



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Waarom de markt?

Leen, A.R.

Citation

Leen, A. R. (2021). Waarom de markt? *Liberaal Reflecties*, 62(2), 43-50. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3273699>

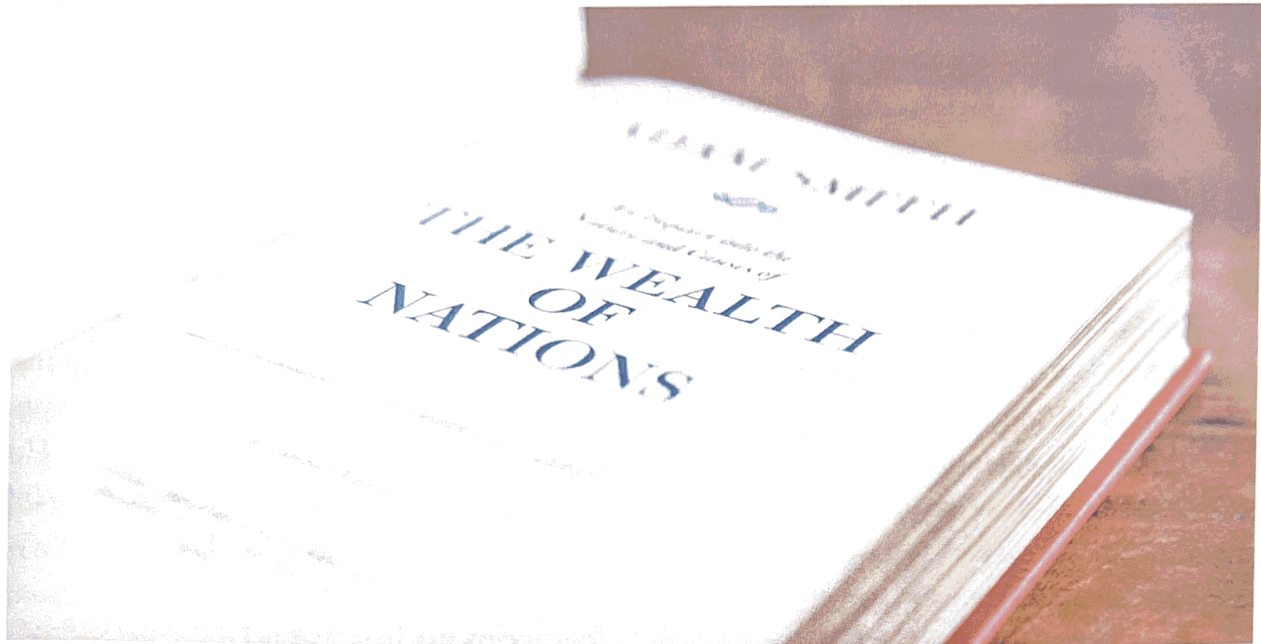
Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3273699>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Economie



Waarom de markt?

door Auke Leen

De markt is de grote onbekende: ethisch, theoretisch en in beleid. Aan de hand van vijf kernvragen schetsen we de markt in al haar ziel en zaligheid: ons zicht op bijna alles verandert. We eindigen met het minimale begrip van de markt dat nodig is om in de samenleving een draagvlak voor de markteconomie te behouden.

Wat is de markt?

De markt is een proces van spontane, dat wil zeggen een zichzelf regulerende, orde (Hayek 1982, 38). Als je wat wilt bereiken, moet je een plan maken: doelen stellen en de middelen afwegen. Dat geldt voor individuen, bedrijven en overheden. Voor de markt

als geheel geldt dat niet. De markt is een uitgebreide orde van sociale interactie die door niemand wordt of ook maar valt te plannen. Kortom, je hebt economieën waarin doeleinden en middelen tegen elkaar worden afgewogen, maar de markt als geheel kent dat niet. De markt coördineert met behulp van prijzen al die individuele economieën in een onpersoonlijk aanpassingsproces (Hayek 1982, 108). Om orde te hebben, hoef je niet noodzakelijkerwijs een plan te hebben. Als er niemand aan het roer staat, wil dat niet zeggen dat hulpbronnen slecht worden benut.

