

ANTREPRENORIATUL – VECTOR AL NOII ECONOMII

Dr. Bogdan ȘTEFANACHI*

The entrepreneurship – the vector of the new economy

Abstract: The entrepreneur, as the image of the contemporary economy, and the entrepreneurship theory, as modality of investigation and interpretation of economic environment, are, concepts which, at least in the European territory, must be rediscovered. The reform of European economy based on the Lisbon Strategy's guiding lines must lead to rethinking the European social model in order to reallocate the funds to the growing productivity and competitiveness' policies. In other words, these policies must create the incentives for the development of competition and entrepreneurial innovation (discovery). This study intends to identify the epistemological and ontological basis of the new economy as entrepreneurial driven process.

Keywords: entrepreneur, economy, entrepreneurship, discovery.

Dincolo de entuziasmul sau de rezervele pe care le generează, *globalizarea* constituie procesul emblematic al lumii contemporane, chiar dacă există puncte de vedere care afirmă că manifestări *globale* sau *globalizatoare* pot fi identificate cu mult înaintea secolului XX. Însă certitudinea și caracterul „inexorabil” al globalizării par a fi contrabalansate de lipsa înțelegerii „ideologiei” care generează și susține un asemenea fenomen. Sfârșitul anilor 80, caracterizat de dispariția barierei ideologice est-vest, implică, pe de o parte fluxul reformelor liberale către un spațiu interzis până atunci (cel al statelor foste comuniste), iar pe de altă parte, reformarea sistemului capitalist în contextul unei economii real globale. Constanta acestui fenomen este reprezentată de necesitatea reformelor politice extensive pentru a diminua rolul statului în favoarea mecanismelor pieței.

Așadar, globalizarea, din punct de vedere al consecințelor implicate, poate fi analizată, cu maxim de rezultate, pornind de la evoluția spațiului economic, de la evoluția și modificările în structura economiei contemporane. Dar, putem imagina și o strategie alternativă care permite comprehensiunea procesului de globalizare prin evidențierea premiselor *ideologice* ale acestuia.

Fără a pretinde că există o sinonimie perfectă între globalizare și neo-liberalism, totuși în spațiul economiei globale, argumentele neo-liberale împotriva „intervenției proactive a statului”¹ pentru a gestiona funcționarea pieței, sunt cele care pot reflecta cel mai bine tendințele economico-politice ale sfârșitului de secol XX și începutului de secol XXI. Contractarea statului, diminuarea reglementărilor oficiale determină abolirea reală a restricțiilor

* Lect. univ. dr. Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” Iași.

¹ Scholte, Jan Aart, *Globalization. A Critical Introduction*, Palgrave, 2000, p. 34

existente în calea libertății de mișcare a persoanelor, bunurilor, serviciilor și capitalurilor; altfel spus, „sectorul public trebuie să înceteze să mai coordoneze forțele pieței în context global”². Astfel, globalizarea și liberalismul (neo-liberalismul) sunt măcar interdependente, dacă nu în întregime congruente, sau după cum susținea Andrew Gamble, „una dintre cele mai semnificative tendințe ale ultimilor 30 de ani se constituie sub forma revitalizării liberalismului economic atât ca economie politică, cât și ca, ideologie politică”³.

Dar dacă liberalismul, din perspectiva principiilor fundamentale se prezintă ca o ideologie unitară, din perspectiva interpretării și operaționalizării acestor principii apar diferențe consistente între diversele abordări liberale. Jan Aarte Scholte consideră că intensificarea relațiilor transnaționale generează și susține modificări atât la nivelul epistemologiei, cât și al ontologiei. În acest context trebuie subliniat faptul că globalizarea implică interrelaționarea forțelor structurale ale cunoașterii raționale și ale producției de tip capitalist cu inițiativele actorilor implicați în susținerea procesului de globalizare, care se manifestă în forma inovației tehnologice și a măsurilor de dereglementare⁴.

