neoclasică îndeobște prezentată pentru a susține ineficiența monopolului, ca unic vânzător pe piață, David Friedman dovedește un fin simț istoric. Astfel, el neagă nu ineficiența monopolului, ci pune semne serioase de întrebare cu privire la incidența și stabilitatea monopolului. Ideea pe care o respinge David Friedman este aceea că, în mod necesar, concurența va duce la monopol²⁴¹. Astfel, încercarea de a atinge o poziție dominantă pe piață este însoțită de costuri nu numai în prezent, prin vânzarea la prețuri mai mici decât costurile de producție ale concurenților, care pot să fie, de asemenea, nerentabile și pentru firma ce adoptă această tactică, ci și în viitor. Prețul însă trebuie să rămână suficient de scăzut pentru a nu încuraja intrarea pe piață, în viitor, a unor concurenți potențiali²⁴². Aceeași exigență trebuie să o îndeplinească și un „monopol natural” – să spunem că aici „natural” nu înseamnă că este în natura bunului cu pricina ca un singur producător să își poată desfășura activitatea în condiții de rentabilitate pe piață, ci evaluările subiective ale consumatorilor sunt astfel încât „aprobă” prin alegerile lor o singură firmă, la un anumit moment. Iar manifestarea acestor preferințe ale consumatorilor necesită existența unei

²⁴¹ *Idem, Vers une Société sans Etat, Les Belles Lettres, Paris, 1992, p. 46-70*

²⁴² *Ibidem, p. 49*

libertăți de alegere, atât a consumatorilor cât și a producătorilor. „Emergența” și menținerea unui monopol natural este, la rândul său, rezultatul unui proces continuu de selecție antreprenorială. Nu există, așadar, nici un fel de algoritm prin care să stabilim *ex ante* dacă se va manifesta și cât timp acest fenomen al monopolului natural. Intervenția statului, în acest caz, se înscrie în aceeași categorie a nonoperaționalității și a noncalculabilității, de care economiștii austrieci acuză, în egală măsură, teoria neoclasică a bunurilor publice. Distincția pe care o face David Friedman între monopolul natural și cel artificial, acesta din urmă fiind obținut prin practicarea așa-numitului *dumping*, nu stă în picioare tocmai din acest motiv. El susține că vorbim de monopol artificial în situația în care o firmă sau un cartel încearcă să obțină controlul pe o piață unde nu există condiții de monopol natural²⁴³. Selecția pe piață nu exclude posibilitatea vânzării, pe termen scurt, „în pierdere”, cu scopul de a elimina concurența. În fond, cine decide că vânzarea la un preț mai scăzut decât costul contabil trecut reprezintă o pierdere în noul context al pieței? În raport cu anticiparea antreprenorială inițială, este vorba, desigur, de o pierdere, însă condițiile s-au modificat, astfel că vânzarea la acest preț poate fi considerată ca o investiție suplimentară, cea mai rentabilă, având în vedere scopul producătorului, acela de a vinde mai scump o cantitate mai scăzută după ce va fi reușit să fie unic producător/vânzător pe piață. Acest tip de comportament antreprenorial nu iese din sfera relațiilor de piață, pentru a putea diferenția, astfel, monopolul natural de monopolul artificial. Putem vorbi, cel mult, de o diferențiere realizată *ex post*, după ce firma dornică să devină unic producător nu reușește să își „elimine” concurenții. Care este însă intervalul de timp relevant pe care îl utilizăm pentru a vorbi de „monopol natural”, de „monopol artificial” și de firme ce concurează pe piață, din moment ce preferințele consumatorilor se modifică în permanență?

David Friedman punctează în mod corect că monopolul de stat direct și cel obținut în urma reglementării de către stat – sau „monopolul de stat în mâini private”, după cum îl numește – sunt cele care predomină, observație la care ajunge în urma unei cercetări de ordin istoric. Analiza sa este însă, din păcate, viciată de faptul că el acceptă criteriile neoclasiche ale ineficienței monopolului, cu alte cuvinte găsește deficitar monopolul de stat, de pildă, în comparație cu concurența dintre mai multe firme pe piață.

²⁴³ *Ibidem*, p. 50

Pe ce instrumente s-ar baza David Friedman dacă ar trebui să decidă între un monopol de stat și un monopol privat autentic (unic vânzător) pe piață? Potrivit propriei analize, el nu ar putea apela decât, cel mult, la dinamismul pieței, care, prin concurența indirectă, a cărei existență o recunoaște, pe care o exercită producătorii potențiali de bunuri substituibile, ar conduce la ieșirea din situația de monopol (privat). Lucru care este mai puțin probabil atunci când statul este cel care gestionează resursele, direct sau indirect, modalitate prin care reușește să își însușească venituri mai mari de la populație și/sau să redistribuie averea către clienții politici agreați. David Friedman conchide: „Puterea monopolistă există doar atunci când o întreprindere poate controla prețul impus de concurenții săi actuali și poate împiedica intrarea pe piață a noi concurenți. Modalitatea cea mai eficace de a atinge acest obiectiv este aceea de a apela la puterea autorităților. În economia noastră, există un număr considerabil de elemente de monopol, practic însă, toate sunt produse de autorități, ele neputând să existe în contextul unor instituții în care se manifestă doar sistemul proprietății private”²⁴⁴. El ajunge, astfel, la concluzia că monopolurile actuale își datorează existența și dezvoltarea intervenției statului, nu funcționării pieței.

