

## **Jak fungují trhy (rakouský pohled na trhy)**

Myšlenky mainstreamu:

trhy jsou dobré, ale selhávají

výčet nedokonalostí (neefektivnosti trhů), které mají být odstraňovány vládou

Myšlenky rakouské školy:

trhy jsou dynamické – teorie podnikatelského objevování

## **Úvod**

většina ekonomů souhlasí s tvrzením, že trhy fungují (ale...)

mainstream neposkytuje vysvětlení proč a jak trhy fungují

rakouská alternativa ano

vyvstává myšlenka všemocného, vševědoucího a benevolentního ekonomického vládce, který zajistí, aby aktivity jednotlivců do sebe zapadaly

předpoklady mainstreamu vedou k závěru, že na skutečných trzích nemůže ke koordinaci docházet  
vysvětlení je podnikatelské objevování, které dává odlišná doporučení od mainstreamu – zejm.  
v oblasti ochrany hospodářské soutěže (antimonopolní politiky)

## **Z historie ekonomického myšlení**

Marshall v Anglii, Menger v Rakousku, Walras ve Švýcarsku – prozatím společné názory  
ceny na všech trzích směřují k úrovním, které vyčišťují přebytky a nedostatky (nejedná se o dokonalé  
konkurenční rovnováhu za dokonalých informací)

neprodaný přebytek vede ke snižování cen a vice versa

obecný pohled na trhy, který popisuje všechny trhy bez rozdílu

je přínosné abstrahovat od institucionálních podrobností různých trhů

to vedlo k upozadění (prakticky k zániku) německé historické školy

ve skutečnosti byly mainstreamová a rakouská teorie ceny odlišné:

mainstream – skončil u řešení simultánních rovnic, které nedokáže vysvětlit, jak trhy začnou fungovat

rakouská škola – tento odklon od původního a společného přístupu rozpoznala ve 40. letech (Mises, Hayek)

Lionel Robbins – vůdčí osobnost LSE, uměl německy, byl ve Vídni; chtěl sjednotit ekonomii  
(mainstream a rakouskou), od něho pochází definice ekonomie jako vědy o vzácnosti.

Ekonomická kalkulace v socialistickém hospodářství – 1920 Mises (soukromé vs. znárodněné  
kapitálové statky); centrální plánovači nebudou bez informací, které poskytují tržní ceny, schopni  
plánovat výrobu tak, aby vzali v úvahu konkurenční projekty

Abba Lerner, Oskar Lange – centrální plánovač vyhlásí arbitrárně ceny výrobních zdrojů, manažeři  
výroby je budou používat a centrální plánovač bude ceny upravovat

Mises a Hayek si uvědomili, že jejich pojetí cen je zcela odlišné (nové rakouské paradigma); Mises

Lidské jednání, Hayek Individualismus a ekonomický řád; k problému však nepřístupovali stejně  
Mises:

dynamická povaha tržního procesu s podnikatelem v hlavní roli, podnikatelská vidina dosažení  
budoucích zisků v nejistém světě; v mainstreamu není podnikatel, překážel by tam

ve skutečném světě se jedná o konání účelově jednajících lidí v nejistotě  
činnost podnikatelů působí směrem k rovnováze

Hayek:

způsoby, jak trhy seznamují účastníky s jejich vzájemnými postoji a budoucími plány  
rovnováha – účastníci trhu správně očekávají, žádné tržní příležitosti nezůstanou nevyužity; je to tedy  
soustava vzájemně se podporujících očekávání (vzájemné učení se, kdy účastníci mají stále lepší  
představu o tom, co mohou a také budou dělat ostatní)

Mainstream: jeho vysvětlení je pouze důkazem toho, co bylo předpokládáno na začátku

