

Jak kształtują się ceny?

Autor: **Percy L. Greaves**

Źródło: mises.org

Tłumaczenie: **Alkmena Darczuk**

Tekst pochodzi z książki [Understanding the Dollar Crisis](#) (1973)

Była sobie rosyjska uczennica, której kotka miała młode. Kiedy dziewczynka dostała za zadanie napisanie wypracowania, napisała o kotce i jej kociętach. Następnego dnia odczytała wypracowanie klasie. Opowiedziała w nim o narodzinach kociąt — było ich pięć i wszystkie były dobrymi komunistami. Nauczycielce spodobała się praca i kiedy, tydzień później, jeden z moskiewskich inspektorów odwiedził szkołę, nauczycielka, dumna ze swojej wychowanki, poprosiła dziecko o ponowne przeczytanie pracy. Dziewczynka przeczytała wypracowanie. Kiedy doszła do części o kociętach, powiedziała, że było ich pięć, z czego dwoje było komunistami. Nauczycielka była zdziwiona. Dziewczynka wcześniej powiedziała, że wszystkie pięć było komunistami, więc nauczycielka zapytała, dlaczego uczennica zmieniła treść: „cóż” — powiedziała dziewczynka — „trzy z nich otworzyły oczy”.

Jedną z rzeczy, które staramy się osiągnąć w *Centro de Estudios sobre la Libertad*, to otwarcie oczu ludziom, którzy nasłuchali się obietnic socjalistów i interwencjonistów państwowych dotyczących użycia władzy politycznej w celu polepszenia sytuacji ekonomicznej biednych, chorych, młodych, starych, i wszystkich innych, u których szukają popularności. Właściwie, jedynym sposobem, w jaki rząd może poprawić sytuację ekonomiczną swoich obywateli, jest zapewnienie takiej samej ochrony życia, własności i rynku dla każdego, rozwiązując przy tym spory, które mogłyby doprowadzić do nieporozumień i naruszeń takiego ładu. Używanie siły rządu do zabierania niektórym, by zapewnić specjalne przywileje wybranym grupom, nigdy nie wpłynie pozytywnie na ogólny dobrobyt. Rządy, które udzielają specjalnych przywilejów, przyczyniają się do swojego własnego upadku i redukują produkcję zarówno biednych, jak i bogatych.

Dla każdego z nas życie jest pasmem wyborów, dotyczących tego, jak wykorzystać nasze ograniczone zasoby, by mieć więcej rzeczy, które zapewnią nam i naszym najbliższym największe możliwe zadowolenie. Codziennie staramy się wyjść naprzeciw naszym najważniejszym potrzebom, zanim zaspokoimy te mniej istotne. W skrócie, ciągle szukamy sposobów polepszenia naszej sytuacji poprzez wymianę tego, co mamy, na to, co wolimy mieć. Głównym zadaniem rządu jest zapewnienie nam warunków, w których coraz więcej wzajemnie korzystnych wymian będzie mogło mieć miejsce.

Podział pracy

Jako jednostki nie możemy wyprodukować wszystkich potrzebnych nam rzeczy. Dlatego też specjalizujemy się i wytwarzamy rzeczy, które chcą inni. Wtedy przez wymianę wytworów naszej pracy na rynku otrzymujemy rzeczy, które chcemy. Mówimy tutaj o zjawisku, które ekonomiści nazywają podziałem pracy.

W swojej wspaniałej książce, *Bogactwo narodów*, Adam Smith, założyciel angielskiej ekonomii klasycznej, mówi nam, że wszyscy możemy mieć więcej, jeśli się wyspecjalizujemy i będziemy handlować. Jak zostało to wspomniane w poprzednich wywodach, to nasza skala wartości wskazuje nam, jakie decyzje podejmować, by jak najefektywniej wykorzystać nasze ograniczone zasoby.

Jeżeli dla kogoś łatwiejszym jest uzyskanie tego, czego potrzebuje, poprzez specjalizację i handel wytworzonymi dobrami z tymi, których produkty chce, to tak właśnie robi. Wybierze najłatwiejszą znaną sobie drogę, by poprawić swoją sytuację. Cywilizowani ludzie specjalizują się w produkcji i później handlują swoimi produktami. Taki handel wymaga użycia środka wymiany lub pieniądza. W naszym piątym wykładzie powinniśmy zająć się tym istotnym problemem rynkowym. My mówimy jednak o cenach. Większość ludzi ma mylne wyobrażenie o cenach. Wydaje im się, że ceny są ustalane przez producentów i sprzedawców, którzy ustalają je, dodając swoje koszty i marżę zysku. Tak według większości ustalane są ceny.

Odnoszący sukcesy biznesmeni szukają czegoś, czego ludzie chcą, a co mogą produkować za mniej, niż ludzie są gotowi zapłacić. W końcowej analizie to ludzkie wartościowania, które przewidują biznesmeni, determinują, jakie dobra i w jakiej ilości zostaną wytworzone.

Pytanie, co wytwarzać, jest jednym z najistotniejszych problemów, jakie zaniedbują socjaliści. Marks uważał, że taki problem nie istnieje. Tak samo Lenin. Myśleli, że jedynymi niezbędnymi biznesmenami, są księgowi pilnujący ksiąg rachunkowych. Nikt nie miał decydować, co powinno być produkowane. Było to rzekomo oczywiste dla wszystkich. Masy potrzebowały więcej żywności, ubrań i mieszkań. Dla Marksa i innych socjalistów wybór, co produkować, nie był w ogóle problemem.

Ale oczywiście tak nie jest. Nie możemy wytworzyć wszystkiego, czego chcą ludzie. Najważniejszymi decyzjami na świecie dotyczą tego, co powinno być wytworzone, a co nie. Te decyzje mają na celu ustalenie, co daje ludziom największe zadowolenie, tak żeby nie marnować naszych ograniczonych środków produkcji, tworząc dobra, których ludzie nie chcą tak bardzo, jak innych, które mogłyby być wytworzone przy danej podaży pracy i surowców.

W gospodarce rynkowej subiektywne wartościowanie każdej osoby przydzielają podaż każdego rzadkiego dobra tak, by zadowolić ludzkie potrzeby w malejącym porządku ich ważności, gdzie potrzeba zaspokajana jako ostatnia, jest tą o marginalnej użyteczności. Od początku do końca cena, a więc ekonomiczna kalkulacja, jest wynikiem subiektywnego wartościowania. Cena jest wynikiem wzajemnego oddziaływania subiektywnych wartościowań nadanych dobrom i pieniądzu przez zainteresowane strony. Ostateczna cena rynkowa musi być korzystna dla wszystkich uczestniczących w wymianie.

Jak już powiedzieliśmy wcześniej, ale nie powinniśmy o tym nigdy zapominać, całe życie jest serią wyborów, gdzie staramy się wymienić coś, co mamy, na coś, co wolimy mieć. Im mniej przeszkód na naszej drodze — w formie wyższych kosztów, podatków, czy innych interwencji rządu — tym więcej wzajemnie korzystnych dla wszystkich uczestników wymian możemy dokonać.

Problem ekonomiczny

Stale borykamy się z problemem ekonomicznym. Jest nim, oczywiście, problem ludzi, problem życia. Chodzi o to, jak rozdysponować nasze dostępne środki w taki sposób, by żadna ważna potrzeba nie pozostała niezaspokojona, ponieważ środki do tego niezbędne zostały wykorzystane w celu zaspokojenia potrzeby mniej istotnej. Takie złe użycie ograniczonych środków prowadziłoby do zmniejszenia ludzkiego zadowolenia. Byłoby to marnowanie wartościowego bogactwa. Działający człowiek chce wiedzieć, jak używać tego, co ma, do

zapewnienia największej możliwej do osiągnięcia satysfakcji. Ten problem dotyczy nas wszystkich. To problem, który rozwiązuje rynek.

W osiąganiu tego, czego chcemy, jesteśmy kierowani przez nasze przekonania. Przekonania to nasze pojęcie o tym, jak działa społeczeństwo. Czasami jesteśmy pod wpływem pewnych ideologii. Jeżeli wierzymy, że określone działania będą skutkowały rezultatami, których pożądamy, tak właśnie będziemy działać. Idee, jak to zaznaczyliśmy w pierwszym wykładzie, są bardzo ważne. Ale czasami w naszych społecznych działaniach ideologie wpływają na nas pośrednio. Podążamy pewnymi ścieżkami, które same w sobie nie są dla nas pomocne, ponieważ nie chcemy urazić tych, którzy nas otaczają. Przyjmujemy pewne szeroko uznane mity, popularne uprzedzenia, czy akceptowane obyczaje zamiast działać w sposób, który uznajemy za najbardziej efektywny. Robimy tak, ponieważ musimy żyć z naszymi bliźnimi i nie możemy zawsze robić rzeczy, które sami uznajemy za najlepsze.

Żeby dobro miało wartość, musi zapewniać zaspokojenie potrzeby lub pragnienia jakiejś osoby. Stąd, jeżeli takie dobro nie istnieje, będzie musiał istnieć człowiek, którego potrzeba nie będzie zaspokojona. Każda strata dobra ekonomicznego oznacza, że stopień ludzkiego zadowolenia jest mniejszy. Dobra mogą mieć dla nas bezpośrednią wartość, czyli wartość użytkową. Mogą mieć też wartość pośrednią, to jest wartość wymienną, co oznacza, że mają wartość użytkową dla kogoś innego. W takim wypadku możemy wymienić je na coś, co ma wartość użytkową dla nas.

Na rynku to wartość użytkowa lub wymienna, którakolwiek jest większa, determinuje nasze decyzje. Kiedy widzimy coś, co ma dla nas większą wartość niż wartość rynkowa, kupujemy. Kiedy mamy coś, co jest bardziej wartościowe na rynku niż dla nas, sprzedajemy. Nie handlujemy dla zabawy. W innym wypadku moglibyśmy handlować w tę i z powrotem cały dzień. Uprzednio rozważamy każdą wymianę, transakcję i kontynuujemy wymianę do momentu lub limitu, powyżej którego nie oczekujemy większego zysku.

Handel zwiększa dobrobyt

Skoro wszyscy ludzie chcą zaspokoić swoje potrzeby, które są wyżej na ich skali wartości, zanim zaspokoją te mniej istotne, które są niżej na ich skali wartości, będą skłonni handlować, kiedykolwiek znajdą kogoś, kto ma odwrotne spojrzenie na relatywne wartości dwóch dóbr lub usług. Przez transakcję

wymiany każde z dóbr lub usług przynosi się do osoby, dla której jest bardziej wartościowe. Bogactwo każdej ze stron jest więc zwiększane. Obydwie strony otrzymały psychiczną korzyść, to jest zysk, które uznają za profit. Ten psychiczny zysk nie może być zmierzony, ale jest realnym zwiększeniem zadowolenia w umysłach stron uczestniczących w wymianie. Wymiany rynkowe nie są równe. Są nierównymi wymianami, z których strony oczekują zysku.

Tak więc handel jest pochodną wartości. W gospodarce rynkowej dobra są ciągle przenoszone pomiędzy tymi, dla których mają niższą wartość, a tymi, dla których mają one większą wartość. To fakt życia gospodarczego, który nie jest brany pod uwagę przez ekonomistów matematycznych. Wydaje się, że uważają oni, iż dobra mają określoną stałą wartość, z reguły zależną od kosztów produkcji. Obliczają tę wartość jako niezmienny fakt, nie zdając sobie sprawy z tego, że kiedy dobro przechodzi do innej osoby lub zmienia miejsce, jego wartość wzrasta. Materialne dobra mają większą wartość, kiedy są posiadane przez osoby, którym mogą przynieść większe zadowolenie.