3.5. O critică la adresa modelului concurenței perfecte din perspectiva Școlii Austriece de Economie

Cu toate că ambele abordări – neoclasică și misesiană – pleacă de la condiția necesară a existenței unui monopol asupra ofertei bunului în cauză, discuția evoluează diferit. La Ludwig von Mises, condiția care se referă la proprietatea producătorului se „lovește”, pe piață, de existența unei anumite configurații a cererii, și anume elasticitatea acesteia. Așadar, atingerea prețului de monopol este posibilă doar dacă o permit dorințele consumatorilor (inelasticitatea cererii) și doar dacă monopolistul, ca antreprenor, anticipează corect reacția consumatorilor, aspecte discutate mai sus. La neoclasici, consumatorii par a nu mai avea nici un cuvânt de spus: configurația cererii pare a fi determinată nu de preferințele cumpărătorilor, ci de numărul de producători. Dacă pe o

²⁴⁴ *Ibidem*, p. 69

piață cu „mulți” producători, cererea perfect elastică rezultă din concurența dintre aceștia, pe piața monopolistă curba cererii își recapătă alura obișnuită, descrescătoare, ca urmare a existenței unui singur ofertant. Putem deduce de aici că în modelul neoclasic cererea este într-un anumit sens „determinată” de către ofertă, acuză destul de gravă, dacă ne gândim la faptul că, din punct de vedere metodologic, este absolut necesar ca acestea să fie independente una de cealaltă, ca manifestări ale libertății de alegere a unor persoane diferite²⁴⁵.

O altă deosebire ar fi standardul diferit de judecare a situației de monopol. Așa cum am arătat mai sus, Ludwig von Mises oscilează între funcționarea pieței reale și echilibru, pe când neoclasicii preferă concurența perfectă ca etalon. Analizăm în cele ce urmează două dintre trăsăturile pieței cu concurență perfectă, care lipsesc pe piața cu monopol, conferindu-i acesteia trăsături de suboptimalitate, în viziunea neoclasică. Este vorba, în primul rând, de curba cererii perfect elastică pentru firma individuală. Analiza poate fi îndreptată în două direcții: o poziție mai permisivă recunoaște posibilitatea existenței unei curbe a cererii perfect elastică numai pe o anumită porțiune²⁴⁶, ceea ce oricum invalidează teoria neoclasică ce pretinde că există o curbă infinită, perfect orizontală a cererii.

O altă abordare, mai radicală, ar putea respinge orice zonă de orizontalitate a curbei cererii, care reprezintă o încălcare a legii utilității marginale. Ca exemplu de curbă a cererii orizontală, să considerăm că preferințele celor 100 de consumatori pe piața

²⁴⁵ Vezi, de exemplu, Jörg Guido Hülsmann, *Facts and Counterfactuals in Economic Law*

²⁴⁶ Murray N. Rothbard nu este foarte clar în ceea ce privește existența unei curbe a cererii perfect orizontală, fie și pe o porțiune foarte redusă. Astfel el afirmă că „nu poate exista o firmă care să nu aibă *nici o* influență asupra prețului”; aceeași idee, mai departe: „... din modul în care am construit curba cererii, este clar că nu poate exista *nici o* porțiune, oricât de mică, a curbei cererii care să fie orizontală, cu toate că pot exista porțiuni verticale”. Dar tot el afirmă, pe aceeași pagină: „Este evident, curba cererii pentru o firmă *nu poate* fi perfect elastică pe toată lungimea sa.” [n. ns.] Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 633. Walter Block, William II Barnett și Stuart Wood pleacă de la presupuziția existenței unei „curbe a cererii negativ înclinată”, fără însă a demonstra, caz în care „nu *poate* exista o reducere nulă a prețului” atunci când o firmă decide să vină pe piață cu o ofertă mai mare. Ei presupun, de asemenea, că vechiul preț era unul de echilibru. Walter Block, William II Barnett and Stuart Wood, *Austrian Economics, Neoclassical Economics, Marketing, and Finance*, în *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 5, nr. 2, (Summer, 2002), p. 53

bunului X sunt astfel încât fiecare ar cumpăra o unitate din acest bun la prețul maxim de 100 \$. Cum am reprezenta aceste preferințe printr-o curbă a cererii pentru firma individuală, ținând cont că pe această piață activează trei firme? Să presupunem, în plus, că prima firmă vinde 60 de unități, a doua 30, iar a treia 10. A susține că fiecare dintre cele trei firme se confruntă cu o curbă a cererii orizontală până la cantitatea $Q=100$ este criticabil. Punctul relevant, vizibil, pe curba cererii este reprezentat de cantitatea efectiv vândută, în cazul primei firmei, 60 de unități. Nu putem considera ca punct pe curba cererii, care este construită *ex ante*, o cantitate mai mare de 60 de unități, întrucât ar echivala cu recunoașterea unui dezechilibru *ex ante*, în sensul că s-ar dori cumpărarea a 100 de unități de la fiecare firmă, dar sunt oferite doar 60, 30, respectiv 10 unități, ceea ce pentru firma individuală înseamnă penurie devine echilibru la nivelul întregii piețe. Analog, existența unor puncte pe curba cererii individuale care ar arăta că la prețul de 100 \$ se dorește cumpărarea a 1, 2, etc. până la 60 de unități pornește de la presupuziția unui ignoranțe *ex ante*: primul punct de coordonate (1, 100 \$) nu ia în calcul existența altor cumpărători care ar oferi tot 100 \$ pentru o unitate. În realitate, punctele respective trebuie interpretate ca aparținând unor curbe diferite ale cererii (este vorba de creșterea cererii). Am discutat aici de puncte pe curba cererii, întrucât „curba” cererii nu este continuă: se vând și se cumpără, adică fac obiectul acțiunii umane, unități discrete, nu infinit divizibile din bunurile economice²⁴⁷. De asemenea, partea vizibilă a curbei cererii este, cum am mai precizat, punctul de coordonate (cantitate vândută, preț agreeat). Celelalte puncte nu sunt vizibile, reprezintă alternativele a căror realizare a fost împiedicată de însuși actul alegerii.