### **Problém mainstreamové teorie cen**

konkurenční tržní systém zajišťuje okamžité nebo alespoň rychlé dosažení ceny vyčišťující trh  
a také zajišťuje vyrovnání mezi trhy – simultánní dosažení rovnováhy na všech trzích  
předpokladem je dokonalá vzájemná informovanost; každý zná (i) plánovaná rozhodnutí ostatních při  
každé ceně, (ii) skutečněná rozhodnutí ostatních a (iii) znají to stále v každém okamžiku  
rozhodnutí je pak pouhá maximalizace za daných podmínek  
problémy: vnitřní rozpory a nerealistické předpoklady

problém předpokládaných řešení: dokonalých informací bylo dosaženo již na začátku (je to  
předpoklad), vysvětlení postavené na tomto je pouhým důkazem toho, co bylo předpokládáno  
vlastně analyzujeme rozhodnutí, která jsou vzájemně uskutečnitelná, bez toho aniž by někdo zůstal  
neuspokojen nebo litoval svého rozhodnutí

celý přístup vidí svět v neustále dosažených stavech rovnováhy, a tedy vylučuje všechny  
přizpůsobovací mechanismy, které dosažení stavu rovnováhy umožnily – vůbec nevysvětluje, jak  
dochází k vzniku všeobecné rovnováhy

tato teorie je černou skříňkou, pomocí které lze vytvářet predikce – **Friedmanův metodologický  
pozitivismus, 1953**

nerealističnost: (i) způsob modelování procesu rozhodování jedinců, (ii) podmínky dokonalé  
konkurence

rozhodování je umělé a stylizované, kontext prováděných rozhodnutí je uzavřený, přesně definovaný  
problém maximalizace za daných omezení, žádná možnost být překvapen – odvádí pozornost od  
povahy skutečného procesu rozhodování

ve skutečnosti vždy kontext otevřeného konce, v průběhu samotného rozhodování jednotlivců  
určuje, jaké cíle jsou pro něj nejdůležitější a jaké zdroje hodlá využít, často nezná dopředu všechny  
alternativy, mezi kterými bude volit – radikální nejistota (nepojistitelná, Knight) neznámá budoucnost

mainstreamová teorie trhu:

formulace dokonalé konkurence F. H. Knight - racionální chování na straně kupujících i prodávajících,  
úplnou znalost, absenci strnulosti, dokonalou mobilitu a dělitelnost výrobních faktorů a zcela statické  
podmínky;

{nejsem si jistý, zda formuloval nekonečný počet prodávajících a kupujících jak tvrdí Krizner.

Harrod a Robinsonová: dokonalá konkurence je situace, kdy je poptávka po produkci individuální  
firmy perfektně elastická; k tomu mají dvě podmínky: (i) dokonalý trh – pro stejné zboží (spotřebitelé  
nepreferují konkrétního výrobce) ve stejném čase stejná cena na všech místech s přihlédnutím k  
dopravním nákladům a (ii) velký počet firem - je tak veliký, že pokud jedna firma změní cenu, tak  
ostatní firmy nemají důvod učinit totéž a svoji cenu nechávají stejnou}

máme tedy dokonalé informace a velké množství subjektů: při stávající ceně každý kupující správně  
očekává, že koupí jakékoliv množství, které si přeje koupit a totéž platí pro prodávající.

Edward Chamberlin – monopolistická konkurence (předtím jenom monopol – Robinsonová Ekonomie  
nedokonalé konkurence) kde prodávající si je vědom, že snížením ceny prodá více; výrobky jsou si  
podobné, ale ne stejné; cena je pod kontrolou prodávajících (asi myšleno, že ji stanovují, ale nemusí  
se ihned správně strefit?)

dokonalá konkurence je brána jako ideál vzor toho, jak by měly trhy vypadat, aby byly efektivní předpoklady poskytují kritikům intelektuální munici pro útoky na efektivnost trhů (kapitalismu) rakouská teorie se liší od pokusu Chamberlina zavést realismus pomocí nedokonalosti konkurence na trhu

