

REFERENCES

- Arnold, Roger A. (1982), "Efficiency vs. Ethics: Which Is the Proper Decision Criterion in Law Cases?" *The Journal of Libertarian Studies*, Winter, pp. 49-57.
- Böhm-Bawerk, Eugen von ([1914] 1962), "Control or Economic Law?", repr. in: *Shorter Classics of Eugen v. Böhm- Bawerk*, South Holland, Ill.: Libertarian Press.
- Christainsen, Gregory B. (1990), "Law as a Discovery Procedure," *Cato Journal*, Vol. 9, No. 3, pp. 497-530.
- Cooter, Robert and Thomas Ulen (1988), *Law and Economics*, HarperCollins
- Cordato, Roy E. (1980), "The Austrian Theory of Efficiency and the Role of Government," *The Journal of Libertarian Studies*, Fall, pp. 393-403.
- Cordato, Roy E. (1992), *Welfare Economics and Externalities In An Open Ended Universe: A Modern Austrian Perspective*, Boston: Kluwer.
- Epstein, Richard A. (1980), *Modern Products Liability Law*, Westport: Quorum Books.
- Geest, Gerrit De (1994), *Economische analyse van het contracten- en quasi-contractenrecht (Een onderzoek naar de wetenschappelijke waarde van de rechtseconomie)*, Antwerpen: MAKLU.
- Gordon, David (1993), "Toward a Deconstruction of Utility and Welfare Economics," *The Review of Austrian Economics*, Vol. 6, No. 2, pp. 99-112.
- Hanke, Steve H. (1985), "Rules Versus Cost-Benefit Analysis In The Common Law: A Comment," *Cato Journal*, Vol. 4, No. 3, pp. 893-896.
- Hayek, Friedrich von (1952), *The Counter-Revolution in Science*, Glencoe, Ill.: Free Press.
- Hayek, Friedrich von (1988), *The Fatal Conceit: The Errors of Socialism*. London and New York: Routledge.
- Higgs, Robert (1994), "Banning a Risky Product Cannot Improve Any Consumer's Welfare (Properly Understood), with Applications to FDA Testing Requirements," *The Review of Austrian Economics*, Vol. 7. No. 2, pp 3-20.

-
- Huber, Peter W. (1988), *Liability, The Legal Revolution and Its Consequences*, New York: Basic Books.
 - Jevons, William S. (1882), *The State in Relation to Labour*, London: MacMillan.
 - Kirzner, Israel M. (1979), *Perception, Opportunity, and Profit*, Chicago: University of Chicago Press.
 - Kirzner, Israel M. (1989), *Discovery, Capitalism, and Distributive Justice*, New York: Blackwell.
 - Menger, Carl (1994), *Carl Menger's Lectures to Crown Prince Rudolf of Austria*, E.W. Streissler (ed.), Aldershot: Edward Elgar.
 - Mises, L. von ([1949], 1966, 3rd Edition), *Human Action*, Chicago: Contemporary books.
 - O'Driscoll, Gerald P. (1980), "Justice, Efficiency, and the Economic Analysis of Law: A Comment on Fried," *Journal of Legal Studies*, pp. 355-366.
 - Rizzo, Mario J. (1979a), "Economic Costs, Moral Costs, or Retributive Justice: The Rationale of Criminal Law," in: Gray, Charles M. (ed). *The Cost of Crime*, London: Sage.
 - Rizzo, Mario J. (1979b), "Uncertainty, Subjectivity, and the Economic Analysis of Law," in: Rizzo, Mario J. , *Time, Uncertainty, and Disequilibrium*, Lexington: Lexingtonbooks, 1979, pp. 71-89.
 - Rizzo, Mario J. (1980a), "Law amid Flux: The Economics of Negligence and Strict Liability in Tort," *The Journal of Legal Studies*, Vol. IX (2), pp. 189-318.
 - Rizzo, Mario J. (1980b), "The Mirage of Efficiency," *Hofstra Law Review*, Vol. 8, pp. 641-658.
 - Rizzo, Mario J. (1981), "The Imputation Theory of Proximate Cause: An Economic Framework," *Georgia Law Review*, nr. 15, pp. 1007-1038.
 - Rizzo, Mario J. (1985), "Rules versus Cost-Benefit Analysis in the Common Law," *Cato Journal*, Vol. 4. No. 3, pp. 865-884.
 - Rothbard, Murray N. (1962), *Man, Economy and State*, Princeton, N.J: Van Nostrand.
 - Rothbard, Murray N. (1979), "Comment: The Myth of Efficiency," in: Rizzo, Mario J. , *Time, Uncertainty, and Disequilibrium*, Lexington: Lexingtonbooks, 1979, pp. 90-96.
 - Rothbard, Murray N. (1982), "Law, Property Rights, and Air Pollution," *Cato Journal*, Vol. 2, No. 1, pp. 55-99.

-
- Teijl, Robert and Holzhauser, Rudolf W. (1997), *Wisselende perspectieven in de rechtseconomie*, Gouda Quint.
 - Velthoven, Ben C.J. van and Van Wijck, Peter W. (eds.) (1997) *Recht en Efficiëntie*, Deventer: Kluwer,
 - Wonnell, Christopher T. (1986), "Contract Law and the Austrian School of Economics," *Fordham Law Review*, vol. 54, pp. 507-543.

SUMMARY AND CONCLUSION

In this thesis I examined the place of the competitive-entrepreneurial consumer in Austrian economic thought. For a neoclassical economist, competition among consumers is hard to find. For an Austrian economist, however, it is a necessity. The introduction puts forward the problem that although an Austrian economist believes that everyone—the consumer included—acts entrepreneurially, in his elucidation of the market process he gives the role of entrepreneur to the producer only.

In Part I, "The Consumer in Austrian Economics" I looked at the questions (1) What is Austrian economics? (2) What is the Austrian methodology? and (3) What about the consumer in Austrian economics? The first chapter explains the name Austrian. Although it indeed began in Austria, today it has nothing to do with that country. The term Austrian means a way of looking at the subject and the method of economic science. The perfectly-competitive model of mainstream economics is replaced by the notion of the entrepreneurial-competitive market process. The second chapter looks at the method of Austrian economics: praxeology. It is the verbal elaboration of the logical implication that men act. The title of Mises's book "Human Action" sums it up. Purposes direct all conscious human action. Every human act exchanges something possessed for something preferred. All human action attempts to change the future. The chapter examines what this means for the Austrian perspective on some basic economic notions of human action and non-action (valuation and indifference curves), and economic laws (the law of decreasing returns). Economists use their minds to deduce conclusions; experience in human action is history and only history. There is a sharp difference between Austrian and mainstream neoclassical economics; the latter is often mathematically moulded and econometrically tested, the former never.