În exemplul de mai sus, la nivel de piață, preferințele consumatorilor sunt exprimate prin punctul de coordonate (100 unități, 100 \$), iar pentru fiecare firmă, de asemenea, punctele (60 unități, 100 \$), (30 unități, 100 \$), respectiv (10 unități, 100 \$). Pentru un preț superior acestuia, nu există nici o cantitate cerută, pentru un preț inferior de 90 \$ putem presupune că se mai dorește cumpărarea a 50 de unități. Apare, așadar, un alt punct de coordonate (150 unități, 90 \$), deci, o curbă a cererii descrescătoare. În concluzie, consideră Hans-Hermann Hoppe, curba cererii perfect orizontală din modelul

²⁴⁷ Pentru o critică la adresa reprezentărilor grafice care sugerează continuitatea, *vezi*, de exemplu, Murray N. Rothbard, *op. cit.*, p. 38

concurenței perfecte „contrazice legea utilității marginale, în calitatea sa de propoziție derivată pe cale deductivă din axioma incontestabilă a acțiunii umane”²⁴⁸.

Un alt indiciu al optimalității concurenței perfecte, respectiv al suboptimalității monopolului, este reprezentat de egalitatea dintre preț și costul marginal. Interpretarea relației dintre preț și costul marginal sau costuri în general ne conduce la o discuție mai amplă despre relevanța costurilor în stabilirea prețurilor. Dezideratul egalizării prețului cu costul marginal reflectă exclusiv interesul producătorului. Prețul reprezintă raportul de schimb între două bunuri ca urmare a unui schimb (voluntar) reciproc avantajos. Cei doi participanți se prezintă cu propriile aprecieri ale celor două bunuri, iar existența schimbului reflectă faptul că evaluările celor două bunuri pe scările de valori se află în ordine inversă. Metodologic ni se garantează independența stabilirii preferințelor indivizilor, dar nu există o legătură cauzală necesară care să lege preferințele consumatorilor de cele ale vânzătorilor²⁴⁹. Nici cumpărătorul nu determină în mod strict evaluarea vânzătorului, nici acesta din urmă nu are o influență de tip cauzal asupra evaluării primului. Este adevărat că pentru producător mărimea cererii de rezervare, adică a cantității de bunuri produse, dar nevândute încă, din motive de consum personal sau speculative, este stabilită și în funcție de mărimea prețului pe care consideră că-l poate obține pe piață. Dar și în acest caz este vorba de propriile anticipări ale prețului respectiv. Că evaluarea de către vânzător a bunului produs depinde de costul de producție nu reprezintă altceva decât o distorsionare a adevăratei legături între costul de producție și preț. De fapt, în momentul cumpărării factorilor de producție, capitalistul-antreprenor licitează în limita prețului anticipat pentru bunul pe care-l va vinde. Este posibil ca *ex post* evaluarea sa, ținând cont de noile perspective de vânzare pe care le întrevede, să difere de cea *ex ante*, și suma de bani pe care o pretinde pentru bunul produs poate să fie mai mare, mai mică sau egală cu costul. Chiar în cazul în care suma minimă pe care dorește să o primească de la cumpărător este fixată în funcție de cost, aceasta nu înseamnă că în mod necesar este și preț. Doar dacă există un cumpărător care să accepte pretenția vânzătorului, suma la care se va realiza tranzacția este preț al bunului. Așadar,

²⁴⁸ Hans-Hermann Hoppe, *Review of „Man, Economy, and Liberty: Essays in Honor of Murray Rothbard”*, p. 252

²⁴⁹ Nu numai exprimarea contrafactuală a legilor economice presupune această independență, ci și cea clasică, care utilizează condiția *ceteris paribus*.

nu orice sumă pretinsă de vânzător, indiferent de modalitatea de stabilire a acesteia, reprezintă preț din punct de vedere economic.

Optimalitatea concurenței perfecte rezultă, în teoria neoclasică, din această egalizare a prețului și a costului marginal, ceea ce asigură, totodată, atingerea echilibrului. Dacă această relație de egalitate este pusă sub semnul întrebării, dispare și pretenția de optimalitate. Murray N. Rothbard formulează o critică extrem de severă la adresa acestui ideal al egalizării prețului cu costurile – marginale, medii etc. Consecvent teoriei potrivit căreia costurile sunt subiective, reflectă cea mai bună alternativă la care *un anumit* antreprenor renunță, el consideră că un observator extern nu poate calcula costurile de oportunitate ale capitalistului-antreprenor care alege cea mai bună întrebuințare a proprietății sale. Astfel, Murray N. Rothbard subliniază: „nu există nici un motiv special pentru care firmele să se opună în mod deliberat orientării pe baza unor considerațiuni legate de costul marginal. Scopul lor de a atinge venitul net maxim reprezintă o garanție. Nu există însă un <<cost marginal>> simplu, determinat, întrucât nu există <<un termen scurt>> identificabil, așa cum se presupune în teoria curentă. Firma se confruntă cu o mulțime de perioade de timp variabile, dedicate investițiilor și utilizării factorilor, iar deciziile ei în ceea ce privește politica prețurilor și a producției depind de perioada viitoare de timp pe care o au în vedere. Se referă aceste decizii la cumpărarea unui utilaj nou, sau este vorba despre lichidarea unor stocuri? Considerațiunile legate de costul marginal vor fi diferite în aceste două cazuri”²⁵⁰.