To nierówność wartości użytkowych i wymiennych prowadzi do wymiany. Te różnice nie mogą być zmierzone, jedynie porównane. Istnieją one w umysłach. Są subiektywne. To zawsze kwestia: więcej lub mniej. Jeżeli wartość tego, co oczekujesz dostać, nie jest większa niż tego, co musiałbyś oddać, wtedy nie nastąpi handel. Różniące się wartości użytkowe i wymienne u różnych ludzi skutkują powstawaniem cen — cen rynkowych. Nie ma innych rodzajów cen — tylko ceny rynkowe.

Większość rzadkich dóbr ma wiele zastosowań albo wartość użytkową dla wielu ludzi. Problemem ekonomicznym jest takie przydzielenie ich, aby uzyskać jak największe ludzkie zadowolenie dla zainteresowanych. Wolna wymiana jest jedyną możliwą drogą, w której wszyscy mogą zyskać. To jedyny system, który rozdziela każde rzadkie dobro do takiego użytku lub osoby, dla której ma największą relatywną wartość. To jedyny system, który minimalizuje straty i maksymalizuje ludzkie zadowolenie.

Jak ludzie zachowują się na rynku

W naszym życiu spotykamy się z dwoma pytaniami, gdy działamy na rynku. Te pytania to: czy handlować, a jeśli tak, to na jakich warunkach. Odpowiedzi mogą być proste. Są trzy zasady, czy też postulaty, by odpowiedzieć na te pytania:

1. *Ludzie podejmą się wymiany, tylko jeżeli będzie ona dla nich korzystna.*
2. *Ludzie będą wymieniali się chętniej za większą, niż za mniejszą korzyść.* Jeśli możesz kupić coś za 250 pesos, nie masz zamiaru płacić 275 pesos. Zawsze będziesz wybierał korzystniejszą cenę. Oczywiście, czasami to nie kwestia pieniędzy. To może być kwestia wygody. Czasem wolisz zapłacić wyższą cenę za coś na swoim osiedlu niż jechać na obrzeża miasta, gdzie możesz kupić to za kilka pesos mniej. Albo możesz zapłacić więcej osobie, czy grupie, której chcesz pomóc, uznając różnicę w cenie za wkład charytatywny.
3. *Ludzie wolą wymieniać się, uzyskując mniejszą korzyść, niż nie wymieniać się wcale.*

Te trzy zasady czy postulaty zapewniają wszystkie odpowiedzi, których potrzebowaliśmy, by rozwiązać problem rynku. Czy możesz uzyskać korzyść? Tak. Ok., więc się wymieniasz. Jeżeli możesz uzyskać większą korzyść, wybierasz tę transakcję, a nie tę przynoszącą mniejszą korzyść, ale zadowolisz się mniejszą korzyścią, jeśli jako alternatywę masz nieodniesienie jej wcale. Starasz się polepszyć swoją sytuację, jak najbardziej możesz ze swojego punktu widzenia.

Oto kilka prostych problemów, które ukażą, jak ceny ewoluują i jak nasza skala wartości przyczynia się do ich kształtowania się. Przyjmijmy założenie, że na skali wartości jest kilka rzeczy przedstawiających dla ciebie wartość użytkową, których nie masz, i ta skala wartości to:

- 1-A,
- 2-B,
- 3-C,
- 4-D.

Wtedy dowiadujesz się, że możesz wymienić D na A. To nowa informacja – informacja, której nie miałeś, gdy ustalałeś pierwotną skalę wartości. Ta nowa informacja zmienia twoje preferencje, które teraz wyglądają tak:

- 1-A,
- 2-D,
- 3-B,
- 4-C,
- 5- kolejne D.

D przesunęło się na drugie miejsce nie z powodu swojej wartości użytkowej, ale z powodu swojej wartości wymiennej. Możesz wymienić je na A.

Fakt, że musisz podjąć się wymiany, by dostać A, sprawia, że D jest poniżej A. Drugie D jest wartościowane ze względu na wartość użytkową samego D.

Więc twoja skala preferencji zmienia się wraz z uzyskiwaniem nowych informacji. Dowiadujesz się, że możesz kupić coś taniej w innym miejscu, albo dowiadujesz się, że wydarzyło się coś niespodziewanego, albo że wynaleziono coś nowego. Znajdujesz się w nowej sytuacji, stąd potrzebna jest nowa skala preferencji.

Prosta wymiana

Tabela 5 prezentuje trochę bardziej skomplikowaną, jednak nadal bardzo prostą sytuację. Te problemy ilustrują zasady, które kierują kształtowaniem się cen i tym, jak ulegają one ciągłym zmianom. Zaczynamy od założenia, że pan Smith ma cztery konie. Są one wymienione w pierwszej kolumnie. W drugiej kolumnie mamy jego skalę preferencji dotyczącą koni i krów. Jeżeli miałby tylko cztery zwierzęta, preferowałby jako pierwsze konia, jako drugie krowę, trzecie drugiego konia, a czwarte drugą krowę.

Pan Black, w trzeciej kolumnie, ma cztery krowy, a jego skala preferencji dla koni i krów, w ostatniej kolumnie, kształtuje się w następującym porządku: jako pierwsze zwierzę chciałby krowę, drugie konia, trzecie drugą krowę, a czwarte drugiego konia.

Ci dwaj mężczyźni się spotykają. Co się dzieje? Jeden ma cztery konie. Drugi cztery krowy. Kiedy spotkają się, wkrótce okaże się, że Smith chętnie wymieni swojego czwartego konia na krowę. Black chętnie natomiast wymieni swoją czwartą krowę na konia. Dokonują wymiany. Obydwaj dokonali ulepszenia swoich gospodarstw zawierających te dwa zwierzęta.

W rzeczywistości pójdą dalej, uczynią drugi krok — KROK B. Smith chętnie wymieni swojego trzeciego konia na drugą krowę, natomiast Black chętnie wymieni swoją trzecią krowę na drugiego konia.

Tabela 5. Prosty handel

Pan SMITH		Pan BLACK	
Ma 4 konie:	Jego skala preferencji	Ma 4 krowy:	Jego skala preferencji

	dla koni i krów			dla koni i krów
1 Koń	1 Koń		1 Krowa	1 Krowa
2 Koń	2 Krowa		2 Krowa	2 Koń
3 Koń	3 Koń		3 Krowa	3 Krowa
4 Koń	4 Krowa		4 Krowa	4 Koń

KROK A: Smith chętnie wymieni czwartego konia na krowę.

Black chętnie wymieni czwartą krowę na konia.

KROK B: Smith chętnie wymieni trzeciego konia na drugą krowę.

Black chętnie wymieni trzecią krowę na drugiego konia.

KROK C: Żadna kolejna transakcja zapewniająca wzajemne korzyści nie jest możliwa.

Zatem obydwaj polepszyli swoje sytuacje i zaspokoili swoje skale preferencji. Pod tymi założeniami niemożliwe są kolejne wymiany, ponieważ nie istnieje żadna kolejna transakcja zapewniająca korzyści. Obydwaj zaspokoili swoje skale preferencji. Jeżeli ich skale preferencji ulegną zmianie, będziemy mieli do czynienia z innymi problemem, inną sytuacją. To tyle w tej kwestii.

Zaspokajanie skali preferencji

Teraz czas na bardziej złożony problem, zaprezentowany w tabeli 6. Przyjmujemy, że Smith ma sześć koni, a Black sześć krów. W kolumnie po lewej przyjmujemy, że obydwaj mają te same skale preferencji. Jako pierwsze zwierzę chcieliby konia, jako drugie drugiego konia, jako trzecie pierwszą krowę, jako czwarte drugą krowę, jako piąte trzeciego konia, jako szóste czwartego konia i tak dalej (jak w tabeli).

Teraz zestawiamy tych dwóch panów. Co się dzieje? Patrząc na ich skale preferencji dowiadujemy się, że w obecnej sytuacji Smith ma swoją pierwszą, drugą, piątą, szóstą, siódmą i ósmą preferencję, podczas gdy Black ma swoją trzecią, czwartą, dziewiątą, dziesiątą, jedenastą i dwunastą. W tych okolicznościach ci dwaj panowie spotykają się. Co się dzieje?

Tabela 6. Bardziej złożona wymiana

Skala preferencji		Pan Smith (S) ma 6 koni (Ko)
Obydwu		Pan Black (B) ma 6 krów (Kr)
1	1 Ko	S ma 1, 2, 5, 6, 7 i 8 preferencje;
2	2 Ko	B ma 3, 4, 9, 10, 11 i 12.
3	1 Kr	
		Smith wymienia szóstego Ko na szóstą Kr Blacka.
4	2 Kr	
5	3 Ko	Wtedy Smith ma 5 koni i 1 krowę:
6	4 Ko	Swoje 1, 2, 3, 5, 6 i 7 preferencje.
		Black ma 5 krów i 1 konia:
7	5 Ko	Swoje 1, 3, 4, 9, 10 i 11 preferencje.
8	6 Ko	
9	3 Kr	Smith wymienia piątego Ko na szóstą Kr Blacka.
10	4 Kr	Wtedy Smith ma 4 konie i 2 krowy: swoje 1,2,3,4,5 i 6 preferencje.
11	5 Kr	Black ma 4 krowy i 2 konie:
12	6 Kr	swoje 1,2,3,4,9 i 10 preferencje.
Smith już by nie zyskiwał, więc nie będzie więcej wymian przy takiej skali preferencji. Jeśli piątą preferencją w tej skali byłaby krowa, wtedy jeszcze jedna wymiana dałaby każdemu z jej uczestników jego pierwsze 6 preferencji.		

Z pewnością będą zadowoleni z dokonania wymiany. Smith wymienia swojego szóstego konia na szóstą krowę Blacka. Mamy wtedy sytuację, w której Smith ma pięć koni i jedną krowę. Jego sytuacja polepszyła się o tyle, że w tym momencie ma zaspokojone swoje 1, 2, 3 (dzięki wymianie), 5, 6 i 7 preferencje.

Pozbawił siebie swojej ósmej preferencji, żeby uzyskać swoją trzecią preferencję. Polepszył swoją sytuację, przez otrzymanie trzeciej rzeczy na swojej skali preferencji w zamian za rzecz, która była niżej, na ósmym miejscu.

Z drugiej strony, Black ma teraz pięć krów i jednego konia. Uzyskał swoją pierwszą preferencję i nadal ma 3, 4, 9, 10 i 11. Wymienił swoją 12 preferencję na pierwszą. On też z pewnością polepszył swoją sytuację ze swojego punktu widzenia.

W danych warunkach opłacalne jest dla nich dokonanie kolejnej wymiany. Smith chętnie wymieni swojego piątego konia na piątą krowę Blacka. Wtedy Smith ma cztery konie i dwie krowy. Teraz ma swoją 1, 2, 3, 4, 5 i 6 preferencję. Wymienił swoją 7 preferencję na swoją 4 preferencję. Teraz ma wszystkie pierwsze sześć preferencji. Nie może zwiększyć swojego zadowolenia, mając sześć zwierząt.

Z drugiej strony Black ma cztery krowy i dwa konie. Ma swoje 1, 2, 3, 4, 9 i 10 preferencje. Wymienił swoją 11 preferencję na swoją 2 preferencję. Ma swoje pierwsze cztery preferencje, ale nie ma swoich 5, 6, 7 i 8 preferencji. Chciałby poprawić swoją sytuację, jednak rynek nie może zapewnić jej polepszenia — nie ma transakcji, chyba że obydwie strony miałyby na niej skorzystać. Skoro Smith nie może skorzystać na kolejnej wymianie, nie będzie ich więcej przy danych skalach wartości. Przy danych założeniach doszliśmy do końca wymian.