### **Teorie podnikatelského objevování**

Vysvětlení fungování trhů: rozhodování podnikatelů v podmínkách nerovnováhy na trhu způsobují změny cena množství zboží na trhu

Podmínkou je volný vstup na staré i nové trhy

Výsledkem je tendence k nahrazení méně efektivní a méně vynalézavé produktivní činnosti nově objevenými, účinnějšími způsoby uspokojování potřeb zákazníků výrobou lepšího zboží nebo využitím doposud neznámého, ale dostupného zdroje

Koncept mainstreamu: daná množina cílů a dostupných zdrojů automaticky určuje variantu, která by měla být zvolena

Vlastní akt volby je pouze výpočet řešení, které je již obsažené v daných údajích

Výsledek rozhodování je jednoznačný, neovlivnitelný nesystematickými faktory, jako je instinkt, překvapení nebo strach

Není co objevovat, žádný zisková příležitost nemůže zůstat nevyužita

Ve skutečnosti (a v rakouské škole): příležitost může zůstat nezpozorována

Bylo to „neomluvitelně“ přehlíženo, k objevení dojde, pokud někdo upozoruje to, co bylo dosud přehlíženo

Příležitosti mohou zůstat nezpozorovány a proto nevyužity

Mises: „v každé skutečné a živoucí ekonomice je každý její účastník vždy podnikatelem a spekulantem“

Preference se utvářejí v době provádění činnosti a v podmínkách nejistoty

Nevyužívá danou příležitost, ale objevuje existenci příležitosti

Uvědomuje si mnoho dosud nezpozorovaných okolností – předpokládané cíle a zdroje, ale také budoucí očekávání příslušných cílů a dostupných zdrojů

Konat (jednat) = využít příležitost

Využít příležitost = objevit ji, rozpoznat v nejednoznačnostech a zastřenostech nekonečného množství alternativních budoucností

Je to objevení nějaké anomálie, a takové objevení je příjemným překvapením

Objevení dosud netušené hodnoty dosud podhodnocených zdrojů

Levný nákup a drahý prodej – objevení toho, co trh podceňuje; uvědomění si existence hodnoty, která byla dosud trhem přehlížena

V mainstreamu: tržby a náklady jsou dané

Zisky jsou tedy očekávané a známe ještě před učiněním rozhodnutí

Není tam nic překvapivého – pouze se mechanicky uskuteční plán, který předem sestaven

Ve skutečnosti: objevení příležitosti je objevení existence zisku, který nikdo neviděl

V mainstreamu: není prostor pro podnikatelské objevování

Jedinou okolností, která může způsobit změnu na trhu je exogenní šok

Podnikatelská ostražitost:

Na dvou místech trhu je jedna komodita prodávána za různé ceny – v mainstreamu nemožné

V rakouské teorii nejen nemožné, ale dokonce nevyhnutelné, nepředpokládá se úplná znalost všech informací

Odchylka mezi cenami představuje příležitost pro zisk  
Je téměř jistota, že tato příležitost bude zpozorována ostražitým podnikatelem  
Bude ihned využita, protože je to čistý zisk, který je zdarma k dispozici

Jevonsenův zákon indiference:

Tendence k vytvoření jednotné ceny na trhu pro jednu komoditu  
Tuto tendenci zajišťují ostražití podnikatelé  
Neustále vznikají nové příčiny nerovnováhy a příčiny cenových rozdílů  
A tendence k vytvoření jednotné ceny se znovu prosadí  
Objevování cenových rozdílů ale není záměrným činem plynoucím z učení nebo hledání  
V mainstreamu mohou nedokonalé informace vysvětlit existenci více cen, ale nevysvětlí nápravu

Paradox podnikání:

Podnikatelské chování je chaotické a nepředvídatelné – není zahrnuto v mainstreamu, ale dokáže vysvětlit, jak a proč trhy fungují

Možnost omylu, rozhodnutí jsou činěna při neznalosti všech relevantních skutečností