Din cele arătate mai sus nu trebuie să rămânem cu impresia că în viziunea neoclasică există un acord unanim privitor la teoria monopolului. Întâlnim critici (ca, de exemplu, David Friedman) care sunt pertinente, dar se concentrează aproape exclusiv pe aspecte legate de *relevanța* scăzută a unei situații de monopol pe piață²⁵¹. Totodată, sunt subliniate dificultățile întâmpinate de o firmă care dorește să acceadă la o poziție de

²⁵⁰ Murray N. Rothbard, *op. cit.*, p. 612

²⁵¹ Și Murray N. Rothbard punctează ideea că nu toate prețurile pot fi prețuri de monopol pe o piață, întrucât este imposibil, *ceteris paribus*, ca indivizii să fie dispuși să plătească sume mai ridicate pentru cantități mai reduse din toate bunurile achiziționate.

monopol pe piață²⁵². Cele menționate nu se pot însă substitui unei analize teoretice, care să demonstreze dacă există sau nu un preț de monopol diferit de prețul pieței.

Să subliniem că, din păcate, toate dificultățile de ordin tehnic de a atinge o poziție de monopol, menționate adesea, nu sunt însoțite de o analiză corectă a implicațiilor referitoare la bunăstare. Luând din nou cazul lui David Friedman, subliniem că acesta judecă situația de monopol cu aceleași unelte ale comensurării și agregării utilităților subiective, iar neatingerea egalității dintre costul marginal și preț este considerată ca reflectând o împrejurare suboptimală etc.²⁵³.

Înseși condițiile nerealiste impuse de modelul concurenței perfecte invalidează utilizarea lui ca standard de judecare a situațiilor concrete de piață, caz în care activitatea nici unei persoane sau piețe care operează în lumea reală a schimbării și a incertitudinii nu mai poate fi apreciată ca fiind eficientă²⁵⁴. E. C. Pasour, Jr. scrie: „Pentru a avea sens, ineficiența implică atât faptul că un rezultat superior este fezabil, cât și faptul că beneficiile așteptate de pe urma acestui aranjament depășesc costurile anticipate”²⁵⁵. Având și ei în vedere modelul concurenței perfecte, Walter Block, William II Barnett și Stuart Wood consideră că „principalul său neajuns în calitate de standard normativ este acela că nicio firmă, industrie sau piață reală nu îl poate atinge și, prin urmare, intervenția statului de a reglementa activitatea fiecărei firme, industriei sau piețe este garantată, fiind supusă doar unei limite ca beneficiile fiecărei intervenții propuse să fie superioare costurilor”²⁵⁶, intervenție pe care ei o apreciază ca fiind arbitrară.

Pentru unii economiști austrieci, standardul de judecare a realității economice este unul de ordin pur etic, anume piața liberă, neobstrucționată de intervenția statului²⁵⁷.

²⁵² Pe aceleași coordonate, vezi și George Reisman, *Capitalism*, p. 375-438

²⁵³ Vezi David Friedman, *Hidden Order. The Economics of Everyday Life*, HarperCollins, New York, 1996, p. 233-244

²⁵⁴ E. C. Pasour, Jr., *Economic Efficiency and Public Policy*, în *Man, Economy, and Liberty: Essays in Honor of Murray Rothbard*, Walter Block and Llewellyn H. Rockwell, Jr., ed., Ludwig von Mises Institute, Auburn, Alabama

²⁵⁵ *Ibidem*, p. 111

²⁵⁶ Walter Block, William II Barnett and Stuart Wood, *op. cit.* în *loc. cit.*, p. 54

²⁵⁷ De remarcat faptul că, dacă pentru un liberal clasic ca Ludwig von Mises, piața neobstrucționată nu presupunea eliminarea impozitării necesare finanțării serviciilor de apărare și de justiție, pentru libertarienii ca Murray N. Rothbard, Hans-Hermann Hoppe,

Optimalitatea concurenței perfecte este, de fapt, cea a echilibrului general, a cărui relevanță teoretică este, de asemenea, negată.

Atât Israel M. Kirzner, cât și George Reisman subliniază că absența rivalității, a competiției dintre producători invalidează modelul concurenței „pure și perfecte”. George Reisman observă cu pertință că baza ideologică a acestui model este una de natură colectivistă: „Competiția în adevăratul sens al cuvântului se bazează pe activitatea unor persoane separate, independente, care dețin proprietate privată și o schimbă, urmărindu-și propriul interes. Dimpotrivă, conceptul de <<concurență pură și perfectă>> pornește de la o ideologie care anulează existența indivizilor, a proprietății private și a schimbului. Ea reprezintă rezultanta unei abordări economice care se sprijină pe ceea ce a fost numit în mod adecvat <<presupoziția tribalistă>>, adică perspectiva colectivistă a considerării individului uman ca o celulă a unui organism de dimensiuni mai mari: Umanitatea, Statul, Națiunea sau Tribul”²⁵⁸. Uniformitatea ca ideal – aici cu privire la firmele ofertante de bunuri identice – este contraintuitivă în economie, unde punctul de plecare al cooperării sociale în dimensiunea sa economică este dat tocmai de existența unei înzestrări diferite cu factori de producție și a unei abilități diferite de a exercita anumite activități economice²⁵⁹.