Chapter Three looks at the reason why the consumer is missing from Austrian economics. By emphasizing the importance of (often hidden) dispersed knowledge and the feasibility of the producer being able to calculate—as against a government's ability to calculate and collect all the necessary data—the consumer got lost. This all took place in

the so-called socialist-calculation debate that raged between the two world wars. The consumer was never to be found again in Austrian economics. He is absent in the elucidation of the market as a dynamic process of entrepreneurial discovery, as well as, in the analysis of the possibility of economic calculation in monetary terms. The latter is discussed only in terms of production, and in the former modern Austrian economics uses the methodological makeshift of an entrepreneurial producer and a non-entrepreneurial consumer. Just like the classical economists before them, the Austrians neglect the rationality of the consumer.

In Part II, "The Consumer: Entrepreneurial and Calculative", I examined the question "What does the calculative and entrepreneurial consumer look like?" I have attempted to recompose market phenomena in terms of the typical components of everyday decision making. This is done for the ordinary businessman, as well as for the average consumer. Chapter Four discusses a lesser-known theme of the Austrians. Menger in his *Grundzüge*, gave four characteristics of goods as answer to the question of what makes something a good. Böhm-Bawerk in his *Rechte und Verhältnisse* added a fifth: individuals should also know how to use a thing. I used this fifth characteristic to throw light on the consumer: his form of alertness and entrepreneurship inside the market process. With the help of Ryle, I looked at a notion of alertness that suits the producer and at one that suits the consumer. Alertness is a form of knowing-how that can be differentiated for the producer as a capacity (competence) and for the consumer as a tendency (proneness). According to Ryle, although both can be simulated, we use the abusive word 'charlatan' for the fraud who pretends to be able to bring things off, and the abusive word 'hypocrite' for the one who effects motives and habits.

Chapter Five draws on the work of Schönfeld-Illy. Kirzner distinguishes maximization inside a given ends-means framework from the determination of the framework. The Robbinsian maximizer can perform only the first role. Mises's *homo agens* can do both. In Kirzner's methodological makeshift, the consumer acts as a pure Robbinsian maximizer. However, inside a Robbinsian framework of given ends and means, the consumer needs the same element of alertness that Kirzner locates in the determination of the framework. The consumer avoids the problem of the immeasurability of utility and shortens the calculation process with the help of three principles. The first is the separate utility of a good. Though

the consumer's aim is to reach the greatest utility, he does not and cannot calculate total utility as such, but only the changes in total utility, changes brought about by adding goods to the ones already used. These changes give the total utility of each good separately. The second principle is *quid pro quo*. Changes in total utility do not give the consumer numbers in which he can calculate. What he can do is compare the changes with other changes. The third is economic relevance. The price relevant for the marginal part has an economic relevance for all other units of the stock of goods. These three principles form the basis of Schönfeld-Illy's theory on the role of prices (that is alertness) in the calculation process of the consumer.

Chapter Six expands on the calculation process of the consumer addressing the question of how the maximizing process of the consumer can be described from a subjective point of view, that is in terms of the components of everyday decision-making. The mathematical mould of neoclassical theory means that for the neoclassical the problem is a mathematical one: the solving of a Lagrangean function. From a theoretical point of view, a consumer has a lot of work to do in computing the marginal utilities. First, he has to line up all the alternative combinations of goods available, then he has to assess the needs successive units of the various goods can satisfy, and finally he has to find out at what point in the row of units satisfaction breaks off. It is impossible, however, to make all the necessary calculations. In reality the consumer has to take a short-cut. The notion of taking a short-cut can be formalized inside the neo-classical model by focusing on the notion of marginal utility: the way it functions in equilibrium and disequilibrium. Saving and consumption patterns are explained for two groups of consumers: (1) the well-established consumers, the ones we know from traditional economic theory, and (2) the trendsetting consumers, who are in disequilibrium by choice. The latter are either short-sighted or far-sighted.

Chapter Seven looks at the notion of marginal utility to answer the question of how a consumer calculates the total value of a divisible amount of goods. Wieser's *Multiplicationstheorem des Wertes* says that to get the total value, all units of a stock of good have to be multiplied by the attained marginal utility. Böhm-Bawerk's *Integrationstheorem des Wertes* says that the total value of a stock of goods is the sum of the utilities of the different units. Because Wieser underestimated the total utility of a stock of goods, his formulation found few followers. Schönfeld-Illy's interpretation of marginal

utility, that of the economic relevance of a margin for the whole, gives an answer as to why Wieser's description could be true. Schönfeld-Illy solves an inconsistency in the thinking of Wieser, who took the description of marginal utility from the situation in which the calculation was already completed. However, he draws the description of the *function* of marginal utility from the situation in which calculation begins. Schönfeld-Illy wonders whether the last stage of calculation contains all the things used during the actual calculation process and, that consequently are contained in a conceptual description grafted upon the final stage.

In Part III, "The Austrian Perspective on Consumer Policy", I looked at consumer policy in general, and advertising (the way it functions and can be used to introduce a new product) and products liability (from a neoclassical and Austrian perspective) in particular. Chapter Eight introduces the notion of consumer policy and its link with creativity and entrepreneurship. It especially addresses the question of how the Austrian vision on the market process relates to consumer policy. In other words, what the impact of consumer policy is upon the perception by consumers and producers of the available array of opportunities. To describe the ways consumer policy hampers discovery I used Kirzner's four notions of the undiscovered, the unstimulated, the stifled, and the wholly superfluous discovery process. I concluded that the Austrian notion of the market provides a novel angle for a critique of the regulated consumer. Regulatory restrictions interfere with the spontaneous discovery process the unregulated market tends to generate. Consumer policy stifles the incentive that converts a socially desirable opportunity (an opportunity that transcends an existing framework of perceived opportunities) into a personally gainful one.