Nelze ovšem vysvětlit, proč a došlo nebo dojde k jakým omylům (chybám)

Dřívější omyly mohou být systematicky objevovány v důsledku podnikatelské schopnosti vycítit nebo vytušit (bez záměrného hledání) existenci zisku

Rozšíření Jevonsova zákona indiference:

Není důvod pro ochotu spotřebitelů platit za výrobek více než je suma potřebná k získání všech zdrojů (včetně času a obtíží) potřebných k vyrobení a dodání takového výrobku spotřebiteli

Tento omyl znamená, že někteří účastníci trhu podhodnotili tyto zdroje vzhledem k budoucímu zájmu spotřebitelů o výrobek, který z nich může být vyroben

Pokud se podnikatel domnívá, že trhy mylně připisuje rozdílné hodnoty zdrojům a novým výrobkům z nich, tak se k této nové výrobě přesune tj. i zdokonalení či změna výrobního postupu

Inkasování zisku směřuje k nalezení vzájemné rovnováhy mezi cenami zdrojů a příslušnými budoucími cenami výrobků tím, jak přesouvá zdroje z jedné výroby do druhé

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

Není nutné, aby byl podnikatel seznámen s technickými možnostmi výroby a s budoucími spotřebitelskými preferencemi (pozn: ale čím víc ví, tím je to pro něho lepší)

Jinak stačí, pokud cítí, že nákupem potřebných zdrojů lze obdržet zisk

Omyly z přílišného pesimismu:

Jsou přehlédnuty výnosnější příležitosti a tak máme více cen pro jeden výrobek

Vzniká, pokud je zájemců (prodávajících nebo kupujících) více než se očekávalo

Špatně se objevují, nespátřená příležitost může zůstat nespátřena

Omyly z přílišného optimismu:

Účastníci trhu očekávají, že budou moci uskutečnit plán, který ve skutečnosti být dokončen nemůže

Neprodají za tak vysokou cenu, nekoupí za tak nízkou cenu

Jedná se o nerovnováhu, kterou brzy rozpoznají a změní svá očekávání (prodávající požadují nižší cenu, kupující chtějí zaplatit více)

Vzniká, pokud očekáváme dychtivější zájemce, než ve skutečnosti jsou

Tyto omyly budou pravděpodobně objevy rychle, protože plán nemůže být dokončen

Hlavní myšlenky teorie podnikatelského objevování:

Nejistota – účastníci trhu ví, že si nejsou vědomi současných a budoucích plánů ostatních účastníků trhu

To může vést k přílišnému optimismu – nerovnovážné ceny vytváření zmaření plánů a to účastníky přivede rychle ke změně svého optimismu

Nebo to může vést k přílišnému pesimismu – je více cen pro jednu komoditu a tyto cenové rozdíly budou postupně objevovány jako ziskové příležitosti a postupně odstraněny

Předpokládejme pro jednoduchost zmrzené preference, technické možnosti a dostupnost zdrojů; v důsledku podnikatelského objevování dosáhneme rovnováhy a vyčištěných trhů výrobků a zdrojů a bude docházet k přesunu zdrojů od méně důležitých využití (měřeno cenami, které jsou spotřebitelé ochotni zaplatit) k důležitějším využitím

V reálném světě neustálých změn mohou být tyto tendence částečně nebo zcela zmařeny či přerušeny, tyto tendence se mohou rušit nebo mást sebe navzájem, ale směr těchto tendencí bude utvářen systematickými a korekčními procesy omylu, maření, objevování a překvapení

Konkurence:

Mainstream – dokonalé informace a nekonečné množství kupujících a prodávajících

Rakouská škola – pouze svoboda vstupu na každý myslitelný trh, když toto není, je proces objevování paralyzován