Legea economică a utilității marginale descrescătoare îi forțează pe producători să se angajeze în diferențierea produselor pe care le oferă. Astfel, un producător nou intrat pe piață reușește să vândă o cantitate suplimentară din același tip de produse oferit deja pe piață doar dacă se adresează unor consumatori care altminteri ar fi fost submarginali fie pentru că, la prețul practicat, sub nivelul celui de echilibru, ar fi rămas o cantitate cerută nesatisfăcută, fie pentru că suma de bani oferită de către ei s-ar fi situat sub prețul

Jörg Guido Hülsmann, Walter Block etc. piața liberă semnifică absența totală a statului, desfășurarea întregii arii a activității economice doar în spațiul privat al cooperării pașnice interpersonale.

²⁵⁸ George Reisman, *op. cit.*, p. 425

²⁵⁹ Cu privire la asemenea aspecte, Ludwig von Mises consideră că, chiar dacă abilitățile naturale ar fi identice, localizarea diferită și utilizarea unor resurse diferite vor conduce la dezvoltarea unor abilități productive diferențiate. Mai mult, chiar dacă, inițial, toți indivizii ar fi identici și ar deține în proprietate aceleași tipuri de factori de producție, faptul că unii încep activitățile productive mai devreme, alții mai târziu va conduce, în timp, la distanțarea abilităților. Ludwig von Mises, *Human Action*, p. 157-158

minim acceptat de către ceilalți vânzători. În al doilea caz, putem vorbi deja de un bun economic diferit prin condițiile mai avantajoase de preț.

Aplicat consecvent, modelul concurenței perfecte nu ar putea justifica existența pe piață a două produse diferite. Cum să calificăm concurența dintre ofertanții de lapte și cei de pâine? Este ea perfectă sau nu²⁶⁰? Validitatea caracterizării lui George Reisman transpare din aceea că formarea însăși a prețului pe o astfel de piață nu este explicată. Dacă, pe o piață liberă, prețul nu reprezintă altceva decât suma de bani ca proprietate a cumpărătorului care este în mod voluntar cedată de acesta pentru achiziționarea bunului, în urma unui proces de negociere cu vânzătorul, ca proprietar al bunului oferit, concurența „pură și perfectă” nu determină, în fond, prețul. Deloc surprinzător, s-a găsit și modelul perfect de individ care preia prețul gata determinat de forțele impersonale ale cererii și ofertei „pieței”, respectiv „homo oeconomicus”, ca întruchipare a răspunsului invariabil la stimuli.

George Reisman identifică în mod corect sursa confuziilor care permează teoria neoclasică a monopolului, și anume neînțelegerea conceptelor de libertate competițională și monopol²⁶¹. Libertatea competițională nu reprezintă, în fond, decât manifestarea în contextul economic al pieței a libertății în sens larg, înțeleasă, cel puțin de către economiștii Școlii Austriece de Economie, în accepțiunea ei libertariană, și anume ca drept de utilizare a bunurilor aflate în proprietate legitimă de către posesorul lor fără ca prin aceasta să se încalce drepturile legitime de proprietate ale celorlalți. Acțiunile agresive sunt prohibite pe piața liberă, adică acele acțiuni prin care se amenință sau se inițiază violența fizică împotriva persoanei și/sau a proprietății legitime a altcuiva. Drepturile de proprietate nu garantează, așadar, un anumit curs al acțiunii considerat dezirabil, ci doar absența agresiunii.

²⁶⁰ Walter Block, William H. Barnett și Stuart Wood identifică pierderea idealului omogenității prin introducerea în model a mai mult de un singur bun, în *op. cit.* în *loc. cit.*, p. 53.

²⁶¹ George Reisman, *op. cit.*, p. 375

Între cele două concepte, libertate competițională și putere/capacitate de a concura, precizează unii economiști austrieci, există o diferență netă²⁶². La limită, cele două noțiuni se exclud. Astfel, „capacitatea de a concura”, de a intra pe o piață depinde de resursele acumulate anterior de capitalist și/sau împrumutate în mod voluntar pe piață. Capacitatea de concurență este restricționată de opțiunile, trecute și prezente, liber exprimate ale celorlalți participanți pe piață, consumatorii și proprietarii de resurse, care sunt dispuși să ofere anumite prețuri pentru bunurile achiziționate și pentru factorii de producție vânduți. Dacă acceptăm ideea de capacitate de a concura pe piață și, de asemenea, ca fiind nedreaptă absența mijloacelor necesare, ar rezulta logic că trebuie luate măsuri restitutive în favoarea celui care resimte această lipsă. Cum resursele, mijloacele, sunt limitate, s-ar declanșa o mișcare generală de „restituție” ce merge împotriva atenuării conflictului inerent rarității resursele. Prin urmare, avem, pe de o parte, instituția proprietății private, care impune reguli generale de evitare a conflictului, în calitate de cadru necesar al oricărei ordini sociale, și, pe de altă parte, capacitatea de concurență, care este tributară unei ordini anterioare a proprietății și care o neagă.