Hét kenmerk van de markt is individueel ei-

gendum (Hayek 1982, 107). Dat is geen recht op egoïsme. Eigendom is een sociaal mandaat. Het is het recht om je met arbeid en kapitaal voor een ander nuttig te maken – anders verkoop je niets. De markt is bij uitstek een sociaal proces; een egoïst redt het niet op de markt. Kapitalisten moeten hun geld voor ons allen laten werken, willen ze het niet verliezen – ook de niet-kapitalist profiteert ervan. Dat is de kracht van de markt: mensen hoeven geen engelen te worden. Ze kunnen blijven wat ze zijn: primair geïnteresseerd in eigen voordeel. Liefde is een schaars goed. Vriendjespolitiek, corruptie en sterken (de roofridders van weleer) vind je in alle samenlevingen en zijn van alle tijden. De markt geeft ze de minste kans door de prijzen die op een concurrerende markt ontstaan. Door ruil bereiken we in de samenleving de vruchtbaarste samenwerking die er maar is.

De fatale misvatting is denken dat de markt door de mens is gemaakt en dus ook als geheel door hem valt te verbeteren (Hayek 1988, 83). Alsof de mens de samenleving heeft ontworpen en het kan overdoen – maar nu beter. Durven dromen, los van de mens die op de markt zijn positie probeert te verbeteren, is zinloos. Zoals denken over water te kunnen lopen, gelogenstraft wordt door de wetten van de natuur, zijn er ook de harde economische wetten van vraag en aanbod onvermijdelijk. In de economie duurt het alleen langer voordat we met het onmogelijke worden geconfronteerd. De markt is het resultaat van menselijk handelen, maar niet van menselijk ontwerp. Net zoals de taal die we gebruiken dat ook is. De markt is geen

mechanisme, maar een evoluerend organisme; een econoom is geen monteur, maar een tuinman (Hayek 2014, 372; Hayek 1982, 24).

Het resultaat is dat pas vanaf de introductie van de markt eind 18e eeuw het voor het eerst bergopwaarts ging met de welvaart. Een Engelse arbeider, die al een prettigere situatie kende dan zijn lotgenoten op het Europese continent, had het tot die tijd niet veel beter dan een slaaf uit het oude Egypte. Hooguit een elite kon erop vooruitgaan. Het idee dat progressie voor iedereen mogelijk was bestond niet (Nasar 2011, 13).

Waarom en hoe werkt de markt?

De orde op de markt is gebaseerd op het streven van een ieder in zijn handelen zijn positie te verbeteren (Buchanan 2005, 67). In de loop van de geschiedenis ontdekten we dat we al die afzonderlijke economieën in een proces van vrijwillige ruil de vrijheid konden geven (Ridley 2015, 110). De markt is geen strijd van allen tegen allen. Wederzijds voordeel in de ruil is dé waarheid van de markt en de reden waarom de markt aansluit bij menselijk handelen en streven. We wegen kosten en baten af die voor een ieder van ons verschillen. Hierbij reageren we allemaal op prijsveranderingen: de wetten van vraag en aanbod. Prijzen doen de balans doorslaan om iets wel of niet te doen. Ruil binnen een kader van individueel eigendom geeft ook de enige echt inhoudelijke stelling van de markt (Skousen 2007, 20). De kern van de economie: individueel streven naar het verbeteren van de eigen positie geeft bin-

nen een kader van eigendom, ruil en concurrentie een uitkomst die ons allen dient; een orde van vrede, welvaart en vrijheid.

De markt werkt via veranderende prijzen en inkomens die dankzij concurrentie tot stand zijn gekomen; dit zorgt voor coördinatie en voortdurende aanpassing. De eigendomsrechten moeten wel duidelijk zijn. Voordat er vliegtuigen waren, had het geen zin om te vragen wie de eigenaar van de lucht tien meter of tien kilometer boven het dak van ons huis was. Daar ligt dan ook de onmisbare taak van de overheid als regelgever en scheidsrechter. De markt is een evolutionair ontdekkingsproces met nog niet geprijsd eigendom in een hoofdrol.

De markt maakt daarnaast het best gebruik van kennis. Welvaart hangt, naast het bezit van kapitaalgoederen, vooral af van het effectieve gebruik van kennis (Hayek 1960, 42). De econoom moet vaak aantonen hoe weinig we weten. De markt werkt van onderop en gebruikt ieders unieke kennis. In de markt worden creatieve keuzes gemaakt; er ontstaat kennis die we pas tijdens het marktproces ontdekken (Buchanan 1999, 244-245). Dit is hoe complexe samenlevingen werken. Via marktwerking, de blinde marktkrachten en het vermaledijde economiseren, gaan we zo goed mogelijk met onze onkunde om (Hayek 1982, 113, 186-187). Het niet inzien hiervan toont de onwetendheid over het proces van hoe de markt orde schept.