V monopolizovaném odvětví jsou inovace (zdokonalení technologie) pomalejší nebo úplně zastaveny  
Dokonalé informace jsou v procesu konkurence objevovány, stavy nerovnováhy jsou upravovány směrem k rovnováze

Dynamická konkurence a činnost podnikatelů jsou dvěma stranami téže mince

Podnikatel vstupuje na trhu s novou myšlenkou, s lepším výrobkem, s atraktivnější cenou nebo s novým výrobním postupem

Konkurence může být omezena (kromě vládního privilegia) pouze jako výsledek monopolního vlastnictví jedinečných vzácných zdrojů a potom je podnikatelské objevování přesměřováno do jiných produktivních činností

Mises a Hayek jako syntéza doplňujících se myšlenek, podnikatel dokáže prohlédnout mlhu, kterou vytváří nejistá budoucnost

Mises: zdůrazňoval roli podnikatelů na trhu

Hayek: vzájemné učení se

Mainstreamová teorie hledání:

ti, jejichž informace jsou nedokonalé, vědí, kolik informací postrádají a znají, jakou hodnotu tyto postrádané informace mají a také vědí, kolik za chybějící informace musí zaplatit

Zde je získávání informací zvláštním druhem produkční činnosti, která může být zabudována do schématu rovnováhy

Účastník trhu přesně ví, kolik a jaké informace se mu vyplatí získat – optimální nevědomost

Lze říci, že rakouská teorie podporuje neoklasickou teorii rovnováhy

Mainstream: užitečná zkratka, jak pochopit věci, ke kterým na trzích dochází – Marshallův diagram nabídky a poptávky zhruba ukáže následky konkrétních exogenních změn (komparativní statika)

Pokud je ale smyslem teorie pochopit, jak trhy fungují, pak mainstream nestačí (je to černá skříňka)

Pak už není rakouská škola doplněk mainstreamu, protože nabízí vysvětlení, které mainstream nedává

Nové pohledy – hospodářsko-politická doporučení rakouské školy

Tzv. tržní nedokonalosti jsou základními prvky tržního procesu objevování a opravování dřívějších omylů

Reklama: není kompatibilní s mainstreamovým modelem dokonalé konkurence, je považována za plýtvání zdroji na manipulaci s kupujícími

Ale také uznává, že poskytuje informace, za které jsou spotřebitelé ochotni platit

Rakouská škola – pouhá dostupnost zboží negarantuje, že se informace dostanou k těm, kteří je potřebují – reklama upozorňuje spotřebitele na dostupnost zboží a na jeho kvalitu, atd.  
Spotřebitel musí vědět o příležitosti k nákupu, jinak nebude poptávka  
Stejně kupují dobrovolně, reklama je součástí normálního konkurenčního boje (nelze zabránit ostatním, aby dělali také reklamu)  
Samozřejmě nelze zaručit, že reklama bude vždy pravdivá

Protimonopolní zákonodárství: mainstream má strach z monopolů, démonizuje je  
Rakouská škola – jediná podmínka a to volný vstup

Ekonomie blahobytu: klasická politická ekonomie – agregáty (bohatství národů)  
Později subjektivismus (užitky) – abstraktní blahobyty  
Představa centrálního plánovače, který alokuje zdroje mezi daní alternativní cíle  
Rakouská škola – tomuto ale předchází nutnost shromáždit rozptýlené informace – to je ten zásadní problém

Socialismus: debata Mises vs. Lange (předpokládal vševědoucnost, která je ale pouze domnělá podle Misesa a Hayeka)  
nevědomost nelze snížit záměrným hledáním  
měli rozdílné chápání cen (výsledek konkurence v procesu napravování nerovnováhy vs. rovnovážné ceny bez podnikatelského objevování)

Trhy a spravedlnost: kritika soukromého vlastnictví a zisku, který je nespravedlivý  
Zisk byl objeven ostražitým podnikatelem, byl vytvořen z ničeho, je to tvůrčí činnost, nikoliv že našel něco dříve než jiný