Noțiunea de „barieră la intrare” trebuie rezervată, prin urmare, barierelor de ordin instituțional, care, prin definiție, sunt agresive, de vreme ce un alt tip de „bariere” este, după cum am arătat, expresia condițiilor nonagresive ale pieței. Monopolul devine, în consecință, un concept politic²⁶³, asociat, după cum afirmă Murray N. Rothbard, aplicând distincția lui Franz Oppenheimer, întrebuințării mijloacelor politice. În sensul relevant aici, monopolul nu este o problemă internă a pieței libere, ci rezultatul intervenției statului pe piață, prin acordarea de privilegii de monopol. George Reisman scrie: „Monopolul reprezintă astfel o piață sau o porțiune a pieței rezervată în exclusivitate acțiunii posesive a unuia sau mai multor vânzători pe calea inițierii forței fizice”, în timp ce „libertatea legală de acces pe piață reprezintă fundamentul determinării prețului competitiv”²⁶⁴. Și Armen Alchian operează cu același concept – politic – de monopol: „Monopolurile sunt îndeobște protejate împotriva hazardului competiției nu prin propria lor abilitate de a concura, ci de către politica statului de a nu permite accesul

²⁶² Vezi, de exemplu, Murray N. Rothbard, *Ethics of Liberty*, p. 33; George Reisman, *op. cit.*, p. 375-376

²⁶³ George Reisman, *op. cit.*, p. 376, Murray N. Rothbard, *Power and Market*, p. 37

²⁶⁴ George Reisman, *op. cit.*, p. 377, 411

competitorilor pe piețele monopolizate. Sunt emise legi care încurajează și conduc la crearea de monopoli pe anumite piețe”²⁶⁵. Iar Israel M. Kirzner ajunge la o concluzie asemănătoare, aplicând conceptul de „proces al pieței”²⁶⁶. Astfel, dacă absența concurenței perfecte ține de neîndeplinirea vreunei condiții, prin definiție statice, nu același lucru se poate spune despre piață și competiție în accepțiunea lor de proces. O anumită configurație a pieței, la un moment dat, reprezintă rezultanta unor condiții. Din acest motiv, scrie Israel M. Kirzner, „...obstacolul în calea competiției nu poate fi găsit într-o descriere a situațiilor sau a unui set anume de acțiuni”²⁶⁷, ci în acele elemente care obstrucționează mersul procesului competitiv. Prin urmare, competiția este potențial prezentă atâta timp cât nu există „bariere arbitrare la intrare”²⁶⁸. În perspectiva kirzneriană, din moment ce activitatea pur antreprenorială nu necesită prezența nici unui element de proprietate, nu pot exista, în privința ei, bariere²⁶⁹, dar, adaugă el, „se pot imagina cu multă ușurință obstacole în calea *exercitării* activității antreprenoriale”²⁷⁰. Elementul constrângător se manifestă la nivelul accesului la resurse. Recunoscând implicit că, pentru a se manifesta în acțiune, pentru a deveni operațională, am putea spune, activitatea antreprenorială are nevoie de resurse, Israel M. Kirzner scrie: „În absența restricțiilor statului asupra unor anumite activități, singura sursă posibilă de blocare a accesului într-o activitate particulară provine în mod necesar din restricționarea accesului la resursele necesare activității în cauză”²⁷¹. Să înțelegem că autorul identifică un caz mai special de „barieră la intrare”, altul decât cel al intervenției statului? Chiar dacă pura activitate antreprenorială nu poate fi constrânsă, am adăuga noi, atâta timp cât exercițiul liber al voinței nu este îngrădit, oportunitățile de profit pe care, în limbaj kirznerian, le percepe antreprenorul nu sunt independente de structura instituțională a proprietății, după cum demonstrează Hans-Hermann Hoppe și întărește Jörg Guido

²⁶⁵ Armen Alchian, *Competition, Monopoly and the Pursuit of Money*, p. 158

²⁶⁶ Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, p. 97-98

²⁶⁷ *Ibidem*, p. 97

²⁶⁸ *Ibidem*

²⁶⁹ *Ibidem*, p. 99

²⁷⁰ *Ibidem*, p. 103

²⁷¹ *Ibidem*, p. 99

Hülsmann²⁷². Astfel, pe o piață liberă, în care drepturile de proprietate legitime sunt respectate, iar eventualele încălcări soluționate prin restituții acordate victimelor și/sau iertarea totală sau parțială de către acestea a agresorilor, oportunitățile de profit se vor desfășura în zona cooperării sociale. Din contră, pe o piață obstrucționată, structura incitativelor este modificată, obținerea profitului, în aceste condiții instituționale, fiind legată de multe ori de activități agresive. Gândirea, ideile „pur” antreprenoriale vor fi atrase de acest tip nou de oportunități. În lumina celor de mai sus, definiția pe care o dă Israel M. Kirzner monopolului este problematică din punctul de vedere al Școlii Austriece: „Prin urmare, monopolul pe o piață neobstrucționată de obstacolele ridicate de stat în calea intrării pe acea piață semnifică pentru noi poziția unui producător al cărui control exclusiv asupra resurselor necesare blochează accesul competitiv la producția bunurilor sale”²⁷³. Prin urmare, barierele în calea competiției nu țin exclusiv de sfera intervenției agresive a statului, ci pot fi întâlnite și pe piața liberă, ori de câte ori întâlnim un proprietar exclusiv asupra unor factori de producție, necesari pentru producerea unui anumit bun.

De remarcat faptul că, pentru Israel M. Kirzner, monopolul este o parte a pieței, care are nevoie de sistemul de prețuri al acesteia pentru a recurge la calculul economic. Desigur, proprietarul exclusiv al unor resurse întâmpină dificultăți legate de evaluarea monetară pe piață a înseși resursei sale. Din moment ce utilizările alternative ale resursei sunt absente, nu poate fi realizată o comparație între contribuția factorului la venituri, produsul său valoric marginal, și costul de oportunitate, pentru a estima profitul sau pierderea utilizării ei curente. Dacă printre alternativele de utilizare se află însă consumul prezent sau un flux de servicii viitoare, rămâne deschisă calea unei aprecieri subiective în calitate de consumator al bunului respectiv și estimarea profitului pur subiectiv asociat alegerii.