Chapter Nine demonstrates that there is room for the praxeological method in economics. Empirical facts cannot discriminate between two opposing hypotheses on advertising. (1) Advertising is partly deceptive and partly manipulative. Without government regulation this situation will continue. (2) Advertising is a good like any other good. The consumer gets the type and quality of advertising he wants and is willing to pay for. Advertising is an essential part of the competition process, making the product known to the consumers. Consumers are not passive actors but by-and-large act in their own self-interest. Chapter Ten expands on advertising by looking at pricing a real novelty. Competition among consumers can be used to spread the news. Where trends are conceived

consumers compete, creating the market for the producer. Trends are not sold by competing producers but are bought by competing consumers.

Chapters Eleven and Twelve look at products liability (that is harms arising from commercial products) from the mainstream neoclassical point of view and from the Austrian one respectively. For a neoclassical, costs are objective and are known to the judge, who, by using the so-called Hand Formula, balances expected accident costs against the cost of making the product safer. A defendant is guilty of negligence if P times L is greater than B . Where P is the probability, a loss will occur, L is the value associated with the loss, and B the cost associated with preventing it. For an Austrian, however, since costs are subjective and knowledge cannot be centralized, contract law seems to be the best. In other words, it is the old rule of *caveat emptor*, "Let the buyer and seller beware". The parties can then arrange the expected costs and benefits beforehand from their own subjective point of view and entrepreneurial insights. The utter stranger (who is no partner in the exchange) whose property rights are violated—there are so-called negative externalities—can claim compensation. The amount of compensation is for the judge on ethical grounds, and not the economist, to decide.

On the basis of the first three parts of this thesis, what have neoclassicals and Austrians to say to each other? What is the outcome on the consumer in Austrian economics and the Austrian perspective on consumer policy (cp. Kirzner, 1997, and De Soto, 1998, pp. 78-79)?

The methodological analysis in Part I shows that neoclassicals and Austrians do not have much to say to each other. Theories that do not need testing and are always true are out of the question in the standard neoclassical methodology of empirical falsification. Verbal logic, aprioristic-deductive reasoning leaves room for subjectivism and entrepreneurship, both of which the market process depends on. In other words, the claim of the Austrians that prediction is impossible—because what happens depends on knowledge yet to be created in an entrepreneurial process (to find out things we are not even aware of that we

don not know them: to correct genuine errors)—stands against quantitative prediction as a sought and known objective of the neoclassical. The analysis of consumer behavior in Part II shows that neoclassicals and Austrians do not have to say much to each other. For an Austrian, the consumer is a creative entrepreneur who stands in the midst of a dynamic process. For a neoclassical, he is a *homo economics* who makes rational choices based on constraint maximization in a given and known ends-means relation. The analysis of consumer policy in Part III shows that neoclassicals and Austrians do not have to say much to each other. For an Austrian, the knowledge the government should act on is subjective, dispersed, and changes all the time. Objective scientific knowledge alone is not enough; there is also the practical and purely subjective knowledge of place and time. For an Austrian, the government's role is to protect the property rights of the individual. If his property rights are involved, the judge decides on ethical grounds; economics is not involved. For a neoclassical, however, there is a complete knowledge of means and ends, though decorated with known uncertainty. Costs are objective and can be measured by a third party.

But is there nothing positive to be said about the neoclassical-Austrian connection? The Austrian revolution was and still is part of a larger tradition (see Chapter 1). It not only started in the 1870s with Menger, but with Jevons and Walras too. All three wanted to theorize. All three wanted to explain market regularities as the outcome of the rational choices of individuals subject to constraints. All endorsed the existence of economic laws showing systematic consequences to our actions. For Mises the notion of economic law is not only the core of classical economics but of neoclassical economics too. All neoclassicals want to explain the undesigned regularities of the market order as the outcome of the meaningful choices of individuals. Therefore Austrians are still part of the economic orthodoxy of neoclassical economics, although they are no longer part of the mainstream Walrasian and Marshallian branch. In other words, to a certain extent we can say that the language differs: formalistic precision in mainstream neoclassical versus verbal elaboration in Austrian economics. The latter reinforces most of the former's conclusions. I would argue that it is partly a difference in methodology: a different road is taken to reach the same conclusions (see for instance the law of decreasing returns in Part I). Of course, an Austrian would say that it is not only the language that differs, but the problem

situation too. For him, subjective assessment and entrepreneurship are part of the richness of the empirical world. Both, however, crowd out formalism with its implied form of narrow rationalism and supposition of full availability of information, whether deterministic or probabilistic. Subjectivism and entrepreneurship cannot be analyzed with formal tools without transforming their essence. Simplification has its price.

Therefore, what the neoclassical can learn from the Austrian is that there is more in the world of the theoretical economist than only the economics of perfect competition. There is the competitive-entrepreneurial process of discovery (see Part I). A neoclassical tends to underestimate the learning capacity of individuals (see Part II), while, at the same time, overestimating the economic knowledge of the government. Negative externalities for instance are part of ethics not economics (see our Part III). Nevertheless, a neoclassical economist would counter this by saying that although what an Austrian says on subjectivism and entrepreneurship is very interesting, unless it is stated in formal proof it remains just that—an interesting idea and no more.

Applied welfare analysis (see Part III), however, unlike theoretical economics does not belong to a field where the Austrian and mainstream economist meet all that easily. For the Austrian, if subjective value and the open-ended market process are taken seriously, individual rankings cannot be fused together, and there is no end-state to mimic. There is no norm (taken from a pattern of imagined omniscience) for assessing policies. For the Austrian since sheer ignorance is not incorporated, mainstream welfare economics has no place for those acts of entrepreneurship the equilibrative discovery process depends on. Not only allocative efficiency but speed and accuracy with which the economy identifies and overcomes waste and discoordination are important too. However, compared to more heterodox forms of economics, Austrians and neoclassicals share the importance both give to *laissez faire*. The Austrian belief in it, compared to mainstream neoclassical economics, is strong. This study's emphasis on subjectivism and entrepreneurship reinforces this belief. The tendency towards greater awareness that leads to equilibrium is fuelled by producers as well as consumers (see Part II). Profit opportunities provide the incentive for both. There is a tendency for entrepreneurial errors to be corrected—not to be made. There is a tendency to be right. There is more to gain from greater awareness than from diminishing awareness;

a tendency a changing government policy often frustrates. A certain environment of stability is necessary to overwhelm the forces of disequilibrium.