Ale jeśli 5 albo 6 preferencja w tej skali preferencji zmieni się na krowę, jeszcze jedna wymiana dawałaby im obydwu ich pierwsze sześć preferencji. To pokazuje, że gdy skale preferencji ulegają zmianie, ulegają zmianie również możliwe wymiany. Skale preferencji wpływają na wszystko, co ma miejsce na rynku. Każda osoba wymienia się do momentu, w którym nie może na tym więcej skorzystać. Musi jednak znaleźć inną osobę, która również na tym skorzysta — albo nie nastąpi żadna transakcja.

Mówiliśmy o wymianie barterowej, towaru za towar. W gospodarce rynkowej z reguły wymieniamy dobro za pieniądź i *vice versa*. Teraz będziemy rozważać wymiany z udziałem pieniądza, włączając to, co nazywamy cenami. Cena może być zdefiniowana jako ilość pieniądza.

Wkład Böhm-Bawerka

Duża część materiału w tym wykładzie została zaadaptowana z prac Böhm-Bawerka. Był on nie tylko jednym z największych ekonomistów, ale także nauczycielem mojego wielkiego nauczyciela, Misesa. Böhm-Bawerk uważał za pomocne porównywanie kształtowania się cen do rozbijania się fal na wybrzeżu. Obydwa są złożonymi zjawiskami, które wydają się całkowicie „bez zasad i regularności”, jednak są przedmiotem działania niezmiennych praw.

Kiedy fale rozbijają się na skalistym wybrzeżu, ścieżka każdej kropli wody może wydawać się przypadkowa, ale, mając potrzebne dane, prawa fizyki mogą wyjaśnić to, gdzie każda cząsteczka się przemieszcza. Znając siłę każdej fali, dokładny kształt i rodzaj wybrzeża, jak również prędkość i kierunek każdego porywu wiatru, możemy uzyskać tylko jeden poprawny wynik. Stąd prawa fizyki mogą nam powiedzieć, gdzie spadnie każda kropla.

Podobnie w ekonomii: jeżeli poznalibyśmy zmieniające się skale preferencji każdej osoby oraz dostępne zapasy dóbr i usług na rynku, to prawa ekonomii, prawa ludzkiego działania, powiedzą nam, jakie będą wszystkie ceny. Oczywiście, w prawdziwym życiu nie znamy zmieniających się skali preferencji wszystkich ludzi. Możemy poznać ich część, ale tylko w odniesieniu do wymian na rynku.

Gdy idziesz do sklepu, zwykle nie mówisz sprzedawcy, ile jesteś gotów zapłacić za pożądane dobro. Starasz się znaleźć najniższą cenę, za jaką możesz je kupić. Zatem, gdy uczestniczymy w transakcjach rynkowych, rzadko ujawniamy, jak wysoko umiejscowione jest dane dobro na naszej skali preferencji. Dlatego też te skale nie są nam zazwyczaj znane. Ale to właśnie one determinują wszystkie działania na rynku.

Rozwijając rozumienie ekonomii, klasyczni ekonomiści brytyjscy zredukowali wszystko do podaży i popytu. Wzięli podaż i popyt za dane. Kiedy mówili o podaży i popycie, bronili poglądu, że biznesmeni powinni usiłować kupować tanio i sprzedawać drogo. To dobry biznes. Ale nie skupiali się na tym, co tworzy popyt i podaż. To zasługa austriackiej szkoły ekonomii.

Konsumenci determinują ceny

Jak wspomniałem w moim pierwszym wykładzie, nauka odkrywa związki przyczynowo-skutkowe, cofając się aż do momentu, gdy nie jest to już możliwe.

Austriaccy ekonomiści pokazali, że można cofnąć się za podaż i popyt i dowiedzieć się, co je kształtuje. Popyt kształtowany jest przez skalę preferencji konsumentów, podczas gdy podaż przez biznesmenów starających się przewidzieć, jak najdokładniej potrafią, przyszłą wartość tych skali konsumentów. Zatem to skala preferencji konsumentów determinuje zarówno popyt, jak i podaż, i tym samym ceny wszystkich dóbr i usług sprzedawanych na rynku.

Popyt i podaż są nieprecyzyjnymi pojęciami, które nie dostarczają wystarczających informacji. Głównym czynnikiem, który wyjaśnia ceny, są całkowicie subiektywne preferencje ludzi. Konkurencja rynkowa wymusza proces ustalania się cen pomiędzy subiektywnymi krańcowymi preferencjami marginalnych par, gdzie ilość oferowana na sprzedaż idealnie odzwierciedla ilość, na którą jest zapotrzebowanie na rynku. Przy tej cenie podaż i popyt muszą być równe. Nie możesz kupić więcej, niż jest sprzedawane, a cena musi być korzystna dla wszystkich, którzy sprzedają i kupują.

Odosobniona wymiana

Teraz zaprezentuję kilka problemów, wykorzystując pieniądze. Wybaczcie, że użyję tutaj dolarów. Nie stanowi wielkiej różnicy, jaka waluta jest tu używana. Odosobniona wymiana to pierwszy przykład (patrz: tabela 7). Jest tylko dwóch uczestników. Farmer Brown potrzebuje konia. Koń jest wart dla niego więcej niż 300 USD — to znaczy, że zapłaci za konia do, jednak nie więcej niż, 300 USD. Jeśli musiałby zapłacić więcej, nie będzie to dla niego opłacalne. Jego sąsiad, Smith, ma konia, którego wartość użytkowa dla niego wynosi tylko 100 USD.

Ci dwaj mężczyźni spotykają się. Co się dzieje? Oczywiście, że korzystne dla nich obydwu będzie dokonanie wymiany. Postawiliśmy zasadnicze pytanie wcześniej — czy powinni się wymienić, a jeśli tak, to na jakich warunkach. Ustaliliśmy, że powinni się wymienić. Wobec czego pozostaje pytanie, po jakiej cenie koń powinien zostać sprzedany.

W tej sytuacji, czy będą handlować? I jeśli tak, to na jakich warunkach? Każda cena pomiędzy 100 a 300 USD jest możliwa. Wybrana cena z tego przedziału będzie zależała od zdolności targowania się tych mężczyzn. Jednak cena poniżej 100 USD jest niemożliwa. Smith nie sprzeda za mniej, ponieważ koń jest tyle dla niego wart. Po niższej cenie wolałby używać konia, niż go

sprzedać. Cena powyżej 300 USD również doprowadziłaby do niezawarcia transakcji, ponieważ koń nie jest wart więcej niż 300 USD dla farmera Browna. Tak więc cena musi wypaść pomiędzy 100 a 300 USD.

To reguła, a nie moja opinia. Nie jest to moje marzenie. To fakt. To prawo ekonomiczne — to, jak ludzie działają. Regułą jest, że cena musi wypaść pomiędzy subiektywnymi wartościami kupującego i sprzedającego. Jakakolwiek inna cena jest niemożliwa. To wydaje się proste i mam nadzieję, że jest zrozumiałe. Cena musi być korzystna dla obydwu stron.

Tabela 7

Odosobniona wymiana
Farmer Brown potrzebuje konia. Koń jest wart dla niego więcej niż 300 USD, ale nie dość, by zapłacić za niego więcej niż 300 USD. Sąsiad Smith ma konia, który dla niego ma wartość użytkową 100 USD. Czy będą handlować? Jeśli tak, to na jakich warunkach? Każda cena pomiędzy 100 USD a 300 USD jest możliwa. Faktyczna cena w tym przedziale będzie zależała od zdolności targowania się tych dwóch mężczyzn.
ZASADA: Cena musi wypaść pomiędzy <i>subiektywną wartością</i> dla kupującego, a <i>subiektywną wartością</i> dla sprzedającego.

Jednostronna konkurencja pomiędzy kupującymi

Czas na trochę bardziej złożony problem. Zajmiemy się przykładem jednostronnej konkurencji pomiędzy kupującymi. Pytanie brzmi: kto kupi i w jakim przedziale cenowym? (patrz: tabela 8). Smith ma konia, jak poprzednio, o wartości użytkowej wynoszącej dla niego 100 USD. Jak poprzednio, koń jest wart więcej niż 300 USD dla Browna. Jednak tym razem mamy także pana Careya, dla którego koń jest wart tylko trochę ponad 200 USD. Kto kupi konia Smitha? Jaki będzie przedział cenowy?

W tej sytuacji, Brown kupi konia i zapłaci cenę pomiędzy 200 USD a 300 USD. Każda inna cena jest nie do pomyślenia. Jeśli cena wynosiłaby mniej niż 200 USD Brown miałby konkurenta w osobie Careya. Jeśli cena wynosiłaby więcej niż 300 USD, koń nie byłby dla niego wartościowy. Więc jedynym sposobem, żeby transakcja mogła zaistnieć, mając na uwadze te założenia, są ceny pomiędzy 200 USD a 300 USD.

Tabela 8

JEDNOSTRONNA KONKURENCJA POMIĘDZY KUPUJĄCYMI
<p>PYTANIE: Kto kupi i w jakim przedziale cenowym?</p> <p>ZAŁOŻENIE: Smith ma konia, którego wartość użytkowa wynosi dla niego 100 USD.</p> <p>Koń jest wart trochę więcej niż 300 USD dla Browna.</p> <p>Koń jest wart trochę więcej niż 200 USD dla Careya.</p> <p>Brown kupi konia za cenę pomiędzy 200 USD a 300 USD.</p> <p>KOLEJNE ZAŁOŻENIE: Koń jest wart więcej niż 260 USD dla Della.</p> <p>Brown kupi konia za cenę pomiędzy 260 USD a 300 USD.</p> <p>KOLEJNE ZAŁOŻENIE: Koń jest wart więcej niż 320 USD dla Ely'a.</p> <p>Ely kupi konia za cenę pomiędzy 300 USD a 320 USD.</p>
<p>ZASADA: Potencjalny kupujący, dla którego wartość dobra jest najwyższa, otrzyma dobra za cenę poniżej swojego wartościowania i powyżej najwyższej wartości przypisanej dobru przez jego wszystkich konkurentów.</p>

Teraz przyjmijmy, że pojawia się kolejny mężczyzna, pan Dell. Chce kupić konia i koń jest dla niego wart więcej niż 260 USD. Co to zmienia w tej sytuacji? Kto kupi konia i za jaką cenę?

Pan Brown kupi konia, ale będzie musiał zapłacić więcej niż 200 USD w tych okolicznościach. Będzie musiał zapłacić więcej niż pan Dell. Będzie musiał zapłacić więcej niż 260 USD, ale oczywiście nie zapłaci więcej niż 300 USD.

Teraz przyjmijmy, że pojawia się kolejny mężczyzna, pan Ely. Dla niego koń wart jest więcej niż 320 USD. Co się teraz stanie? Co jest odpowiedzią na pytanie: kto kupi i w jakim przedziale cenowym? Powinno być oczywiste, że teraz pan Ely kupi konia. Jaką cenę zapłaci? Musi zapłacić więcej niż nasz przyjaciel, pan Brown. Więc zapłaci więcej niż 300 USD, ale nie więcej niż 320 USD.

To nie są moje opinie. To nie wymarzony przeze mnie stan. Tak działają ludzie. Starają się dostać to, czego chcą, za najlepszą możliwą cenę i nie chcą płacić więcej, niż dobro jest dla nich warte. Zasadą takiego rodzaju wymiany jest to, że potencjalny nabywca, dla którego dobro ma największą wartość, dostaje je za cenę poniżej tej wartości i powyżej najwyższej wartości przypisanej temu dobru przez któregokolwiek ze swoich konkurentów.

Mówimy po prostu, że rynek rozdziela rzadkie dobra pomiędzy tych, którzy przyznają im najwyższą wartość, czyli pomiędzy tych, którzy są gotowi na

największe poświęcenie, by je uzyskać. Mamy tu konkurencję po jednej stronie, rywalizację pomiędzy kilkoma nabywcami o jednego konia.