Acuzația la adresa monopolistului e dublă: el este „vinovat” de „diminuarea” bunăstării consumatorilor atât direct, cât și indirect, prin eliminarea competitorilor

²⁷² Vezi Hans-Hermann Hoppe, *Socialism: A Property or Knowledge Problem?*; Jörg Guido Hülsmann, *A Realist Approach to Equilibrium Analysis*.

²⁷³ Israel M. Kirzner, *op. cit.*, p. 103

potențiali, pe diverse căi de reducere a prețului, *predatory-pricing policy*²⁷⁴. Evident că acuzația nu poate fi probată, din moment ce concurența semnifică încercarea de atragere a consumatorilor printr-o ofertă superioară calitativ și cantitativ celei a concurenților. Din nou, lipsesc criteriile operaționale privind definirea aceluși preț de scoatere de pe piață a competitorilor, precum și suportul juridic pentru a incrimina comportamentul ofertantului.

Deciziile de investire ale vânzătorului unic pe o piață obstrucționată, în condițiile existenței unor reglementări antimonopoliste, sunt influențate nu numai de reglementările în vigoare. Producătorul unic, sau cel care poate să ajungă în această poziție, poate foarte probabil să renunțe la anumite avantaje pecuniare numai pentru a nu fi încadrat în categoria celor ce suferă rigorile legilor și reglementărilor antimonopoliste²⁷⁵. În termeni de alocare a factorilor de producție în conformitate cu dorințele anticipate ale consumatorilor, rezultatul anticipărilor va fi, desigur, unul „suboptimal”, dacă vom considera drept „optimală” decizia care s-ar fi luat pe o piață complet liberă. În dinamică, operează incitative de negare a pieței, ale cărei date se schimbă, și de respectare a termenilor rigizi impuși de stat. Problema este nu atât viteza de modificare a datelor pieței versus conservatorismul reglementărilor, ci faptul că acestea din urmă nu sunt adecvate pieței. De fapt, toate firmele de stat sau subvenționate de acesta se bucură de avantaje de monopol, chiar dacă accesul pe piață al altor firme, private, nu este negat sau restricționat în mod fățiș. Aceasta întrucât primele au fost înființate și/sau își văd acoperite pierderile din bani „publici”, obținuți prin taxare și/sau inflație, și ele intră, cum subliniază George Reisman, într-o „competiție bazată pe inițierea forței”²⁷⁶.

Ca manifestare istorică, situația vânzătorului unic nu reprezintă regula pe piață, consideră Ludwig von Mises. El pune în evidență incidența istoric redusă chiar a unei analize neoclasiche nefavorabile a monopolului, remarcând faptul că și în aceste situații apariția vânzătorilor unici este susținută de către stat. De asemenea, Murray N. Rothbard consideră că încercarea vânzătorilor de a exploata inelasticitatea cererii consumatorilor în folosul propriu, pentru creșterea veniturilor totale, pe calea unei restrângerii monopoliste a

²⁷⁴ George Reisman, *op. cit.*, p. 400

²⁷⁵ Armen Alchian, *op. cit.*, în *loc. cit.*, p. 163

²⁷⁶ George Reisman, *op. cit.*, p. 385.

ofertei, este, istoric, puțin probabilă. Argumentul său, nonpraxeologic, pune accentul pe diversificarea bunurilor de consum, care are loc pe măsura sporirii capitalului investit pe o piață liberă în dezvoltare. Aceasta înseamnă că sfera de opțiuni pentru fiecare consumator este mai largă, astfel încât curba cererii pentru fiecare bun în parte tinde să devină mai elastică²⁷⁷. Murray N. Rothbard aduce și un argument praxeologic împotriva situației extreme a unei lumi în care toate prețurile sunt prețuri de monopol²⁷⁸. În primul rând, ar fi vorba despre o „acumulare de factori de producție nespecifici neutilizați”, adică de o negare a rarității factorilor de producție nespecifici, eliberați din producția monopolistă, ca urmare a restricționării cantității produse și oferite pe piață. Forța de muncă și alți factori de producție vor intra în alte utilizări productive, unde vor conduce la creșterea producției, se va produce mai mult decât altminteri. În al doilea rând, dacă prețul de monopol era atins în condițiile unei cereri inelastice și conducea la sporirea veniturilor totale încasate de monopolist, acest lucru nu se poate întâmpla pentru toate bunurile cumpărate de indivizi. Explicația este aceea că, la un anumit moment, veniturile indivizilor sunt date și, considerând, de asemenea, dată cererea lor de bani, alocarea unei sume mai mari pentru achiziționarea unui bun conduce în mod necesar la diminuarea cheltuielilor pentru un alt bun.