In de markt bestrijden we onze fundamentele ignorantie in een steeds veranderende

samenleving. Dat doen we met behulp van relatief simpele regels met betrekking tot eigendom en prijzen. De toekomst voorspellen kunnen we niet; wat we wel kunnen, is een patroon ontwaren dat uit al die keuzes voortvloeit. Het is een patroon van spontane orde. Zo wordt in de regel tegen de laagst mogelijke kosten geproduceerd. Hier kan de besluitvorming in parlementen niet tegenop. Een complexe wereld vraagt om minder overheid en meer markt. Als overheden gaan plannen op basis van beperkte kennis kan het resultaat niet anders dan verkeerde keuzes en stagnatie zijn. De vele feiten waaraan de moderne markt zich voortdurend aanpast, zijn onbekend bij wie dan ook. Prijzen fungeren als onpersoonlijke substituten voor ons gebrek aan echte kennis. Planning lijkt rationeel, maar maakt in feite van veel minder kennis gebruik dan de markt dat doet.

In een markt zijn individuele bedrijven fragiel, maar daardoor past de markt als geheel zich aan. Het radicale idee van de markt is dat de samenleving van onderop werkt en niet van bovenaf wordt gestuurd. De markt is antikapitalistisch. Ze leunt niet op kapitaalintensieve bedrijven met ambities voor illegale monopolies. De markt ondermijnt bedrijven door voortdurende innovaties. De samenleving hoeft niet verteld te worden wat te doen, maar evolueert met vallen en opstaan door de selectie van concurrerende ideeën. In de markt zit de wijsheid van eeuwen. De markt is niet reactionair, maar biedt iets revolutionairs: vrijheid voor alle deelnemers. De markt evolueert: spontane constructieve verandering van onderop (Ridley 2017).



Voor de milieuactivist slaat de *dooms-day*-klok twaalf uur. Wat te doen? Veel is al uitgevonden dat ons kan helpen; wat ontbreekt is een werkende invulling aan die innovaties te geven. Ideeën moeten worden gecombineerd en praktisch toepasbaar, betaalbaar en betrouwbaar worden gemaakt (Ridley 2020, 245). Kennis is nodig. Het ondernemende, concurrerende ontdekkingsproces van de markt is hét instrument dat van ieders kennis gebruikmaakt. Het maakt ons slimmer dan dat we allemaal individueel – inclusief een milieustaar – zijn.

Kortom, het cruciale feit is dat we al onze kennis niet kunnen centraliseren. Door ruil en prijzen communiceren we met elkaar de benodigde informatie, zonder centrale leiding. Het complexe milieuprobleem vraagt om een even complexe oplossing: de markt. Het klimaat kent geen controleknop. Wat nodig is voor een oplossing is het zien van de beperkingen van bewuste planning en het benutten van ons collectieve brein: de markt. Het wonder van de markt is dat het van al die decentraal aanwezige informatie toch gebruik weet te maken (Hayek 2014, 426).

Waarom is de markt zo moeilijk te begrijpen?

De markt is contra-intuïtief. Het idee van planning lijkt ons rationeler dan een vertrouwen op marktwerking. We denken dat er een ontwerper moet zijn of een concreet doel. Dat is niet vreemd. Het stemt overeen met de praktijk uit ons dagelijks leven. Daar is planning nodig. Orde vereenzelvigen met planning is dan ook een oerinstinct. Het

grootste gedeelte van de geschiedenis van de mensheid leefden we in kleine stamverbanden waarin het doel tot overleven allesoverheersend was en een ieder bekend was met de middelen aanwezig in de natuur en de kwaliteiten van de stamgenoten (Hayek 1988, 11). Maar op de markt zijn samenwerking en solidariteit in de regel onmogelijk. Beide veronderstellen overeenstemming over doelen en hoe ze te bereiken. Dat kan echter alleen in een kleine groep, waarbinnen alle benodigde informatie bekend is. Dat kan niet in een grote groep waar het gaat om de aanpassing aan onbekende omstandigheden met concurrentie als ontdekkingsproces. Een proces voor de ontdekking van zulke feiten die zonder daartoe onze toevlucht te nemen voor niemand bekend zouden zijn of tenminste niet zouden worden gebruikt (Hayek 2014, 304). Concurrentie, het tegenovergestelde van samenwerking, belichaamt de spontane marktkrachten. Er is geen *Team-NL*.