Jednostronna konkurencja między sprzedawcami

Teraz czas na sytuację odwrotną, jednostronną konkurencję pomiędzy sprzedawcami (patrz: tabela 9). Jest jeden kupujący i wielu potencjalnych sprzedawców. Tutaj pytanie brzmi: kto sprzeda i w jakim przedziale cenowym? Potencjalny kupiec Brown uznaje, że koń ma dla niego wartość użytkową 300 USD. Potencjalny sprzedawca Fort ocenia subiektywną wartość swojego konia na 140 USD, tymczasem Green na 200 USD swojego, a inny potencjalny sprzedawca, pan Hall 250 USD. Kto sprzeda konia panu Brownowi, w jakim przedziale cenowym?

Powinno być oczywiste, że nie jest to sytuacja wynikająca z moich przekonań. Każdy z nas powinien dojść do takiej samej konkluzji, ponieważ to sposób, w jaki postępują wszyscy ludzie. To stosowanie prawa ekonomii.

Pan Brown kupi konia najtaniej, jak to jest możliwe. Nie zapłaci 200 USD, jeżeli może dostać konia za mniej niż 200 USD. Mając na uwadze te założenia, zapłaci mniej, niż chce pan Green. Pan Fort sprzeda konia panu Brownowi za cenę pomiędzy 140 USD a 200 USD. Jakkolwiek inna cena jest nie do pomyślenia.

Kontynuując, zakładamy teraz, że kolejny mężczyzna, pan Jate, chce sprzedać konia. Przyznaje mu subiektywną wartość 180 USD. Co zmienia to w tej sytuacji? Redukuje to cenę, jakiej pan Fort mógłby zażądać. Nadal sprzeda konia panu Brownowi, ale nie za cenę z przedziału 140 USD — 200 USD, a — w zależności od swoich umiejętności targowania się — pomiędzy 140 USD a 180 USD.

Tabela 9

JEDNOSTRONNA KONKURENCJA POMIĘDZY SPRZEDAWCAMI
PYTANIE: Kto sprzeda i w jakim przedziale cenowym?
ZAŁOŻENIE: Potencjalny kupiec Brown przyznaje koniowi subiektywną wartość (S/W) 300 USD. Potencjalny sprzedawca Fort przyznaje subiektywną wartość 140 USD. Potencjalny sprzedawca Green przyznaje subiektywną wartość 250 USD.

Potencjalny sprzedawca Hall przyznaje subiektywną wartość 200 USD.

Fort zaproponuje cenę pomiędzy 140USD a 200 USD.

KOLEJNE ZAŁOŻENIE: Potencjalny sprzedawca Jate z S/W 180 USD.

Fort zaproponuje cenę pomiędzy 140 USD a 180 USD.

KOLEJNE ZAŁOŻENIE: Potencjalny sprzedawca Korn z S/W 120 USD.

Korn sprzeda za cenę pomiędzy 120 USD a 140 USD.

ZASADA: Potencjalny sprzedawca, który przyznaje dobru najniższą subiektywną wartość, sprzeda to dobro powyżej tej wartości i poniżej najniższej subiektywnej wartości swoich wszystkich konkurentów.

Przyjmujemy, że pojawia się kolejny mężczyzna, sprzedawca, pan Korn, który przypisuje swojemu koniowi subiektywną wartość 120 USD. Stosujemy ten sam tok myślenia — pan Brown chce konia, który jest wart dla niego więcej niż 300 USD, ale nie chce płacić więcej, niż musi. Sprawia więc, że mężczyźni konkurują ze sobą, starając się przedstawić jak najlepszą ofertę. Najniższa oferta zmienia się — schodzi poniżej poprzedniej, wynoszącej 180 USD. Pan Brown może teraz kupić konia w cenie pomiędzy 120 a 140 USD.

Istnieje tutaj reguła — potencjalny sprzedawca, który przyznaje najniższą subiektywną wartość dobru, sprzedaje je w cenie powyżej swojej subiektywnej wartości i poniżej najniższej subiektywnej wartości przyznanej dobru przez któregokolwiek ze swoich konkurentów. Tak więc koń przemieszcza się od potencjalnego sprzedawcy, który przyznaje mu najniższą wartość, do człowieka, który przyznaje mu wartość najwyższą. Tak działa rynek.

Te przykłady były relatywnie proste. Zakładaliśmy, że wartość pieniądza, która jest ważna w każdym z przypadków, jest stała. Jednak wartość pieniądza zawsze się zmienia. Wraz ze zmianami wartości konia i pieniądza, skale preferencji ludzi ulegają zmianom. Zmieniają zdanie na temat tego, co jest dla nich korzystne. Jednak handlują tylko wtedy, gdy oczekują zysków. W tych przykładach przyjęliśmy, że ich sądy wartościujące są stałe do momentu realizacji transakcji. Wynikłe ceny były ukształtowane przez liczbę koni i skale wartości wszystkich uczestników rynku. Konkurencyjny sprzedający i nabywcy mieli szansę, by polepszyć swoją sytuację w zależności od swoich skal wartości, o tyle, o ile pozwalały na to warunki rynkowe. Konkurencja wymusiła na każdym sprzedającym i kupującym ustalenie ceny z pełnym uwzględnieniem relatywnych subiektywnych wartości wszystkich zainteresowanych.

Dwustronna konkurencja

Teraz czas na przykład, jak ja to nazywam, dwustronnej konkurencji (patrz: tabela 10). To bardziej złożona sytuacja, w której występuje konkurencja pomiędzy wieloma kupującymi i sprzedającymi o ograniczoną ilość dóbr, w tym przypadku 13 taksówek.

Tabela 10. DWUSTRONNA KONKURENCJA

(wynikający problem)

Zakładana subiektywna wartość podobnych taksówek						
Właściciele 13 taksówek			Potencjalni kupcy			
Ace	1 (pierwsza)	4000\$		Law	3 (trzecia)	2750\$
Bag	1.	3800		Moon	2.	2920
Cod	1.	3750		Nid	2.	3080
Ace	2.	3600		Law	2.	3130
Dove	1.	3500		Ott	1.	3400
Eby	1.	3450		Pry	2.	3550
Bag	2.	3380		Moon	1.	3680
Ace	3.	3360		Law	1.	3780
Fork	1.	3330		Pry	1.	4100
Gay	1.	3250		Nid	1.	4250
Ace	4.	3050				

Bag	3.	2800				
Dove	2.	2600				

Część 1 — Ile sprzedano? W jakim przedziale cenowym?

Część 2 — Przyjmijmy (a) podatek od sprzedaży w wysokości 50 USD; (b) podatek 10%.

W kolumnie po lewej stronie znajdują się właściciele 13 taksówek. Siedmiu mężczyzn posiada te 13 taksówek — cztery są własnością pana Ace. W następnej kolumnie mamy założone subiektywne wartości, jakie właściciele przywiązują do swoich taksówek — to jest ceny, poniżej których by ich nie sprzedali. Jeżeli dostaną wyższą cenę za którąkolwiek z tych taksówek, sprzedadzą ją. Po prawej stronie widzimy potencjalnych nabywców i najwyższe ceny, jakie są gotowi zapłacić, subiektywne wartości, jakie przywiązują do posiadania taksówki. Jeżeli mogą dostać taksówkę za taką cenę, kupią ją. Jeżeli nie mogą, nie kupią jej.

Jest 13 taksówek. Powinniśmy przyjąć, że są identyczne, bez materialnych różnic, jakie powinny zostać wzięte pod uwagę. Potencjalni nabywcy i potencjalni sprzedawcy zebrali się razem w jednym miejscu i czasie. Mamy więc dziesięciu potencjalnych oferentów. Zadajmy sobie pytania: ile taksówek zostanie sprzedanych? Ile nie zostanie sprzedanych? W jakim przedziale cenowym zostaną dokonane transakcje?

Odpowiedź jest raczej prosta. Jest wiele sposobów na rozwiązanie tego problemu. Można użyć bardziej skomplikowanego i zacząć od niskich ofert. Oczywiście, nikt nie będzie chciał sprzedać taksówki za 2600 USD. Jeżeli pan Dove postara się, powiedzmy, dostać 2700 USD za swoją drugą, każdy z potencjalnych dziesięciu kupców będzie chciał ją nabyć. Nie pozwolą na to, żeby została sprzedana za 2700 USD. Podniosą ofertę. Kiedy to zrobią i cena wzrośnie powyżej 2800 USD, dołączy pan Bag. Przed tym, popyt pana Law zniknie. W miarę jak oferty będą wyższe, kolejne taksówki staną się dostępne, a kolejni potencjalni nabywcy zrezygnują. Tak będzie się działo, dopóki nie wkroczyliśmy w przedział cenowy, gdzie ilość oferowanych do sprzedaży taksówek i ilość potencjalnych kupców będą równe.

Można też zacząć od góry. Pan Ace byłby szczęśliwy, mogąc sprzedać swoją taksówkę za 4150 USD panu Nidowi. Jednak nie dostanie 4150, ponieważ pan Nid nie wyda tyle, gdy inni właściciele taksówek chcą sprzedać je taniej. Konkurencyjne oferty obniżą cenę, sprawiając, że mniej samochodów będzie dostępne do sprzedaży. W tym samym czasie konkurencja zwiększy liczbę potencjalnych nabywców. Będzie się tak działo do momentu, gdy cena znajdzie się w takim przedziale, gdzie znów ilość oferowanych na sprzedaż taksówek będzie równała się ilości taksówek, które chcą kupić potencjalni nabywcy.

W tym przykładzie zakładamy, że wszystkie taksówki są podobne. Nie ma znanych różnic, żadnych wgnieceń w błotnikach jak w prawdziwym życiu. Będzie jedna cena, po której właściciele sprzedają wszystkie taksówki, które oferują. Nasze pytanie brzmi: ile zostanie wymienionych i po jakiej cenie? Odpowiedź jest prosta.

Najlepszym i najprostszym sposobem, by znaleźć odpowiedź, jest zastosowanie tego, co już powiedziałem o rynku. To fakt, że rynek rozdziela wszystkie rzadkie dobra pomiędzy tych, którzy wartościują je najwyżej. Mamy 13 taksówek i 23 oferty kupna. Kto dostanie taksówkę? Ci, którzy zaproponują za nie najwięcej, a więc przywiązują do nich największą wartość.

Stąd jedyną rzeczą, jaką musimy zrobić, jest szybkie znalezienie 13 najwyższych wartości. Odpowiedź na nasze pytanie brzmi: sześć taksówek zostanie sprzedanych, za ceny pomiędzy 3360 a 3380 USD. Wszystkie trzy metody dają ten sam wynik. Jakakolwiek inna odpowiedź jest nie do pomyślenia (patrz: tabela 11).

Po niższej cenie pan Ace nie sprzedałby swojej trzeciej taksówki. Po wyższej cenie pan Bag próbowałby sprzedać swoją drugą taksówkę. Byłoby siedmiu potencjalnych sprzedawców, ale nie byłoby siedmiu potencjalnych nabywców. Stąd nie byłoby równości pomiędzy ilością oferowaną do sprzedaży, a ilością, która zostałaby nabyta. Ceny zmieniałyby się do momentu, gdy ilość byłaby równa, ponieważ potencjalni sprzedawcy nigdy nie mogą sprzedać więcej, niż potencjalni nabywcy chcą kupić.