Principala obiecție a lui Israel M. Kirzner la adresa modelului neoclasic al concurenței perfecte se referă la utilizarea eronată a unui concept de echilibru, în vederea formulării unei teorii a prețului, în locul utilizării cadrului competitiv – real – al procesului pieței. Astfel, el scrie: „Adevărata slăbiciune a sa [a modelului concurenței perfecte – n. ns.] este aceea că, inclusiv în ceea ce privește concurența prin prețuri, presupune că procesul concurențial a luat sfârșit, astfel încât nici o competiție activă nu mai are loc pe o piață caracterizată de concurență perfectă, nici măcar în termeni de prețuri”²⁷⁹. Chiar în absența oricăror contradicții interne ale modelului concurenței perfecte, acesta tot nu ar răspunde cerinței de explicare a formării prețurilor și de descriere adecvată a concurenței. Aceasta pentru că el descrie cel mult o stare finală, asemenea echilibrului, în vreme ce concurența, ca orice acțiune umană, se desfășoară în

²⁷⁷ Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, p. 596

²⁷⁸ *Ibidem*, p. 599-600

²⁷⁹ Israel M. Kirzner, *op. cit.*, p. 92

mod necesar în timp. Mai mult, caracteristica definitorie a concurenței este străduința antreprenorială de a atrage consumatorii, oferindu-le bunuri și servicii în condiții pe care aceștia le percep mai avantajoase decât cele ale concurenților. Dar, activitatea antreprenorială presupune incertitudinea, iar într-un cadru al echilibrului asemenea celui descris de modelul concurenței perfecte, în care incertitudinea lipsește prin definiție, concurența nu își află locul. Ar însemna să descriem o contradicție: antreprenori care, *știind* că oferta concurenților este mai atractivă pentru consumatori, continuă să vină cu produse pe piață și să încerce să le vândă. Cu alte cuvinte, asumarea în deplină cunoștință de cauză a pierderii²⁸⁰.

Israel M. Kirzner opune propria perspectivă antreprenorială activității economice care se desfășoară într-un anumit context *dat* de scopuri și mijloace, conform definiției consacrate de Lionel Robbins²⁸¹. Aceasta este percepută ca fiind lipsită de elementul pur antreprenorial tocmai datorită faptului că presupune ca fiind date oportunitățile dintre care decidentul (*economizer*) alege. Lionel Robbins nu precizează însă nicăieri că scopurile și mijloacele sunt date și nici nu pune semnul de egalitate între *date* și *cunoscute cu certitudine*²⁸². Chiar dacă curbele cererii și ale ofertei sunt date la un anumit moment, ceea ce este adevărat cu siguranță, acest lucru nu înseamnă nici că ele rămân nemodificate, nici că decidentul, pe care Israel M. Kirzner evită să-l numească antreprenor, le-ar cunoaște. Mai mult, între scopurile anticipate de către *economizer* și mijloacele de care dispune se interpune, în majoritatea cazurilor, o structură a producției. Decizia lui este complicată, așadar, de clasică problemă a calculului economic, care, așa cum am arătat mai sus, nu este o problemă de cunoaștere, cum crede Israel M. Kirzner, atunci când scrie: „cadrul este unul *dat*, conținând deja *toate* informațiile, chiar dacă fragmentate, ce urmează să fie utilizate în decizia de selectare a celui mai bun curs al acțiunii”²⁸³. În plus, Israel M. Kirzner pare să-i atribuie, implicit, lui Lionel Robbins o

²⁸⁰ Un argument asemănător folosește Jörg Guido Hülsmann în articolul său despre ciclul economic, *Toward a General Theory of Error Cycles*, pentru a arăta de ce teoria ciclului economic nu este o teorie a echilibrului.

²⁸¹ Lionel Robbins, *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Macmillan and Co., London, 1945, <http://www.mises.org/books/robbinessay2.pdf>

²⁸² Ce dorește Lionel Robbins de fapt să precizeze este, pe linie misesiană, caracterul economiei de știință a mijloacelor, nu a scopurilor.

²⁸³ Israel M. Kirzner, *op. cit.*, p. 94

perspectivă foarte asemănătoare modelului concurenței perfecte, din moment ce pentru decidentul individual prețurile sunt deja cunoscute/date.

Construită în jurul demonstrației rothbardiene a inexistenței criteriilor operaționale de identificare a prețului de monopol pe o piață liberă, din prezenta analiză rezultă că, pe lângă problemele de definire operațională a prețului de monopol, argumentele aduse de economiștii neoclasici cu privire la scăderea bunăstării consumatorilor sunt incorecte. Ele se bazează pe o identificare eronată a banilor cu un etalon de măsurare a valorii. Să subliniem un aspect foarte important, și anume că definirea operațională, praxeologic validă a unui preț de monopol nu desființează critica adusă criteriului agregativ de bunăstare folosit de teoria neoclasică. Existența unui preț de monopol, oricum ar fi acesta definit, nu permite caracterizarea acestei situații ca fiind una suboptimală, și chiar dacă ar fi astfel, o intervenție a statului nu este justificată. În primul rând, o implicare de ordin restitativ ar presupune existența unei victime, a unei încălcări anterioare a unui drept legitim de proprietate. În al doilea rând, dacă este identificată situația de monopol, în sens de unic ofertant al unui bun, ca fiind un „eșec al pieței”, pe care statul este chemat să-l „corecteze”, această intervenție (consumatoare, în ultimă instanță, de resurse private) este însoțită, la rândul ei, în mod necesar de perdanți și câștigători, de o redistribuire a avuției și de transgresarea unei proprietăți private, situație care etic și economic nu poate fi justificată. Rezervăm astfel definirea și efectele monopolului unei piețe reglementate, pe care statul intervine prin acordarea unor privilegii speciale. Toate observațiile referitoare la încălcarea suveranității consumatorilor, la suboptimalitatea monopolului, la reducerea producției cu sporirea prețului se aplică tuturor cazurilor de acordare de avantaje speciale de către stat anumitor persoane sau grupuri de persoane.