In other words, Austrian economics reinforces the mainstream belief in a spontaneous equilibrium. Not to the extreme of there always being an equilibrium, but certainly more than there never being an equilibrium. The consumer corrects errors too. Since the consumer is no producer, the Kirznerian notion of entrepreneurship as something correcting an already existing situation waiting to be discovered, fits him. He too gets his "profit" for overcoming ignorance through alertness.

If the just-said is true, the biggest problem for the Austrians is not that their theory is unrealistic or irrelevant, that it gives an inaccurate description of the social world or misunderstands the forces at work. No, their biggest problem is to explain why economists disagree. If theorizing is based on apodictically true premises, only to be stated to be seen as true, the rest being pure deduction, why do not all economists—including the neoclassicals—agree? But even Austrians differ. This is one problem the neoclassicals and Austrians share. As the former emphasize prediction and the latter verbal logic, both have questions to answer. The neoclassical has to explain why if he is so clever in making predictions, he is not rich. And the Austrian has to show why, someone so clever at making deductions does not have all economists agreeing with him.

Finally, is there really no point where Austrians and neoclassicals fully meet as far as the consumer goes? Yes there is. If the neoclassical is right, it follows that with the appropriate policy, consumers can be satisfied. Full knowledge excludes errors in buying: the consumer's nirvana. However, if the Austrian is right, this would mean the end of human action (and economics). The basic premise of the Austrians is "man act". We act if we are dissatisfied; when satisfied, action stops. "Some people sometimes say that they would like to know [...] what the prices are going to be in the stock market next week. Actually, we do not want to know the future. If you, or I, or anyone could know the future, this would mean it was set and we could no longer act to change it. All human activity is an attempt to change the future. [...] if we had everything we wanted, there would be no reason to live. When the day comes that you have everything you want, let me know, I shall make arrangements to come to your funeral, because you will be dead" (Greaves, 1984, p. 6).

A perfect public policy would therefore solve the problem of the consumer for both neoclassical and Austrian. Either he would be in the consumer's nirvana or be vegetating in a state of non-action like a plant. Which does not make much of a difference: in both cases he would be dead.

We are back at the essence of Austrian economics I began with: the subjectivistic character of choice. For a neoclassical, a fully informed and satisfied consumer is possible. For an Austrian, since choice is essentially purposeful and entrepreneurial, it is an impossibility. Human choices, if real (that is inherently creative) could have been different and have different effects. A situation of full knowledge, a given framework of ends and means, excludes. "[I]ndividual choice," says Kirzner, "is always made with one's antennae alertly switched on to notice opportunities (that already 'exist', or that may be created) worth pursuing even through the mists of an uncertain future" (1982, p. 21).

REFERENCES

- Greaves, Percy L. ([1973] 1984), *Understanding the Dollar Crisis*, New York: Free Market Books.
- Kirzner, Israel M. (1982), "Lionel Robbins' Nature and Significance, Fifty Years Later," in: *Economic Research Reports*, C.V. Starr Center for Applied Economics, New York University, May, 1982.
- Kirzner, Israel M. (1997), "Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach," *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXV, March, pp. 60-85.
- Soto de, Jesus H. (1998), "The Ongoing Methodenstreit of the Austrian School," *Journal des Economistes et des Etudes Humaines*, Vol. 8, Num. 1, Mars, pp. 75-113.

SAMENVATTING EN CONCLUSIE

De introductie brengt ons van waar we staan naar waar de these over gaat. Het onderwerp is de concurrerende-ondernemende consument in het Oostenrijkse economisch denken. Voor een neoklassieke econoom is concurrentie tussen consumenten in de huidige maatschappij moeilijk te vinden. Voor een Oostenrijkse econoom daarentegen is het een noodzakelijkheid. De introductie stelt het probleem, dat, hoewel voor een Oostenrijker iedereen, inclusief de consument, ondernemend handelt, de Oostenrijker in zijn beschrijving van het marktproces dit slechts toeschrijft aan de producent.

Deel I van de these heeft als titel "De consument in het Oostenrijkse economisch denken". In de drie hoofdstukken waaruit het deel bestaat, worden de vragen beantwoord: (1) Wat is het Oostenrijkse economisch denken? (2) Wat is de Oostenrijkse methodologie? en (3) Wat is de rol van de consument in het Oostenrijkse economisch denken?

Het eerste hoofdstuk van deel I verklaart het voorvoegsel Oostenrijks. Inderdaad het begon in Oostenrijk. Vandaag de dag heeft het echter niets meer met dit land van doen. Oostenrijks bedoelt te verwijzen naar een manier van kijken naar het onderwerp en de methode van de economische wetenschap. Het marktmodel van volkomen concurrentie uit de standaard economie wordt vervangen door dat van de markt als een ondernemend-concurrerend proces.

Het tweede hoofdstuk brengt ons naar de Oostenrijkse methode van economie beoefening: de praxeologie. Het is de verbale uitwerking van de logische implicaties van het feit dat mensen handelen. De titel van het boek van Mises *Human Action* geeft dit ook weer. Doeleinden bepalen al het bewuste menselijk handelen. In elke handeling ruilen we altijd iets wat we hebben voor iets waar we de voorkeur aan geven. Al het menselijk handelen poogt de toekomst te veranderen. We kijken naar wat dit betekent voor (1) het Oostenrijkse perspectief op enige fundamentele begrippen van menselijk handelen en niet-handelen (het waarderen van goederen combinaties in zijn algemeenheid en het indifferent zijn ten opzichte van bepaalde goederencombinaties in het bijzonder), en (2) economische

wetten (de wet van de afnemende meeropbrengsten). In de economie kunnen we slechts ons verstand gebruiken om conclusies af te leiden; in de leer van het menselijk handelen is de ervaring, de empirie, slechts geschiedenis. Er bestaat een scherp onderscheid tussen het Oostenrijkse en het neoklassieke economisch denken. Het laatste wordt vaak wiskundig vorm gegeven en econometrisch getest. Voor de eerste, daarentegen, is dit niet nodig dan wel onmogelijk.