Tabela 11

BILATERAL COMPETITION <i>(First part of problem answered)</i>					
Assumed subjective valuation of similar taxis					
<u>Owners of 13 taxis</u>			<u>Potential Buyers</u>		
Aces's	1st	\$4,000	Law's	3rd	\$2,750
Bag's	1st	3,800	Moon's	2nd	2,920
Cod's	1st	3,750	Nid's	2nd	3,080
Ace's	2nd	3,600	Law's	2nd	3,130
Dove's	1st	3,500	Ott's	1st	3,400
Eby's	1st	3,450	Pry's	2nd	3,550
Bag's	2nd	3,380	Moon's	1st	3,680
Ace's	3rd	3,360	Law's	1st	3,780
Fork's	1st	3,330	Pry's	1st	4,100
Gay's	1st	3,250	Nid's	1st	4,250
Ace's	4th	3,050			
Bag's	3rd	2,800			
Dove's	2nd	2,600			

How many sold? 6	Within what price range? \$3,360 to \$3,380
----------------------------	---

Tak więc subiektywne wartości uczestników rynku wyznaczają granice przedziału cen, a rynek przydziela ograniczoną liczbę taksówek tym, którzy przypisują im najwyższą wartość. Trzynastoma, którzy przypisują taksówkom najwyższą wartość, są ci powyżej linii po lewej stronie i ci poniżej linii po prawej stronie. Kiedy transakcje dobiegną końca, oni będą posiadać taksówki. Przyjmując założony stan rynku, ludzie po lewej poniżej linii nie przywiązują wystarczającej wartości do taksówek, by je zatrzymać, gdy tymczasem ludzie po prawej powyżej linii nie przywiązują do nich wartości wystarczającej, by je kupić.

Gdyby istniała 14 taksówka, jeszcze jedna chęć zakupu taksówki mogłaby zostać zaspokojona. Gdyby było 15 taksówek, to jeszcze dwie osoby więcej mogłyby ich użyć. Jednak rzeczywistością naszego życia jest rzadkość dóbr, których chcą ludzie, a ekonomicznym problemem jest decyzja o tym, kto dostanie te rzadkie dobra, a kto będzie musiał obejść się bez nich.

Prawo cen

W gospodarce rynkowej decyzja, kto otrzymuje ograniczoną ilość taksówek, a kto nie, oraz po jakiej cenie, determinowana jest przez prawo ceny. Prawo ceny nie jest opinią. To nie opis tego, jak powinno być. Nie jest też prawem, które chciałbym, żeby wprowadził rząd. Opisuje ono, jak ludzie postępują na rynku, gdzie każdy człowiek stara się polepszyć swoją sytuację, najlepiej jak może ze swojego punktu widzenia. Jest to prawo tak niezmiennie jak jakiekolwiek prawa fizyki.

Przy dwustronnej konkurencji ceny rynkowe muszą kształtować się w przedziale pomiędzy górnymi a dolnymi limitami wynikającymi z dostępnej podaży i subiektywnych wartości zainteresowanych stron. Górny limit jest ustalany przez subiektywne wartościowanie kupującego, który przedstawił najniższą przyjętą ofertę i potencjalnego, lecz wykluczonego sprzedawcy, który chciał za swój towar najmniej, którakolwiek z tych dwóch wartości jest niższa. Dolny limit jest ustalany przez subiektywne wartościowania oferenta żądającego najwięcej i najwyższego wykluczonego potencjalnego nabywcy, którakolwiek z tych dwóch wartości jest wyższa.

Ceny są ustalane przez subiektywne wartościowania dwóch marginalnych par i muszą znajdować się w przedziale pomiędzy dwiema środkowymi z tych czterech wartości. Wartości powyżej i poniżej nich nie mają wpływu na cenę rynkową.

Teraz spójrzmy jeszcze raz na tabelę 11 i przeanalizujmy prawo ceny przy tych danych. Zgodnie z prawem ceny przy dwustronnej konkurencji ceny rynkowe muszą znajdować się w przedziale pomiędzy górnym a dolnym limitem. Górny limit jest ustalony przez dolną z pary X w kwadratach. Z tych dwóch niższą liczbą jest 3380 USD. To górny limit.

Dolny limit ustalany jest przez wyższą z pary X w kółkach. W tym przypadku wyższe jest 3360 USD. Więc cena musi wypaść pomiędzy tymi dwoma środkowymi, 3360 i 3380 USD.

Przy jakiegokolwiek innej cenie nie byłoby równej ilości chcących sprzedać i nabyć. To nie moja opinia. Tak działają ludzie. Nie kupią danego dobra, chyba że oczekują dzięki temu poprawy swojej sytuacji przez otrzymanie czegoś, co cenią bardziej niż sumę pieniędzy, którą za to zapłacą. Nie sprzedadzą, chyba że cenią otrzymane pieniądze bardziej niż dobro, które sprzedają. Każdy uczestnik

oczekuje zysku z każdej transakcji, musi także istnieć nabywca na każdy sprzedawany przedmiot. Podobnie, ludzie nie zapłacą więcej, niż wymagają tego warunki; jak również nie sprzedadzą za mniej niż cena, do zapłaty której warunki konkurencyjnego rynku zmuszają potencjalnych nabywców.

Wpływ podatków

Teraz spróbujemy pokazać, co dzieje się, gdy rząd ustala podatek od sprzedaży. Na początku założymy, że od sprzedaży każdej taksówki obowiązuje podatek 50 USD. To oznacza, że musisz dodać 50 USD do subiektywnej wartości nadawanej przez każdego potencjalnego sprzedawcę na swoją taksówkę. Będzie musiał dostać co najmniej tyle, żeby poprawić swoją sytuację sprzedażą. Co się wtedy stanie?

Przy założonych przez nas warunkach tylko pięć taksówek zostałyby sprzedanych, a cena zawierałaby się w przedziale pomiędzy 3350 a 3360 USD. Uwzględniając podatek, przedział cenowy wynosiłby od 3400 do 3410 USD. (patrz: tabela 12)

Tabela 12. DWUSTRONNA KONKURENCJA

(Odpowiedź na drugą część problemu)

Wpływ podatków

Przyjmujemy podatek dodany do ceny sprzedaży każdej z taksówek z tabeli 11.

Podatek stały w wys. 50 USD od taksówki:	Podatek 10% od sprzedaży:
5 taksówek zostanie sprzedanych po cenie 3350–3360 USD; włączając podatek, 3400–3410 USD.	4 taksówki zostaną sprzedane po cenie 3250–3330 USD; włączając podatek, 3575–3663USD.

Gdyby podatek wynosił 10% ceny sprzedaży, tylko cztery taksówki zostałyby sprzedane, a przedział cenowy z podatkiem wynosiłby pomiędzy 3575 a 3663 USD.

Widzieliśmy już, co stałoby się z ceną. Wzrasta. Widzieliśmy również, co stało się z liczbą transakcji. Mniej taksówek zostanie sprzedanych. To oznacza, że przy podatku w wysokości 50 USD jedna taksówka musi pozostać u człowieka,

który uznaje jej wartość za mniejszą niż inny człowiek, potencjalny nabywca. Z powodu podatku własność taksówki nie może zostać przeniesiona na potencjalnego kupca, który przypisuje jej większą wartość, ale dla którego nie jest warta wydania dodatkowych 50 USD, które musi teraz zapłacić.

Kiedy podatek wzrasta do 10% ceny sprzedaży, dwie taksówki więcej muszą zostać przy osobach, które uznają ich wartość za mniejszą, niż miałyby to miejsce w sytuacji, gdyby podatku nie było. A więc podatek od sprzedaży stoi na przeszkodzie transakcjom, które zwiększyłyby zadowolenie zarówno potencjalnych nabywców, jak i sprzedawców.

Oczywiście, te podatki mogą być niezbędne dla działania rynku. W takim wypadku są koniecznym kosztem prowadzenia biznesu. Ale kiedy są tylko ingerencją w rynek albo podatkiem wprowadzonym w celu subsydiowania jakiejś uprzywilejowanej grupy, a nie w celu zapewnienia równej ochrony dla wszystkich, muszą zmniejszać zadowolenie uczestników rynku. Każda transakcja, do której nie dochodzi, zmniejsza zadowolenie potencjalnych nabywców i sprzedawców. W dodatku skutkuje zmianą warunków rynkowych w sposób, który musi zmniejszać najwyższe potencjalne zadowolenie ludzi.

W ten sposób kształtują się ceny. Wyłaniają się z połączenia subiektywnych wartości wszystkich uczestników rynku, starających się poprawić swoją sytuację w najlepszy sposób ze swojego punktu widzenia. Pomijając wartościowanie środkowej marginalnej pary, zmiany w wartościowaniu przez inne strony nie mają wpływu na cenę, dopóki nie przetną przedziału cenowego środkowej marginalnej pary. Jeżeli jeden z potencjalnych nabywców poniżej linii był gotów zapłacić do 10 000 USD za taksówkę, nie miałyby to absolutnie żadnego wpływu na tę sytuację, ponieważ nie zapłaciłby więcej, niż musi płacić, to jest, cenę rynkową.

Pamiętajcie, że cena musi być korzystna dla wszystkich uczestników handlu. Nie handlujesz, chyba że oczekujesz zysku. Cena musi również rozdysponowywać wszystkie dostępne jednostki dobra pomiędzy tych, którzy przypisują im największą wartość. Jakakolwiek interwencja w wolnorynkowe ceny jest ingerencją, która musi obniżyć zadowolenie ludzi. Umiejscawia rzeczy tam, gdzie będą warte mniej, niż byłyby warte, gdyby rynek był wolny i umiejscawiał je tam, gdzie przypisywana jest im najwyższa wartość.

To samo odnosi się do praw, które bezpośrednio nie oddziałują na cenę, ale bezpośrednio oddziałują na przedmioty, godziny, czy miejsce handlu.

Wszelkie takie prawa zmniejszają ilość transakcji, a więc równolegle zmniejszają satysfakcję konsumentów.

Kalkulacja ekonomiczna

Mówiliśmy o dobrach konsumpcyjnych, czy też rzeczach, których ludzie szukają dla własnego użytku. Teraz skierujmy się do bardziej skomplikowanej części rynku — dóbr produkcyjnych, czy też dóbr, które będą później użyte w celu wytworzenia dóbr konsumpcyjnych. Wyceniając dobra produkcyjne czy kapitałowe ludzie przenoszą wartości dóbr konsumpcyjnych na czynniki produkcji, to jest na różne rzeczy, które są potrzebne do wytworzenia dóbr konsumpcyjnych. Tak więc wartość rynkowa dóbr konsumpcyjnych wpływa na wartość pracy, maszyn i surowców. Do tego niezbędna jest kalkulacja ekonomiczna.

W socjalizmie kalkulacja ekonomiczna jest niemożliwa. Bez rynku socjaliści nie mogą obliczyć, jakie dobra dadzą największe zadowolenie, czy też jakie są najefektywniejsze sposoby produkcji. Skoro rząd posiada i kontroluje wszystkie czynniki produkcji, nie może istnieć konkurencyjny rynek rzadkich dóbr, który decydowałby o ich przydzielaniu. To funkcja cen w gospodarce rynkowej. Ale nie ma rynku surowców czy innych czynników produkcji w socjalistycznym czy komunistycznym społeczeństwie.

W socjalistycznym czy komunistycznym społeczeństwie ci, którzy chcą dowiedzieć się, czy stal jest droższa niż aluminium lub inny metal, muszą kupić gazetę z kraju, który ma rynek. Nawet wtedy ceny w tej gazecie będą odzwierciedlały relatywne wartości rynku tego kraju, a nie socjalistycznego, w którym podaż i popyt mogą być zupełnie różne. Socjaliści nie mają innego sposobu pozyskania wiedzy o relatywnych wartościach dóbr. Muszą polegać na opiniach jakiegoś biurokraty, kogoś z autorytetem. Bez konkurencyjnych cen planowanie produkcji jest jak próba rozwiązania zagadki bez odpowiedzi. Ponieważ rząd monopolizuje sektor czynników produkcji, nie otrzymuje pomocy od konkurentów w ustalaniu relatywnych wartości.