‘Zoals in oorlog, zo ook in vrede’ gaat voor de markt als geheel niet op. In vreedstijd ontbreekt in een grote groep overeenstemming over de doelen, zoals die er wel kan zijn in een kleine groep (Hayek 1986, 2, 153). In de markt draait de overeenstemming niet om de doelen, maar om de regels. Wat ons bindt op de markt zijn regels en prijzen: het al eerdergenoemde economiseren van de samenleving – niet de doelen. Het probleem waarvoor we staan is dat niet alle – alleen de pretentie al – bestaande kennis te centraliseren valt. Evengoed is het niet mogelijk alleen de relevante kennis te centraliseren en te plannen, want

wie bepaalt wat relevant is? Het doel van de markt is zo veel mogelijk gebruik te maken van de decentraal aanwezige kennis en de ontwikkeling daarvan te stimuleren.

Wat is de ethiek van de markt?

De markt valt te vergelijken met het spelen van een sportwedstrijd. Een spel van kunde en geluk. We kunnen zo op drie niveaus de vraag naar de rechtvaardigheid van de markt stellen: wat betreft de uitkomsten van de markt, het gedrag van de deelnemers en de regels van de markt (Vanberg 2011, 7).

Daar niemand de uitkomst, laat staan de ontwikkeling, van het marktproces in de hand heeft, valt deze ook niet ethisch te beoordelen. Sociale rechtvaardigheid heeft wat dat betreft geen inhoud (Hayek 1982, 67-70). Net zoals het zinloos is een vulkaanuitbarsting als immoreel te duiden. Als er volgens de regels is gespeeld, is iedere uitkomst juist, hoe ongelijk die ook is. De uitkomst van de markt is amoreel: niet moreel, noch immoreel. We kunnen wel het gedrag van de spelers op de markt beoordelen. Zijn de eigendomsrechten gerespecteerd? Is er concurrentie geweest? Is er eerlijk gespeeld?

Ethiek op de markt betreft het morele of immorele gedrag van de spelers en de rechtvaardigheid van de marktregels zelf, waarmee we zo indirect het marktresultaat beoordelen. Op de markt gaat onze aandacht uit naar structurele en procedurele aspecten, en niet naar de einduitkomst. Concurrentie geeft ongelijkheid en dat moet ook. Concurrentie toont aan welke manieren van hande-

len succesvol zijn. Zo niet, dan heeft spelen geen zin. In een markteconomie is het een onmogelijkheid de overheid een rechtvaardige inkomensverdeling te laten bepalen. Inkomens zijn de sturende en ordende krachten: de wetten van vraag en aanbod. Het is niet anders.

Maar gelukkig, hoewel de verschillen in inkomen en vermogen enorm zijn, zijn die in consumptiemogelijkheden veel kleiner. Wat Bill Gates ziet op zijn extreem platte televisiescherm, zien wij ook. Gates heeft zijn privéjet en auto met chauffeur; wij hebben easyJet en Uber. Inderdaad, wat Gates consumeert kunnen wij niet gebruiken. Maar wat hij aan kapitaal bezit, moet hij gebruiken op een manier die ons bevalt. Anders verkoopt hij niets. Een kapitalist moet zijn sociaal mandaat – hij handelt als het ware in onze naam – delen of hij wil of niet.

De marktregels ontlasten ons van de noodzaak om, wil ons handelen ethisch zijn, zelf een afweging te maken van alle voor- en nadelen. In onze complexe wereld is een dergelijke afweging een onmogelijkheid (Vanberg 2011, 11). Die kennis hebben we niet. Op de markt doen we dan ook geen zichtbaar goed voor een bekend iemand, maar doen we wel onbedoeld iets goeds voor vele onbekenden (Sowell 2007, 20).

De marktregels zelf zijn gebaseerd op de vrijwillige toestemming van de deelnemers. Een goed begrip van wat de markt is en vermag, is dan ook noodzakelijk. Overeenstemming over de regels lukt veel beter dan over de



rechtvaardigheid van bepaalde marktkomsten. Dit laatste is in feite onmogelijk; welke sportclub verdient het dit jaar kampioen te worden?

Wat is de ziel van de markt?