Hoofdstuk drie kijkt naar de oorzaak van het ontbreken van de consument in het Oostenrijkse denken. Door het benadrukken van het belang van (vaak verborgen) kennis die verspreid aanwezig is en de mogelijkheid van calculeren door de producent—beide ten opzichte van de potentie van de overheid tot het verzamelen van alle noodzakelijke gegevens en de mogelijkheid tot calculeren—verdween de consument uit het beeld. Dit alles vond plaats tijdens het socialistisch-calculatie debat zoals dat woedde tussen de beide wereldoorlogen. De consument werd later nooit meer terug gevonden. De consument is afwezig in de beschrijving van de markt als een dynamisch ondernemend ontdekkingsproces. Hij is ook afwezig in de analyse van de mogelijkheid van calculeren in termen van geld. Dat laatste wordt slechts bekeken vanuit de productiekant. Voor het eerste gebruiken de Oostenrijkers de methodologische hulpconstructie van een ondernemende producent en een niet-ondernemende consument. De Oostenrijkers verwaarlozen, evenals de klassieke economen voor hen, de rationaliteit van de consument.

Deel II heeft als titel "De calculerende en ondernemende consument". In de vier hoofdstukken waaruit het deel bestaat, wordt de vraag beantwoord: "Hoe ziet de ondernemende en calculerende consument eruit?" We proberen marktverschijnselen te herleiden tot componenten van alledaagse besluitvorming. Dit wordt gedaan voor zowel de zakenman als consument.

Hoofdstuk vier bespreekt een minder bekend thema uit het Oostenrijkse denken. Menger in zijn *Grundzüge* geeft vier goederenkenmerken. Dit om de vraag te beantwoorden "Wat maakt van een ding een goed?" Böhm-Bawerk in zijn *Rechte und Verhältnisse* voegde er een vijfde aan toe: individuen moeten ook weten hoe het ding te gebruiken. Ik gebruik deze vijfde karakteristiek om de rol van de consument te verduidelijken: *zijn* vorm van alertheid en ondernemerschap in het marktproces. Met behulp van Ryle kijk ik naar een begrip van alertheid dat geschikt is voor de producent en een die geschikt is voor de

consument. Alertheid is een vorm van kennen die er voor de producent uit bestaat over een daadwerkelijke mogelijkheid te beschikken en voor de consument tot het hebben van een neiging (bijvoorbeeld het kunnen genieten van klassieke muziek). Beide kunnen worden gesimuleerd. We gebruiken echter het negatieve woord charlatan voor de fraudeur die pretendeert iets tot stand te kunnen brengen, terwijl we het negatieve woord hypocriet gebruiken voor iemand die pretendeert over bepaalde motieven of neigingen te beschikken.

Hoofdstuk vijf maakt gebruik van het werk van Schönfeld-Illy. Kirzner maakt een onderscheid tussen het maximaliseren binnen een gegeven kader van doeleinden en middelen en de bepaling van dat kader zelf. Robbins' maximaliseerder kan alleen het eerste doen. Mises' *homo agens* kan beide. In Kirzners methodologische hulpconstructie handelt de consument slechts als een Robinsiaanse maximaliseerder. Het blijkt echter dat binnen het kader van Robbins (van gegeven doeleinden en middelen) de consument hetzelfde element van alertheid nodig heeft als Kirzner plaatst in de bepaling van dat kader. De consument lost het probleem van het onmeetbare nut op en verkort tevens het calculatieproces met behulp van drie principes: het principe van (1) het afzonderlijke nut [Hoewel het doel van de consument het bereiken van het hoogste nut is, kan hij niet het totale nut op zich zelf berekenen maar slechts de verandering daarin. Veranderingen ontstaan door goederen toe te voegen aan de al gebruikte goederen. Deze veranderingen geven het nut van ieder goed afzonderlijk.]; (2) *quid pro quo*, [Veranderingen in het totale nut geven de consument geen getallen waarmee hij kan rekenen. Wat hij wel kan, is de veranderingen met elkaar vergelijken.]; en (3) de economische relevantie [De prijs die relevant is voor de marginale eenheid heeft een economische relevantie voor alle andere eenheden van de voorraad goederen]. De drie principes zijn de basis voor de theorie van Schönfeld-Illy over de rol van prijzen—dat wil zeggen alertheid—in het calculatieproces van de consument.

Hoofdstuk zes werkt het calculatieproces van de consument verder uit. Het behandelt de vraag "Hoe valt het maximalisatieproces van de consument te beschrijven vanuit een subjectivistisch perspectief?" Dat wil zeggen "Hoe het valt maximalisatieproces te herleiden tot de elementen van het alledaagse besluitvormingsproces?" Omdat de neoklassieke theorie wiskundig wordt vormgegeven, is het probleem voor de neoklassiek wiskundig van aard:

het oplossen van een Lagrange vergelijking. Vanuit een puur theoretisch perspectief moet de consument veel doen om alle marginale nutten te berekenen. Hij moet alle mogelijke goederen combinaties op een rij zetten. Vervolgens moet hij de behoeften die de verschillende eenheden kunnen bevredigen op een rij zetten. Ten slotte moet hij bepalen tot waar de bevrediging doelmatig is. Het is echter onmogelijk om alle noodzakelijke calculaties in de praktijk ook daadwerkelijk uittevoeren. De consument verkort het rekenproces. Dit verkortingsproces kan binnen een neoklassiek kader worden geformaliseerd. Daartoe kijk ik naar het marginale nutsbegrip: de manier waarop het functioneert in het evenwicht en daar buiten. Spaar- en consumptiepatronen worden verklaard voor twee groepen van consumenten: (1) de al gesitueerde consumenten. (De consumenten die we al kennen vanuit de traditionele theorie), en (2) de trendsettende consumenten. (Trendsetters die zich door eigen keuze buiten het evenwicht bevinden. Deze laatste beschikken over een al of niet vervoeruitziende planningshorizon.)