W naszej rynkowej kalkulacji oceniamy, preferujemy i odstawiamy na bok. Wartości są porządkowe i względne. Teraz rozważmy, co się dzieje na rynku jednego z czynników produkcji. Weźmy jako przykład żelazo.

Cena żelaza zależy od oceny dokonywanej przez biznesmenów subiektywnych wartości przyznawanych przez konsumentów produktom

żelaznym, produktem, których żelazo jest częścią. W końcu biznesmeni nie mogą sprzedać swoich produktów, chyba że konsumenci upatrują w nich okazję. A więc ich pojęcie o wartościowaniu przez konsumentów wpłynie na to, jaką wartość będą przypisywać żelazu i innym czynnikom potrzebnym do wytworzenia swoich produktów.

Dostępna podaż żelaza, tak jak taksówek, zawsze trafia do tych, którzy oferują najwięcej, a więc oczekują, że ich użycie żelaza przyniesie im najwyższe ceny od konsumentów. Oczywiście, im większa ilość proponowana na sprzedaż, tym mniej potencjalnych nabywców, którzy będą zawiedzeni. Pieniądz jest wspólnym mianownikiem umożliwiającym kalkulację najbardziej opłacalnych zastosowań limitowanej podaży, to jest najbardziej zyskownych użyć, najwyższych cen na rynku.

Dostępne żelazo jest sprzedawane oferującym najwięcej, a marginalny nabywca ustala cenę i stąd koszt wszystkich nabywców, nawet tych, którzy chcieli zapłacić więcej. Konkurencja sprzedawców obniża ceny na wszystkie żelazne produkty. Jeżeli istnieją duże zyski, wkrótce będzie więcej konkurujących dostawców. Tak więc oferowanie na rynku rozdziela wszystkie dostępne zasoby czynników produkcji tak, żeby zadowolić największą ilość jeszcze niezaspokojonych potrzeb konsumentów. Wysokie ceny rynkowe produktu skłaniają biznesmenów do zwiększania produkcji tego produktu, podczas gdy niskie ceny sprawiają, że biznesmeni używają czynników produkcji do wytwarzania innych dóbr konsumenckich, za które spodziewają się większej zapłaty.

Rynkowy efekt oszczędności

Kiedykolwiek rosną oszczędności, te nowe środki są używane przez przedsiębiorców do zakupu czynników produkcji potrzebnych do zaspokojenia najwyższych, jeszcze niezaspokojonych, potrzeb konsumentów. Ten wzrost popytu na środki produkcji doprowadza do zwiększenia kosztów, w tym płac i równocześnie prowadzi do wzrostu produkcji, który sprawia, że zmniejszają się ceny, co zmniejsza, czy też eliminuje, zyski.

Jeżeli cena pewnego czynnika produkcji jest za wysoka dla danego biznesmena, oznacza to, że dla tego czynnika jest inne zastosowanie, przy którym oczekuje się, że konsumenci będą gotowi zapłacić wyższą cenę. Ceny są wyrazem relatywnej rzadkości w relacji do popytu. Wartości nie są ilościami, ale

ustaleniami w kolejności ważności zaspokajania ludzkich potrzeb. Dodawanie wartości, jak dodawanie miłości, jest szalone. Możemy je jedynie porównywać.

Równoległe do zmian skali wartości konsumenta rodzaje produkowanych bogactw muszą ulegać zmianie. Ceny rynkowe są wskaźnikiem, który pokazuje biznesmenom, jak zmienić swoją produkcję. Biznesmeni mają tendencję do produkowania jednostek każdego artykułu do momentu, w którym oczekują, że konsumenci zapłacą wszystkie koszty produkcji, łącznie z procentem. Zyskowy przemysł rozrasta się do tego punktu — niezyskowy maleje do tego punktu. Stąd konsumenci, przez swoje kupowanie lub niekupowanie na lub ponad poziomie kosztów produkcji ustalają ile powinno się produkować w każdej gałęzi gospodarki.

Na nieskrępowanym rynku dominuje tendencja konsumentów do wspierania produkcji każdej branży do punktu, w którym marginalny producent czy producenci nie będą zarabiać ani tracić. Elastyczne ceny rynkowe są środkami ukazującymi ten punkt producentom. Jakakolwiek interwencja w wolne, elastyczne ceny z zewnątrz musi prowadzić do błędnej alokacji w produkcji i zmniejszenia zadowolenia konsumentów.

Subiektywne wartości kształtują ceny

Jak zostało zaznaczone na początku, to subiektywne wartości każdej jednostki rozdzielają dostępną podaż każdego dobra, tak aby zaspokoić potrzeby w malejącym porządku ich istotności, gdzie ostatnia potrzeba jest tą o marginalnej użyteczności. Od początku do końca ceny i ekonomiczna kalkulacja są produktami subiektywnego wartościowania. Są wynikiem wzajemnego oddziaływania subiektywnych wartości dóbr i ilości pieniądza, przypisanych im przez zainteresowane strony. Każda cena musi być korzystna dla wszystkich uczestników wymiany.

Nie ma niczego automatycznego czy tajemniczego w funkcjonowaniu rynku. Jedyne siły wpływające na stałe wahania stanu rynku to oceny wartości zainteresowanych jednostek i ich działania kierowane przez te oceny. Ostatecznym czynnikiem na rynku jest dążenie każdego człowieka do zaspokojenia swoich potrzeb i zachcianek w najbardziej ekonomiczny znany mu sposób. Dominacja rynku jest więc tak naprawdę dominacją konsumentów. Interwencja w rynek jest interwencją w zadowolenie konsumentów.

Pytania i odpowiedzi

Efekt wartości konsumentów na producentów

P. To, co pan wytłumaczył, jest prawdziwe dla produktów, które już istnieją. Ale czy ma też zastosowanie do tych, które nie istnieją — do nowych dóbr?

O. Oczywiście, że tak! Tak jak powiedziałem, potrzeby ludzi nie są nigdy w pełni zaspokojone. Zawsze są rzeczy, których chcą, ale których nie mają. Kiedy pojawiają się nowe oszczędności w społeczeństwie rynkowym, oszczędzający staje się inwestorem. Stara się zainwestować swoje oszczędności w sposób, który doprowadzi do powstania większej ilości dóbr. Jakich dóbr? Dóbr będących wyżej na skali wartości konsumentów, odpowiadających za potrzeby, które nie zostały jeszcze zaspokojone. Są to dobra, za które według biznesmena konsumenci zapłacą więcej w przyszłości, aniżeli wynoszą ich aktualne koszty produkcji. Kiedy produkuje te nowe dobra, musi szukać pracowników, surowców, a więc zwiększa płace i ceny, by zabrać pracę i surowce z ich alternatywnych zastosowań. Wtedy produkuje dobra, które mają być sprzedawane w konkurencji z innymi istniejącymi dobrami. Przy większej ilości dóbr i braku zmiany w ilości pieniądza ceny stają się niższe niż wcześniej i każdy dostanie więcej za tę samą ograniczoną ilość pieniędzy. Żeby odpowiedzieć na to pytanie konkretniej, każdy biznesmen musi zważać na wartościowanie konsumenta — na to, czego konsumenci chcą i za co zapłacą. To może oznaczać produkowanie większych ilości aktualnie dostępnych dóbr lub zupełnie nowych, niedostępnych wcześniej. W każdym razie więcej ludzkich potrzeb będzie spełnionych. Jeśli biznesmen nie przywiązuje uwagi do potrzeb konsumenta, szybko wypadnie z obiegu.

Moralność spekulacji

P. Większość ludzi uznaje spekulację za niemoralną. Co pan o tym sądzi?

O. Nazywanie spekulacji „niemoralną” jest mówieniem, że wszyscy ludzie są niemoralni, ponieważ wszyscy jesteśmy spekulantami. Nawet przekraczanie ulicy w Buenos Aires czy Nowym Jorku to spekulacja. Nikt nie zna przyszłości. Musimy spekulować. Wszystkie nasze decyzje i zachowania są spekulacjami.

To prawda, że wielu uważa za niemoralne tych „okropnych” ludzi, którzy zarabiają na spekulacjach. Czy wiesz, że nie możesz zarabiać, poprzez spekulowanie, które nie służy społeczeństwu? Jeśli spekulujesz i nie służysz

społeczeństwu, przegrywasz. Normalny proces udanej spekulacji to kupić coś taniej w jednym okresie i sprzedać to drożej w późniejszym. Speculanci zarabiają, jeśli uda im się tego dokonać. Jednak kiedy kupują, nie mają pewności, że uda im się sprzedać drożej. Cena może spaść i wtedy przegrywają. Spróbuj tego kiedyś na giełdzie, to się przekonasz.

Jeżeli spekulanci kupują coś, gdy cena jest niska, zakupują to wtedy, gdy podaż jest relatywnie wysoka, a ponieważ cena jest niska, ludzie używają tego jako taniego dobra. Jeśli sprzedają to później po wyższej cenie, to dlatego, że jest rzadsze w porównaniu z popytem na nie. Stąd jest warte więcej i spełnia potrzeby ludzkie, które są bardziej wartościowe. Zatem spekulant zarabia pieniądze, kupując dobro, gdy jest tanie i przechowuje je do momentu, gdy, jak ma nadzieję, będzie droższe. Jeżeli to coś jest potrzebnego do życia, jak zboże w historii o Józefie w Biblii, kiedy po siedmiu latach urodzaju nastąpiło siedem lat nieurodzaju, to służenie społeczeństwu wydaje się oczywiste. Ci, którzy oszczędzają dobra, kiedy podaż jest obfita i sprawiają, że są one dostępne, gdy następuje ich brak, są spekulantami, którzy zarabiają, służąc społeczeństwu. Jeśli, z drugiej strony, później jest większa podaż, wtedy spekulant sprzedaje swój zapas po niższej cenie, płaci za magazyn, płaci odsetki od swoich inwestycji i stąd traci. Spekulant może zarobić tylko wtedy, gdy służy społeczeństwu. Spekulant to osoba, która stara się przewidzieć przyszłe sytuacje i przygotować na nie. Zyskuje na swoich spekulacjach, tylko jeśli widzi i działa relatywnie bardziej efektywnie niż inni ludzie, zaspokajając ludzkie potrzeby. Służenie społeczeństwu nigdy nie jest niemoralne.

O skutkach wewnętrznej wartości i jakości

P. Co ma pan do powiedzenia o wpływie wewnętrznej wartości? A co z wpływem jakości?

O. To są dwa różne pytania. W ekonomii nie ma takiej rzeczy jak wewnętrzna wartość dobra. To bardzo częsty błąd, szczególnie dotyczący wartościowych metali, w tym złota. Nic nie ma wartości na rynku, jeśli nie zaspokaja ludzkich potrzeb. Wartość rzeczy jest w ludzkim umyśle, nie w produkcie. Oczywiście, fizyczne właściwości dobra wpływają na jego użyteczność dla człowieka. Jednak tylko wtedy, gdy człowiek widzi użyteczność rzadkiego dobra, ma ono wartość.

Obecnie, oczywiście, jakość dobra jest esencją jego wartości. Zgniłe jajka mają nikłą wartość. Są ludzie, którzy zapłacą więcej za wyższą jakość. Ale

sprzedawca może żądać wyższej ceny za wyższą jakość tylko wtedy, gdy ludzie chcą wyższej jakości. Większość z nas, oczywiście, woli produkty wyższej jakości. Nie ubieramy się w szmaty. Kupujemy garnitury, które zostały uszyte, by na nas pasować. Kupujemy garnitury, które wyglądają na nas lepiej niż zwykłe kawałki materiału, które wiszą na nas, by było nam ciepło, i płacimy za nie więcej. To konsumenci determinują wartość i jakość dóbr na rynku.