De markt is een echt menselijk systeem: individuele vrijheid is het wenkend perspectief. De mens is geen radertje in een mechanisme, een productiefactor die een algemeen doel dient (Goldwater 1960, 18). De mens kan eigen doelen realiseren binnen een spontane orde. In de markt staat de menselijke waardigheid centraal: zelf je eigen leven leiden. De overheid stelt regels op over eigendom en concurrentie die mensen hiertoe in staat stellen. Dat zijn geen regels waarmee de overheid het leven van de mensen bepaalt. De maatstaf en het speelveld van de markt is de individuele vrijheid – niet de grootte van het bruto binnenlands product (Buchanan 2005, 57). Alhoewel de markt daar ook heel goed in is; vrijheid en welvaart gaan hand in hand. Als mensen, zoals in China, vrijheid overdragen aan de overheid in ruil voor zekerheid, is dat onmenselijk en onhoudbaar. We moeten de markt primair op haar vrijheid beoordelen. Hoe staat het met de rechtsstaat, en de persoonlijke en economische vrijheid?

Op de markt geldt *alle Menschen werden Brüder*. Op de markt zijn we allen in potentie gelijkwaardig, zelfstandig en tot vrijheid in staat. Vrijheid die niet discrimineert is een pleonasme (een witte schimmel): wat we voor onszelf aan vrijheid binnen de regels van de markt vragen, moeten we ook een ander geven (Buchanan 2005, 26).

De positieve effecten van marktwerking hangen vooral af van of eigendomsrechten worden gerespecteerd en of mensen een eigen domein van vrijheid hebben. Op de markt is het sturen van de productie niet meer in handen van weinigen met beperkte kennis, maar in de handen van velen met meer kennis, veelal unieke informatie van plaats en tijd.

In plaats van meer inzicht proberen te verkrijgen in hoe vrijheid en concurrentie werken, wordt bij problemen snel gezocht naar alternatieven. Maar om vooruitgang te bewerkstelligen, is slechts een kader van regels en individuele vrijheid nodig. De markt is een evolutionair proces van individuele vrijheid binnen de regels. We bestrijden complexiteit met complexiteit (Salomons e.a. 2021, 29). Wat betreft prestaties is het relevant om te vragen hoe de per definitie simpele overheidsplanning het zou hebben gedaan. De maatstaf om marktwerking mee te beoordelen is niet hoe de spontane orde presteert ten opzichte van het bekende model van volledig vrije mededinging met volledige kennis dat de economist veelal hanteert. Inzicht in de markt geeft ons vooral argumenten voor een systeemkeuze: planning versus de markt.

Samengevat

Het minimale inzicht dat nodig is om voor de markt te kiezen? Dat is ons begrip van ruil op de markt als een proces van spontane orde van vrede, welvaart en vrijheid (Buchanan 2001, 214). Orde ontstaat uit de aanpassing aan informatie die niemand in haar totaliteit kent. De kernzin van de markteconomie



luit: contra-intuïtief de zaak op zijn beloop laten gaan in een onpersoonlijke orde. Een orde die is gebaseerd op mensen die in hun handelen – in een ruil met wederzijds voordeel – hun positie proberen te verbeteren binnen de regels van eigendom en concurrentie. Dit is wellicht de grootste ontdekking die de mensheid ooit heeft gedaan: de spontane krachten van de markt, de wetten van vraag en aanbod, ordenen. Er zit niemand in de cockpit van de samenleving. Niet dat er dan niets gebeurt: we gaan van een algemeen plan naar een spontane orde op basis van ieders eigen plannen.

Wat voor velen de chaos van de markt lijkt, is een omvangrijk op veranderende prijzen en inkomens gebaseerd aanpassings- en ontdekkingsproces. Een proces dat effectiever is dan dat planning ooit ook maar kan zijn. De onpersoonlijke markt is het enige houdbare menselijke systeem, door deze mensen binnen de regels van de markt de vrijheid te geven. Vrijheid is een intrinsiek waardevol goed dat betere resultaten geeft dan planning. Planning, het mercantilisme van toen en nu, brengt ons in een ondoorgrondelijk complexe wereld niet ver. Zoals Adam Smith, de grondlegger van de economie, al stelde: “Mensen zijn geen schaakstukken met vooraf bepaalde mogelijkheden. Beleid dient, wil het werken, daarmee in overeenstemming te zijn” (Smith 1982, 42).