Hoofdstuk zeven kijkt naar het marginaal nutsbegrip om de vraag te beantwoorden "Hoe berekent een consument de totale waarde van een aantal eenheden van een zelfde goed?" Het *Multiplicationstheorem des Wertes* van Wieser stelt dat de totale waarde berekend kan worden door alle eenheden met het bereikte marginale nut te vermenigvuldigen. Böhm-Bawerks *Integrationstheorem des Wertes* stelt daarentegen dat de totale waarde van een voorraad goederen de som is van het nut van de afzonderlijke eenheden. Omdat Wiesers theorema de totale waarde van een voorraad goederen onderschat, heeft zijn theorema weinig navolgers gevonden. Schönfeld-Illy's interpretatie van het marginale nutsbegrip—zijn begrip van economische relevantie: de relevantie van een marge voor het geheel—geeft een interpretatie die er voor zorgt dat Wieser wellicht toch gelijk kan hebben gehad. Schönfeld-Illy lost met zijn interpretatie een inconsistentie in het denken van Wieser op. Wieser haalt de beschrijving van het marginale nutsbegrip uit een situatie waarin de calculaties al zijn geschied. De functie van het marginale nutsbegrip haalt hij echter uit een situatie waarin het calculeren nog moet beginnen. Schönfeld-Illy vraagt zich af of de laatste fase van calculatie wel al die elementen bevat die zijn gebruikt tijdens de daadwerkelijke calculatie, en vervolgens dus ook zijn vervat in de begripsmatige omschrijving van die laatste fase.

Deel III heeft als titel "Het Oostenrijkse perspectief op het consumenten beleid". In de vijf hoofdstukken waaruit het deel bestaat, wordt gekeken naar het consumentenbeleid in het algemeen en in het bijzonder naar reclame (de wijze waarop reclame functioneert en kan worden gebruikt om een nieuw product te introduceren) en productaansprakelijkheid (vanuit een neoklassiek en Oostenrijks perspectief).

Hoofdstuk acht introduceert het consumentenbeleid en het verband daarvan met creativiteit en ondernemerschap. Het gaat in het bijzonder in op de vraag "Hoe hangt de Oostenrijkse visie op het marktproces samen met de mogelijkheid van een consumentenbeleid?" Meer in het bijzonder "Wat is de invloed van het consumentenbeleid op de perceptie door consument en producent van de beschikbare alternatieven?" Met behulp van vier begrippen die Kirzner ook gebruikt (het onontdekte, het niet na te bootsen, het tegengewerkte en het volkomen overbodige ontdekkingsproces), beschrijf ik de manier waarop het consumentenbeleid het ontdekkingsproces tegenwerkt. Ik besluit met te concluderen dat het Oostenrijkse idee van de markt ons een nieuwe invalshoek verschaft voor een kritiek op de gereguleerde consument. Regelgeving staat op gespannen voet met het spontane ontdekkingsproces welke een ongereguleerde markt oproept. Consumentenbeleid werkt de prikkel tegen welke een sociaal gewenste verandering (een mogelijkheid die een gegeven kader van waargenomen mogelijkheden overstijgt) vertaalt naar een persoonlijk winstgevende mogelijkheid.

Hoofdstuk negen toont aan dat er ruimte is voor de praxeologische methode in de economische wetenschap. Empirische feiten discrimineren niet tussen hypothesen die het tegenovergestelde beweren over reclame. (1) Reclame is (gedeeltelijk) misleidend en manipulerend. En (2) reclame is een goed zoals ieder ander goed. De consument krijgt het type en de kwaliteit van reclame waarvoor hij kan en bereid is te betalen. Adverteren is een essentieel onderdeel van het concurrentie proces. Zij maakt het goed bekend bij de consument. Consumenten zijn geen passieve actoren maar handelen *grosso modo* in hun eigen belang.

Hoofdstuk tien werkt adverteren verder uit door naar de prijsstelling van een volkomen nieuw product te kijken. Concurrentie tussen consumenten kan worden gebruikt om het nieuws te verspreiden. Waar nieuwe trends worden ontdekt, concurreren consumenten. Zij

ontdekken, creëren de markt voor de producent. Trends worden niet verkocht door concurrerende producenten; zij worden gekocht door concurrerende consumenten.

De hoofdstukken elf en twaalf kijken naar productaansprakelijkheid: schade die ontstaat door het gebruik van consumptiegoederen. In hoofdstuk elf vanuit het gezichtspunt van de neoklassieke economist en in hoofdstuk twaalf vanuit het gezichtspunt van de Oostenrijker. Voor een neoklassiek zijn kosten objectief en bekend bij de rechter. De rechter, die de zogenoemde Hand-formule gebruikt, vergelijkt de verwachte ongevalskosten met de kosten die nodig zijn om het product veiliger te maken. Een beklagde is schuldig aan nalatigheid als P keer L groter is als B . Hier staat P voor de kans dat een ongeluk plaatsvindt, L voor de hoogte van de verwachte schade en B voor de kosten die moeten worden gemaakt om het ongeluk te voorkomen. Voor een Oostenrijker daarentegen—daar kosten subjectief zijn en kennis principieel niet gecentraliseerd kan worden—is het contractrecht de aangewezen plaats om schade te regelen. Hier geldt de aloude regel van *caveat emptor*, laat de koper op zijn hoede zijn! In het contractrecht kunnen de partijen zelf, vooraf, vanuit eigen ondernemende inzichten en subjectieve inschattingen, de verwachte voor- en nadelen met elkaar vergelijken. En in zoverre een volkomen vreemde schade lijdt (hij die geen partner in het koopproces is) en zijn eigendomsrechten worden geschaad—met andere woorden er zijn negatieve externaliteiten—kan hij een schadevergoeding eisen. In die situatie geldt de regel van strikte aansprakelijkheid. Hoe hoog de schadevergoeding echter dient te zijn, dient de rechter primair op ethische niet op economische gronden te beslissen.

Wat is het resultaat—in zoverre de neoklassiek en de Oostenrijker elkaar iets te zeggen hebben—van de voorafgaande drie delen over de consument in het Oostenrijkse denken en het Oostenrijkse perspectief op het consumentenbeleid (cp. Kirzner, 1997, and De Soto, 1998, pp. 78-79)?