Konkurencja i monopole

P. Co się stanie ze Złotą Regułą, jeśli nie będzie konkurencji doskonałej, to znaczy, przy oligopolu i monopolu?

O. Po pierwsze, moglibyśmy spędzić cały wieczór, mówiąc o błędach w idei „konkurencji doskonałej”. Nie ma czegoś takiego jak konkurencja doskonała. Ale w społeczeństwie rynkowym zawsze istnieje konkurencja. W pewnym sensie wszystko na rynku konkuruje ze wszystkim innym o dolary konsumentów.

Moglibyśmy spędzić jeszcze kilka wieczorów nad kwestią konkurencji i monopolu. Właściwie jedyne monopole, których powinniśmy się obawiać, to te, które są monopolami w wyniku specjalnego przywileju rządowego. Jeżeli jest wolność konkurencji na rynku, możesz utrzymać monopol tylko tak długo, jak długo jesteś lepszy od każdego potencjalnego konkurenta. W społeczeństwie wolnorynkowym nie ma monopolu, chyba że robisz coś lepiej niż jakakolwiek osoba lub grupa osób.

W pewnym sensie wszyscy jesteśmy monopolistami. Mamy monopol na nasze własne usługi. Człowiek, który jest najlepszym nagradzonym zawodnikiem, mistrzem świata, ma monopol na ten tytuł. Śpiewak operowy, który potrafi śpiewać najwyższy dźwięk, ma monopol i dostaje za to najwyższą cenę. Człowiek, który ma jedyną stację benzynową w danej społeczności, ma monopol. W społeczeństwie wolnorynkowym, jeśli ktokolwiek może zrobić coś lepiej, może rywalizować.

Problemy monopolu sprowadzają się do cen monopolowych. Nikt nie musi płacić ceny monopolowej, o ile robienie tego nie polepsza jego sytuacji. Na wolnym rynku każdy powinien móc rywalizować, jeżeli uważa, że może.

Większość problemów związanych z monopolem wywodzi się ze specjalnych przywilejów gwarantowanych przez prawo. Odpowiedzią wtedy jest zawsze odebranie ich. Przy równości wobec prawa, co było wspomniane w jednym z pytań po pierwszym wykładzie, nie ma problemu z monopolem. Każdy

powinien mieć równe prawo do rywalizowania. Wtedy ci, którzy zapewniają konsumentom najlepszą realizację ich potrzeb, odniosą sukces. Jeśli staną się grubi, leniwi i bogaci, ktoś inny przejmie ich miejsce. Na wolnym rynku nowicjusze cały czas starają się zająć miejsce gigantów u szczytu.

Jednym z najgorszych efektów Nowego Ładu w moim kraju i wprowadzenia państwa opiekuńczego w innych było utrzymanie u szczytu tych, którzy już na nim byli. Interwencjonizm chroni ich przed konkurencją tych na dole, którzy chcieliby ich zastąpić.

Przykładowo, niemożliwym jest w moim kraju dokonanie tego, co Henry Ford dokonał czterdzieści lat temu. Ford zatrudnił ludzi, by wytwarzali samochody dla większej liczby ludzi, którzy kupowali je za ceny, które uważali za korzystne. Płacił pracownikom wyższe stawki niż te, które mogliby dostać gdziekolwiek indziej. Robił samochody dla mas i stał się bogaty. Co zrobił ze swoim bogactwem? Zainwestował je w jeszcze większą liczbę większych fabryk, wciąż zatrudniając więcej ludzi, by produkować więcej samochodów.

Dziś, przy obecnych stawkach podatku, rząd zabiera dużą część wszystkich zysków, w tym ponad połowę zysków korporacji. W rezultacie biznesmeni w Stanach Zjednoczonych nie mogą się rozwijać tak szybko, jak mógł to czynić Henry Ford. Stąd nie mogą rywalizować tak łatwo z gigantami, którzy są już na szczycie. A więc te prawa, rzekomo kierowane przeciwko tym na szczycie, tak naprawdę wymierzone są w nowych, małych, walczących konkurentów. Uniemożliwiają nowicjuszom rywalizację z tymi na szczycie tak skutecznie, jak mogliby, gdyby mogli zatrzymywać i inwestować w swoje działalności więcej swoich zysków.

Kalkulacja w systemie komunistycznym

P. Biorąc pod uwagę obecne skale wartości istniejące w komunistycznej Rosji, czy komuniści nie mogą obliczać wartości ekonomicznych na podstawie kosztów produkcji?

O. Nie mają kosztów produkcji, a raczej ich kosztem produkcji jest pot i krew ludzi. To rozkazy: robisz to albo tamto, albo coś innego. Nie mogą obliczać kosztów rynkowych, ponieważ nie ma rynku, który podałyby im koszty. Podstawą ich obliczeń muszą być opinie cara, cara każdego poszczególnego przemysłu.

Jakieś dziesięć lat temu napisałem artykuł, który był w większości cytatami z rosyjskich gazet, „Prawdy” i innych. Dotyczył kilku interesujących

incydentów, co wskazywało na to, że te gazety nie były w pełni zadowolone z działania swojego własnego sowieckiego systemu. Wydaje mi się, że był jeden zakład, który musiał przemieszczać dobra z północy na południe rzeki Wołgi. Zbudowali więc flotę statków, by przemieszczać dobra z północy na południe i statki wracały na północ puste. Był też inny zakład, który musiał przemieszczać dobra z południa na północ. Więc ten zakład wybudował kolejną flotę łodzi, która wracała na południe pusta.

W gospodarce rynkowej byłiby wspólni przewoźnicy albo reklamy, które połączyłyby te dwa przemysły. W każdym razie gospodarka rynkowa nie marnowałaby swojej ograniczonej pracy i ograniczonych materiałów, budując dwie floty statków, które miałyby robić to, co mogłyby robić jedna.

Był inny interesujący artykuł o sowieckiej organizacji kolei. Płacono jej za transportowanie rzeczy torami. Kolej miała kilka cystern. Gdy przewoziły ropę w jedną stronę, płacono im za to. Gdy wracały puste, nie dostawały wypłaty. Więc w drodze powrotnej wypełniano cysterny wodą. W ten sposób płacono również za podróż powrotną. Jak można obliczać koszty w takim systemie? Jest wiele przykładów takich nieekonomicznych działań. Przywołam jeden w kolejnym wykładzie. Dotyczy układu handlowego pomiędzy NRD a ZSRR, który doprowadził do samobójstwa.

Komuniści nie mają środków kalkulacji, chyba że spojrzą na kraj o rynkowej gospodarce. Wtedy mogą zbadać związek podaży i popytu istniejący w granicach tego innego kraju. System komunistyczny, ponieważ nie ma ekonomicznej kalkulacji, musi być niewydajny. Komuniści nigdy nie będą prekursorami. Zawsze muszą być naśladowcami. Gdy ludzie to zrozumieją, nie będą się już ich obawiali jako ekonomicznej potęgi. Jeżeli komunizm byłby mocnym i silnym systemem ekonomicznym, powinniśmy byli go przyjąć. Jednak komuniści nie są silni. Są słabi. Teraz próbują kopiować kapitalistyczne sposoby produkcji, ale nie mogą tego zrobić, kiedy rząd kontroluje i rozdziela wszystkie czynniki produkcji. Bez rynków są ślepi, jeśli chodzi o realne koszty.

Chrześcijaństwo i kapitalizm

P. Czy uważa pan, że protestantyzm pomógł zasadam wolnorynkowym?

O. Cóż, jestem bardzo zagorzałym wyznawcą poglądu, że zasady wolnorynkowe są w pełnej harmonii z zasadami chrześcijańskimi i że wolny rynek jest jedynym systemem gospodarczym zgodnym z chrześcijańskimi czy judeochrześcijańskimi

zasadami. Muszę powiedzieć, że w ostatnich latach zorganizowane kościoły, zarówno protestanckie jak i rzymskokatolicki nie były w zgodzie z naukami wolnorynkowymi, jak również z tym, co muszę zaznaczyć, jest wyłożone w Biblii. Zorganizowane kościoły powszechnie zaakceptowały ideologię państwa opiekuńczego, tak popularną dzisiaj. Ta ideologia zmieniła oryginalne znaczenie dziesięciu przykazań. Mógłbym wygłosić o tym długą mowę. Chcę tutaj zaznaczyć tylko jedną rzecz. Jest przykazanie, które ma tylko dwa słowa: „nie kradnij”. Dziś, większość ludzi myśli, że zostało rozszerzone do siedmiu słów „nie kradnij, chyba że za głosem większości”. Wydaje im się, że kradzież za aprobatą większości jest w porządku.

Pomijając ten aspekt, zarówno kapitalizm, jak i chrześcijaństwo nie akceptują użycia siły i przymusu. Fundamentalna zasada wolnego rynku — dobrowolna społeczna współpraca dla korzyści wspólnej — jest w pełnej zgodzie z poglądami judeochrześcijańskimi.

Prawo antytrustowe

P. Co sądzi pan o prawach antytrustowych?

O. Ile tygodni mogę mieć na udzielenie odpowiedzi? Prawa antytrustowe są jak każde inne działania interwencyjne. Pomagają interesom jednych i szkodzą interesom drugich. Zawsze szkodzą konsumentom. W moim kraju prawo antytrustowe powstało, bo rząd dał przywileje pewnym przemysłom i spółkom, szczególnie kolejom, które użyły tego przywileju, żeby się wzbogacić kosztem konsumentów. Prawnie kolejom przyznano przywileje monopolistyczne, które chronią ich przed konkurencją. Odkąd mają monopol podniosły stawki powyżej tych, które przyciągnęłyby konkurencję, ale żaden rywal nie mógł wejść na rynek, by je obniżyć. Wtedy ludzie z rządu stwierdzili „musimy kontrolować tych chciwych monopolistów!”. To doprowadziło do powstania tzw. prawa antytrustowego.

Większość praw antytrustowych jest próbą naprawienia szkód wyrządzonych przez poprzednie prawa wydane przez rząd. Napisałem o tym artykuł, konkretniej w związku ze związkami zawodowymi. Jest zatytułowany „Is Further Intervention a Cure for Prior Intervention?”¹. Moja odpowiedź brzmi:

¹ Pierwotnie opublikowany w *On Freedom and Free Enterprise: Essays in Honor of Ludwig von Mises*, ed. by Mary Sennholz. (Princeton, New Jersey, D. Van Nostrand Co., Inc., 1956.

„nie”. Marks chciał takiej interwencji, ponieważ, jak słusznie stwierdził w *Manifeście Komunistycznym*, pogorszą sytuację, stworzą popyt na więcej i więcej interwencji, co doprowadzi do obalenia systemu kapitalistycznego. To dzieje się dziś w wielu krajach. Kiedy ludzie myślą, że rozwiązaniem czegokolwiek, co im się nie podoba, jest kolejne prawo, pojawia się coraz więcej i więcej praw, aż nie ma już wolności. Każda z tych rządowych interwencji pogarsza sprawy z punktu widzenia tych, którzy ich bronią. Spróbuj znaleźć jedną, która tego nie robi.

Czy wysokie ceny pomagają?