Maakbaarheid, het idee dat de markt door menselijke planning kan worden verbeterd, gaat niet op. Voor de naïeve geest is orde verbonden met planning. Het lijkt absurd dat in

complexe omstandigheden orde en aanpassing aan het onbekende kan worden verkregen door besluitvorming te decentraliseren. Maar in een gecentraliseerd model ken je niet alle informatie en kun je deze dus ook niet gebruiken. De spontane orde gebruikt meer kennis dan we weten en is daarmee rationeler dan iedere *ad hoc*-afweging van kosten en opbrengsten. Als je deze spontane orde niet begrijpt, zal je er ook nooit voor kiezen.

In de markt wordt, contra-intuïtief, niet naar concrete behoeften in de directe omgeving gekeken, maar wordt er gereageerd op abstracte prijssignalen die op een concurrerende markt ontstaan: de winst die we verwachten en die ons gedrag stuurt (de waarschijnlijke winst). Zichtbaar goed doen voor je naaste kan natuurlijk alsnog ook dan nog in kleine groepen. Orde in onze samenleving wordt bereikt wanneer – het hart van de 18e-eeuwse economische wijsheid – de individuele doelstellingen in een spontane marktorde worden gericht op de door de regels van de markt mogelijk gemaakte wederzijds verenigbare doelen.

Kortom, de markt – orde zonder ontwerp – is een van de krachtigste ideeën waar we als mensheid op zijn gestoten. Je denkt alleen aan jezelf, maar handelt er niet naar. Er is een grens aan het pure eigenbelang; je dient namelijk ook het algemeen belang van een evoluerende orde in de samenleving. Overeenstemming met betrekking tot concrete doelen binnen een kleine groep wordt ingevuld voor overeenstemming over de abstracte regels van de markt in een grote groep.



Wat is de essentie van iedere sportwedstrijd? Het vrije spel dat binnen de regels plaatsvindt op basis van ieders individuele inbreng. De regels van het spel bepalen niet de uitkomst: de bijdrage van de mens zelf doet ertoe (Buchanan 1999, 244). Bij de markt is het niet anders. Voor Smith is de markt een essentieel onderdeel van een vrije samenleving. Dé definitie van de markt volgens hem luidt “het systeem van de natuurlijke vrijheid” (Smith 2012, 686).

dr. A.R. Leen is econoom en doceert aan de Universiteit van Leiden

Literatuurlijst

- Buchanan, J.M., *The Logical Foundations of Constitutional Liberty*, Indianapolis, 1999.
- Buchanan, J.M. *Ideas, Persons and Events*, Indianapolis, 2001.
- Buchanan, J.M., *Why I, Too, Am Not a Conservative. The Normative Vision of Classical Liberalism*, Cheltenham, 2005.
- Goldwater, B., *The Conscience of a Conservative*, Shepherdsville, 1960.
- Hayek, F.A., *The Road to Serfdom*, Londen, 1986 [1944].
- Hayek, F.A., *The Constitution of Liberty*, Londen, 1960.
- Hayek, F.A., *Law, Legislation and Liberty*, Londen, 1982.
- Hayek, F.A., *The Fatal Conceit. The Errors of Socialism*, New York, 1988.
- Hayek, F.A., *The Market and Other Orders, The Collected Works of F.A. Hayek, Vol. XV*, Chicago, 2014.
- Nasar, S., *Grand Pursuit. The Story of the People Who Made Modern Economics*, Londen, 2011.
- Ridley, M., *The Evolution of Everything. How New Ideas Emerge*, New York, 2015.
- Ridley, M., ‘The Case for Free-Market Anti-Capitalism’, transcript van de Keith Joseph Memorial Lecture voor het Centre for Policy Studies, 2017.
- Ridley, M., *How Innovation Works*, Londen, 2020.
- Smith, A., *The Theory of Moral Sentiments*, Indianapolis, 1982 [1759].
- Smith, A., *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Hertfordshire, 2012 [1776].
- Salomons, R, Schulz, M, Oude Engberink, R., *Een markt voor ons allemaal. Over de toekomst van de vrije markt*, Antwerpen, 2021.
- Skousen, M., *The Big Three in Economics*, New York, 2007.
- Sowell, T., *A Conflict of Visions. Ideological Origins of Political Struggles*, New York, 2007.
- Vanberg, V.J., ‘Marktwirtschaft und Gerechtigkeit’, Freiburg discussion papers on constitutional economics, 2011, nr. 5, pp. 1-36.