Uit de methodologische analyse in deel I blijkt dat neoklassieken en Oostenrijkers elkaar niet veel te zeggen hebben. Theorieën die niet getoetst behoeven te worden en altijd waar zijn, zijn ondenkbaar in de standaard neoklassieke theorie met haar eis van empirische falsificatie. Verbale logica laat ruimte voor subjectivisme en ondernemerschap. Beide

karakteristieken zijn essentieel voor het marktproces. Met andere woorden, de claim van de Oostenrijkers dat voorspellen onmogelijk is—wat er gebeurt hangt immers af van kennis die nog gecreëerd moet worden in een ondernemend proces (het ontdekken van dingen waarvan we niet eens weten dat we ze niet weten)—staat haaks op het doen van kwantitatieve voorspellingen als een gezocht en bekend doel van de neoklassieken.

Uit de analyse van het consumentengedrag in deel II blijkt dat neoklassieken en Oostenrijkers elkaar niet veel te zeggen hebben. Voor de Oostenrijker is de consument een creatieve ondernemer die staat in het midden van een dynamische proces. Voor de neoklassiek is hij een *homo economicus* die rationele keuzes maakt. Keuzes die zijn gebaseerd op een proces van maximalisatie binnen een gegeven kader van doeleinden en middelen.

Uit de analyse van het consumentenbeleid in deel III blijkt dat neoklassieken en Oostenrijkers elkaar niet veel te zeggen hebben. Voor een Oostenrijker is de kennis op basis waarvan de overheid zou moeten handelen subjectief, verspreid en aan een voortdurende verandering onderhevig. Objectieve wetenschappelijke kennis alleen is niet voldoende; er is ook de praktische en volkomen subjectieve kennis van plaats en tijd. Voor een Oostenrijker bestaat de rol van de overheid eruit de eigendomsrechten van het individu te beschermen. Of en wiens eigendomsrechten er geschonden worden, beslist de rechter op ethische gronden; de economie heeft hier weinig mee van doen. Voor een neoklassiek, daarentegen, beschikken we over een volledige kennis van doeleinden en middelen, en voorzover dit het geval is, is deze kennis omgeven door bekende onzekerheid. Kosten zijn objectief en kunnen worden gemeten door een derde partij.

Maar laat ons de feiten nog eens op een rijtje zetten. Valt er niets positiefs te zeggen over het verband tussen een neoklassieke en een Oostenrijkse economist? De Oostenrijkse revolutie in het economisch denken, waar het eerste hoofdstuk van deel I mee begon, was en is immers nog steeds een deel van *een* en de zelfde grotere traditie. Het begon in de 1870s niet alleen met Menger maar ook met Walras en Jevons. Alle drie de grondleggers wilden theoretiseren; alle drie wilden marktverschijnselen verklaren als het resultaat van individuele keuzes gebonden aan beperkingen. Allen onderschreven het bestaan van economische wetten: er zijn systematische consequenties van onze handelingen. Voor Mises was het bestaan van economische wetten niet alleen kenmerkend voor de klassieke maar

ook voor de neoklassieke economie. Alle neoklassieken willen de niet van te voren geplande regelmaat van de markteconomie verklaren als het resultaat van bewuste keuzes van individuen. Daarom vormen de Oostenrijkers nog steeds een deel van de economische orthodoxie van de neoklassieke economie. Hoewel zij niet langer deel uitmaken van de Walrasiaanse en Marshalliaanse hoofdstroom.

Met andere woorden, tot op zekere hoogte kunnen we stellen dat slechts de taal verschillend is: formalistische precisie van de neoklassieke versus verbale deductie van de Oostenrijkse economist. De laatste versterkt de meerderheid van de conclusies van de eerste. Gedeeltelijk is het dus een verschillende methodologie: een verschillende weg om de zelfde conclusies te bereiken (Denk bijvoorbeeld aan de wet van de afnemende meeropbrengsten in deel I).

Hoewel een Oostenrijker aan deze overeenkomst natuurlijk onmiddellijk zou toevoegen "Het is niet slechts de taal die verschilt, maar de probleemsituatie doet dat ook." Voor hem maken subjectivisme en ondernemerschap beide deel uit van de rijkheid van onze wereld. Beide echter laten geen ruimte voor formalisme met het daaraan verbonden eng rationalisme en de veronderstelling van de volledige beschikbaarheid van informatie hetzij volledig dan wel omgeven met bekende onzekerheid. Het is onmogelijk om subjectivisme en ondernemerschap met formele gereedschappen te analyseren zonder niet tegelijk hun essentie te veranderen. Simplificatie heeft haar prijs.

Wat de neoklassiek van de Oostenrijker kan leren is dat er meer in de wereld van de theoretisch economist is dan het model van volkomen concurrentie. Er is eerst en vooral het concurrerend-ondernemend proces van ontdekking (Zie Deel I). Een neoklassiek heeft de neiging om de leercapaciteit van het individu te onderschatten (Zie deel II), maar overschat daarentegen de economische kennis van de overheid. De hoogte van een schadevergoeding, zo deze achteraf dient te worden vastgesteld, is een ethisch niet een economisch probleem (Zie deel III).

Het antwoord van de neoklassiek op de zojuist genoemde conclusies zou zijn, "Het is alles zeer interessant wat een Oostenrijker over subjectivisme en ondernemerschap zegt, maar, tenzij formeel bewezen, blijft het slechts een interessant idee—niets meer."

Toegepaste welvaartsanalyse daarentegen (deel III) is niet een terrein—zoals de theoretische economie—waar de Oostenrijker en neoklassiek elkaar makkelijk de hand

zouden kunnen schudden. Voor een Oostenrijker, die subjectieve waarderingen en het open marktproces serieus neemt, kunnen individuele waarderingen niet bij elkaar worden opgeteld en is er ook geen uiteindelijke evenwichtssituatie die door de overheid kan worden nagebootst. Er is geen norm—genomen uit een idee van volledige kennis—om het beleid aan te toetsen. Voor een Oostenrijker—daar echte onkunde niet is geïncorporeerd—is er binnen de traditionele welvaartseconomie geen plaats voor die handelingen van ondernemerschap waar het evenwichtsproces juist op steunt. Niet alleen allocatieve efficiëntie maar ook de snelheid en nauwkeurigheid waarmee problemen worden geïdentificeerd, verspilling worden bestreden en een gebrek aan coördinatie wordt oplost, zijn belangrijk.