P. Czy uważa pan że producent, który sprzedaje swoje produkty po wysokich cenach, działa z korzyścią dla społeczeństwa?

O. Tak, jeżeli może je uzyskać. Jeżeli wysokie ceny oznaczają wysokie zyski, wkrótce będzie miał rywali, którzy stopniowo obniżą cenę blisko faktycznych kosztów produkcji. Pozwól mi przywołać przykład, który jest dość aktualny, sprawę kilku doktorów, którzy potrafili dokonać transplantacji ludzkiego serca. Przyjmijmy, że pozwolono im brać tylko 100 USD za operację i mogli wykonywać tylko jedną operację tygodniowo, a było zapotrzebowanie na o wiele więcej. Kto byłby wybrany, jak wielu młodych lekarzy chciałoby uczyć się tego zabiegu, jeżeli 100 USD na tydzień to wszystko, co mogliby zarobić? Z drugiej strony, gdyby mogli pobierać najwyższą możliwą cenę, rynek wyselekcjonowałby ich konsumentów. Jeżeli ta cena byłaby naprawdę wysoka, wielu młodych lekarzy chciałoby nauczyć się wykonywać tę bardzo zawiłą operację. W krótkim czasie więcej doktorów umiałoby ją wykonywać, cena by spadła, a więcej ludzi mogłoby odnieść korzyść z tego rodzaju operacji, jeśli mogłaby im pomóc.

Lekarstwem na wysokie ceny są ceny na tyle wysokie, by zwabić konkurencję. Kiedy obniżasz ceny drogą prawną, nie tylko nie przyciągasz nowych producentów, ale także sprawiasz, że działalność staje się niezyskowa dla marginalnych producentów. Produkcja więc spada, a potrzeby konsumentów są zaspokojone w mniejszym stopniu.

Widzieliśmy to w moim kraju w związku z kwestią kontroli czynszów. W czasie II wojny światowej powiedziano, że musimy zająć się biednymi i utrzymać czynsze na niskim poziomie. Więc zamrożono czynsze w całym kraju. Inflacja czasu wojny podniosła koszty budowy. Co się stało? Nikt nie budował żadnych domów na wynajem nawet po wojnie, gdy materiały budowlane były znów

dostępne. Czy to pomogło chłopcom, którzy wrócili z wojny, czy ożenili się, założyli nowe rodziny? Nie. Stworzyło to tylko niedobór mieszkań czynszowych.

Jakie było polityczne rozwiązanie? Kolejne prawo — publiczne budownictwo. Na początku było to publiczne budownictwo dla politycznie wybranych rodzin o niskich dochodach. Teraz to publiczne budownictwo dla politycznie wybranych rodzin o średnich dochodach. Jak publiczne szkoły wiek wcześniej, może to stać się publicznym budownictwem dla wszystkich. W Rosji przyjmujesz dom, który państwo ci przypisuje. W Szwecji młode pary wpisują się na listy oczekiwań. Zanim się doczekają swojego mieszkania, są gotowe na rozwód.

O polityce i biedzie

P. Jak wyjaśni pan fakt, że dzisiaj, pomimo tego, że żyjemy w gospodarce wolnorynkowej, z dnia na dzień jest mniej bogatych i więcej biednych?

O. Nie wiem, gdzie pytający żyje! W moim kraju i innych krajach zachodniej cywilizacji mamy więcej i więcej bogactwa w warunkach relatywnie wolnorynkowej gospodarki. Interwencjonizm rządowy skutkuje obniżeniem bogactwa. Marks nigdy nie przewidywał samochodów jeżdżących tutaj po ulicach. Uważał, że przed końcem XIX stulecia ludzie będą głodować, powstaną, zrzucą kajdany i stworzą dyktaturę proletariatu.

Teraz samochody w Buenos Aires nie są tylko dla bogatych. Ci, którzy są naprawdę biedni dzisiaj, są biedni ponieważ interwencjonizm rządu nie pozwala im na konkurowanie o pracę. Ja oczywiście, nie jestem autorytetem w kwestii waszej gospodarki, ale wiem, że w moim kraju biedni, a konkretnej czarnoskórzy, są nadal biedni, ponieważ związki zawodowe mogą legalnie pozbawić ich możliwości zatrudnienia. Powinniśmy powiedzieć więcej o tym w następnym wykładzie. To interwencjonistyczne prawa sprawiają, że biedni nie mogą zacząć wspinać się po drabinie społecznej. Natężenie ubóstwa jest największe, gdy produkcja spada, a to z reguły jest efektem interwencji rządu w gospodarkę rynkową.

Może nie mamy gospodarki wolnorynkowej, ale mamy gospodarkę rynkową. Mamy to, co mój wielki nauczyciel nazywa skrępowaną gospodarką rynkową. *Jest* skrępowana. Jej działania są hamowane przez ingerencje rządu. W tej sytuacji wszyscy mamy mniej. Zarówno bogaci, jak i biedni mają mniej, ale biedni cierpią bardziej. Bogaci mogą żyć komfortowo, mając trochę mniej, ale

wielu biednych nie może znieść tego mniej. Większość interwencji rządu ma pomóc biednym kosztem bogatych, jednak zawsze przebiega to kosztem wszystkich, w tym biednych.

Spekulanci i niedobory

P. Czy wierzy pan, że spekulant może sztucznie stworzyć niedobór, by sprzedać po wysokiej cenie?

O. Nie, nie zgodzę się, że może on sztucznie stworzyć niedobór, chyba że w bardzo, bardzo tymczasowej, lokalnej sytuacji. Mieliśmy przykład w Nowym Jorku. Niektórzy z was mogą pamiętać, że kilka lat temu elektryczność padła pewnego popołudnia i została odłączona na jakieś 15 godzin. Ludzie byli uwięzieni w windach. Wszystko było ciemne. Radia i telewizja milczały. Nikt nie wiedział, dlaczego. Jedyne wiadomości, jakie słyszałem, to radio w moim samochodzie, lokalne stacje przestawały nadawać. Cała elektryczność padła. Delikatnie mówiąc, był niedobór elektryczności. Ludzie, którzy mieli latarki i świecek na sprzedaż, byli w sytuacji, w której mogli zarobić ładny, mały zysk. Ale gdyby tych latarek i świeczek nie było, ludzie nie mieliby ich. Ludzie mogą odnosić te zyski, tylko gdy przewidzą przyszłość lepiej niż ich rywale. W wolnym społeczeństwie każdy ma prawo być spekulantem. Jeżeli uważasz, że cena bawełny zwiększy się dwukrotnie w przyszłym roku, kup ją teraz. Sprzedaj w kolejnym roku. Masz takie prawo, jak każdy innym. Ale co zrobisz, jeśli cena spadnie? To ryzyko, które podejmuje spekulant. Jeśli ktoś zniszczy swoją własną własność, by zwiększyć ceny, zaprosi konkurencję, więc każdy zysk może być krótkotrwały.

Kontrola cen

P. Jakie są konsekwencje ustalenie cen maksymalnych i minimalnych?

O. Ustalenie ceny maksymalnej — to jest utrzymywanie cen poniżej ceny rynkowej — oznacza, że marginalny producent nie pokryje swoich kosztów i zbankrutuje. Nakładanie ceny minimalnej — to jest trzymanie cen powyżej ceny rynkowej — ma przeciwny efekt. Oznacza to, że zostanie wyprodukowane więcej, niż może zostać sprzedane przy minimalnej cenie.

Mises opowiada historię o tym, jak wprowadza się ceny maksymalne przez nakładanie ich na najbardziej potrzebne artykuły, powiedzmy mleko dla dzieci. Biedni ludzie potrzebują taniego mleka. Więc obniżamy ceny mleka

prawnie. Co robią ludzie, którzy mają krowy? Używają go do produkcji sera i lodów, które nie są pod kontrolą cen. A więc by utrzymać niską cenę mleka, musisz również wpływać na ceny sera i lodów. Kontrola musi być wprowadzona na koszty przemysłu mleczarskiego i wreszcie z jednego produktu na kolejny, aż dojdzie się do punktu, który Hitler osiągnął w Trzeciej Rzeszy.

Nakładanie cen minimalnych, przez które rząd gwarantuje wyższe niż wolnorynkowe ceny minimalne dla producentów, jak to zrobiono w programach rolniczych w moim kraju, oznacza, że wkrótce nadwyżki pojawią się w magazynach. Podatnicy będą musieli płacić subsydia rolnikom, magazynom i wyższe stopy procentowe, jak również wyższe ceny za swoje jedzenie i bawełnę. Na całym świecie nowe tereny produkują bawełnę i zabierają nam nasz pierwotny rynek. Wolny rynek przekierowałby tych produkujących teraz nadwyżki do produkcji czegoś innego, co konsumenci preferują od dóbr, których ceny są utrzymywane na sztucznie wysokim poziomie.

Ceny maksymalne redukują produkcję i dostępność dóbr. Ceny minimalne wpływają na zwiększenie produkcji powyżej ilości, którą ludzie gotowi są nabyć. Wtedy produkt jest magazynowany i niszczony. W waszym sąsiednim kraju, Brazylii, po prostu pali się nadwyżki kawy.

Istnienie gospodarki wolnorynkowej

P. Czy w Stanach Zjednoczonych istnieje gospodarka wolnorynkowa — a jeśli tak, to od kiedy?

O. Gospodarka wolnorynkowa jest jak chrześcijaństwo. Jest celem, do którego powinniśmy dążyć, lecz ludzie nigdy go nie osiągają. Nigdy nie mieliśmy całkowicie wolnej gospodarki w Stanach Zjednoczonych. Była tylko bardziej wolna niż jakakolwiek inna istniejąca na świecie. Chroniła własność prywatną i przyniosła nam wielką akumulację kapitału, z której teraz żyjemy. Im bliżej jesteś wolnorynkowej gospodarki, tym wyższy standard życia osiągniesz.

Trwałość produktu vs. wyższa sprzedaż

P. Czy mógłby pan być tak miły, by omówić krótko sens polityki produkowania dóbr, które nie starczą na długo, a więc zapewniania stałego popytu, tworzenia wolumenu produkcji, a stąd redukowania zarówno kosztów, jak i ceny sprzedaży?

O. Cóż, celem producenta jest, oczywiście, maksymalizowanie zysków. Musi konkurować z biznesmenami, którzy mają inne pomysły na produkcję. To zawsze

konsumenci zdecydują, który z producentów otrzyma zyski. Jestem synem Brytyjczyka i to pytanie prowadzi do dyskusji, które odbywałem z ojcem na temat samochodów. Jako Brytyjczyk bronił Rolls Royce'a, który nie zmieniał modeli każdego roku, miał wyższą jakość i właściwie nigdy się nie psuł. W Stanach Zjednoczonych zmieniamy nasze modele samochodów prawie każdego roku w jakiś sposób. Konsumenci decydują, który z tych dwóch kupią — ten, który szybko się zużyje, czy ten, który będzie działał dłużej.

To samo ma się do mody. W moim kraju, jak w innych, przemysł odzieży damskiej nakłania kobiety do zmiany ich stylu prawie każdego roku, dzięki czemu odnotowuje większą sprzedaż. Teraz usiłują zrobić to samo z mężczyznami. Producenci odzieży chcieliby, żebyśmy wyrzucali nasze rzeczy, bo są już niemodne, a nie dlatego, że są znoszone. Każdy biznes może to osiągnąć, ale finalna decyzja, jak wydać pieniądze, jest zawsze w rękach konsumentów. Więc na dłuższą metę przedsiębiorca nie ma wyboru — musi zapewnić to, co konsument kupi.

Prawo do niszczenia bogactwa

P. Czy producent ma prawo do niszczenia produktów, które wytworzył?

O. Czy jest ich właścicielem? Jeśli za nie zapłacił, ma prawo to zrobić, i uważam też, że ma prawo do popełnienia samobójstwa. Jeśli masz coś wartościowego i chcesz to zniszczyć bez wyrządzania krzywdy innym, to twoje prawo. Jednak jeśli ma to wartość rynkową, nie ma żadnego powodu, by to niszczyć.