Vergeleken met heterodoxe stromingen binnen de economie delen de Oostenrijkers en de neoklassieken het belang dat zij beide hechten aan *laissez faire*. Het Oostenrijkse vertrouwen daarop is vergeleken met de neoklassieken sterk. Een vertrouwen dat deze studie met haar nadruk op subjectivisme en ondernemerschap versterkt. De tendentie tot kennis die bijdraagt aan het evenwichtsproces wordt gevoed door zowel de producent als de consument (Deel II). Winstmogelijkheden zijn voor beide de stimulans. Er is een tendentie dat echte fouten worden hersteld—niet worden gemaakt. Er is een tendentie om het bij het juiste eind te hebben. Er valt meer te winnen van een grotere dan van een kleinere kennis. Deze tendentie wordt door een al maar veranderend overheidsbeleid tegengewerkt; een zekere omgeving van stabiliteit is nodig om de krachten die een evenwicht oproepen hun werk te laten doen.

De Oostenrijkers, met andere woorden, versterken het traditionele geloof in een spontaan evenwicht: niet het extreem van evenwicht altijd, maar zeker sterker dan het tegenovergestelde van evenwicht nooit. De consument herstelt echte fouten. Daar hij geen producent is, is Kirzners idee van ondernemerschap—een al bestaande situatie van onkunde wordt gecorrigeerd, wacht er op om ontdekt te worden—perfect op hem van toepassing. De consument krijgt ook zijn "winst" als hij onkunde door alertheid overwint.

Als het voorafgaande juist is, is het grootste probleem voor de Oostenrijkers niet dat hun theorie onrealistisch of niet relevant is: een inaccurate beschrijving van de sociale werkelijkheid geeft of de maatschappelijke krachten miskent. Het grootste probleem is "Hoe komt het dat niet alle economen hiermee instemmen?" Als de theorievorming is

gebaseerd op apodictisch ware premissen, die slechts uitgesproken behoeven te worden om direct als waar te worden aanvaard—en het vervolgens slechts pure deductie is—waarom stemmen dan niet (inclusief de neoklassieke) alle economen met elkaar in? Maar zelfs de Oostenrijkers verschillen onderling. Deze situatie delen de Oostenrijkers met de neoklassieken. Daar de eersten verbale deductie en de laatsten het doen van voorspellingen benadrukken, hebben beiden de volgende vraag te beantwoorden. Voor de neoklassiek, "Als je zo slim bent in het maken van voorspellingen hoe komt het dan dat je niet rijk bent?" Geparafraseerd voor de Oostenrijker, "Als je zo slim bent in het maken van verbale deducties hoe komt het dan dat niet alle economen het met je eens zijn?"

Tenslotte, is er dan werkelijk geen punt waar de Oostenrijker en neoklassiek overeenstemmen voorzover het de consument betreft? Dat is er wel. Als een neoklassiek gelijk heeft, volgt dat met het juiste beleid de consument tevreden gesteld kan worden. Volledige kennis sluit fouten bij de aankoopbeslissing uit: het nirwana van de consument. Als dit zo is, betekent dit echter voor de Oostenrijker dat al het menselijk handelen en daarmee de economie zou ophouden te bestaan. Het fundamentele uitgangspunt van de Oostenrijker is immers dat mensen handelen. We handelen omdat we ontevreden zijn. Als we volledig bevredigd zouden zijn, zou al het menselijk handelen stoppen. "Soms zeggen mensen dat ze graag de prijzen [...] op de aandelenmarkt van de volgende week zouden willen weten. In feite willen we de toekomst helemaal niet kennen. Als jij, of ik, of ieder ander de toekomst zou kennen, zou dit betekenen dat deze al bepaald is en we niet langer kunnen handelen om deze te veranderen. Al het menselijk handelen is een poging om de toekomst te veranderen. [...]. Als we alles zouden hebben wat we willen, zou er geen reden zijn om te leven. Als de dag komt dat je alles hebt wat je wilt, laat het me weten, dan zal ik voorbereidingen treffen om naar je begrafenis te komen, omdat je overleden zult zijn" (Greaves, 1984, p. 6).

Een perfect overheidsbeleid zou dus de problemen oplossen voor zowel de neoklassieke als Oostenrijkse econoom. We zouden ons volgens de neoklassiek in het nirvana van de consument dan wel volgens de Oostenrijker in het rijk der vegeterende planten bevinden (een toestand van niet-handelen). Wat niet veel uitmaakt—in beide gevallen zijn we dood.

We zijn weer terug bij de kern van de Oostenrijkse manier van economie beoefening: het subjectieve karakter van de keuze. Voor een neoklassiek is een volledig geïnformeerde

en bevredigde consument een mogelijkheid. Voor een Oostenrijker—daar een keuze in essentie doelgericht en ondernemend is—is het een onmogelijkheid. Menselijke keuzes zouden, als ze echt zijn—dat is creatief—zouden ook anders kunnen zijn geweest en tot andere resultaten kunnen hebben geleid. Een situatie die volledig kennis—een gegeven kader van doeleinden en middelen—uitsluit. "De keuze van een individu," zegt Kirzner, "wordt altijd gemaakt met de antenne alert gericht op het ontdekken van mogelijkheden (die er al zijn, of die nog gecreëerd moeten worden) die het waard zijn om nagestreefd te worden zelfs in het licht van een onzekere toekomst" (1982, p. 21).

Curriculum Vitae

Auke Rein Leen is op 25 februari 1953 geboren te Rotterdam. In 1971 behaalde hij het HBS-B diploma aan het Christlijk Atheneum te Arnhem. Hij studeerde economie (diploma 1979) en wijsbegeerte (diploma 1982) aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam. Tijdens beide studies was hij werkzaam als student-assistent methodologie van de economie en vervolgens ethiek van de economie. Ook was hij werkzaam als docent economie I en II aan het VWO en het economie avondonderwijs aan volwassenen. Vanaf 1981 was hij verbonden aan het HBO, Akademie Diedenoort, als docent (gezins) economie te Wageningen. Vervolgens was hij enige jaren werkzaam als plv. hoofd van de Hoofdafdeling Financiële Consumptie Vraagstukken van het Ministerie van Economische Zaken te Den Haag. Vanaf 1987 is hij verbonden als universitair docent aan de vakgroep algemene economie aan de Universiteit van Leiden en vanaf 1991 tot heden ook aan de Universiteit van Wageningen.