Dacă din perspectivă epistemologică „relațiile globale, reproduc cunoașterea rațională, trebuie menționat că globalizarea reprezintă un accelerator al raționalismului reflexiv”. Din prisma ontologiei, trebuie să iterăm faptul că „globalizarea alterează noțiunea de spațiu și, de asemenea, modifică și redefiniște calitățile temporale”⁵. Prin urmare, globalizarea ipostaziată sub forma *noii economii*⁶ implică o filozofie specifică, o fundamentare principial-teoretică proprie: spațiul se contractă, iar timpul devine creator. Această nouă ontologie permite manifestarea *alertei antreprenoriale* înțelesă ca „forță care susține piața, precum și ca forță care susține producția”⁷.

Antreprenoriatul, abordarea pieței din perspectiva *descoperirii antreprenoriale* este o caracteristică fundamentală a Școlii Austriece. Deși, în 1911, Joseph Schumpeter, în lucrarea *The Theory of Economic Development*, a fost primul exponent al Școlii mai sus menționate, care a utilizat cadrul economic pentru a defini rolul fundamental care revine antreprenorului, totuși, adevărata origine a acestei abordări trebuie identificată în concepțiile filosofico-economice ale lui Ludwig von Mises și Friedrich A. Hayek.⁸ Astfel, „de la Mises am învățat că piața este un proces

² Idem, p. 34

³ Gamble, Andrew, „Neo-liberalism”, in *Capital and Class*, Issue 75, Autumn 2001, p. 127

⁴ Scholte, Jan Aart, op. cit., p. 89

⁵ Idem, p. 202

⁶ Cercetătorii care s-au ocupat de analiza proceselor de transformare economică și socială care caracterizează economiile avansate (dezvoltate) au propus o multitudine de „etichete” (uneori: identice conceptual) pentru a defini aceste transformări: *economie a informației*, *knowledge – based economy*, *the learning economy*, *economie digitală*, *economie internet*, *economie virtuală*, *e-economie*, și bineînțeles *noua economie*.

⁷ Mises, Ludwig von, *Human Action*, Yale University, New Haven, 1963, pp. 325-326

⁸ În tradiția Școlii Austriece, Schumpeter este cel care introduce termenul „inovații”, drept caracteristică fundamentală a antreprenorului, a mediului economic.

antreprenorial (*the market as antreprenorially driven process*). De la Hayek am învățat să apreciem rolul cunoașterii și al dezvoltării cunoașterii prin interacțiunea pieței (*market interaction*), pentru echilibrarea procesului.”⁹ Concepția lui Mises despre piață ca proces antreprenorial devine aspectul esențial pentru descrierea și înțelegerea interacțiunilor economice: „Forța care susține procesul economic nu este dată nici de consumatori, nici de proprietarii (deținătorii) de mijloace de producție – pământ, capital, muncă – ci de antreprenorii care acționează și speculează... Speculația care generează profit este forța care susține piața precum și forța care susține producția.”¹⁰ Pe de altă parte, Israel M. Kirzner, atunci când se referă la rolul pieței, face referire la Hayek, pentru a evidenția importanța acesteia în difuzia informației, și astfel explică funcția antreprenorială: „concepția de pionierat a lui Hayek asupra procesului pieței ca fiind unul de diseminare a informației și de descoperire ne oferă viziunea generală (linia directoare) pentru perspectiva antreprenorială asupra proceselor pieței.”¹¹

Mises, în termeni funcționali, definește antreprenoriatul ca fiind totalitatea, ansamblul acțiunilor umane desfășurate în cadrul economiei de piață, pentru că, tocmai aceste activități ale antreprenorului vor face posibilă starea *evenly rotating economy* în condițiile în care nu apar noi schimbări. Dar în același timp trebuie evidențiat faptul că „în construcția imaginară a *evenly rotating economy* nu mai este loc pentru activitatea antreprenorială.”¹² De aceea, pentru Mises important este procesul pieței, ca realitate contrastantă (și astfel interpretabilă, cuantificabilă) cu constructul imaginar al *evenly rotating economy*¹³. Rolul economiei nu poate fi identificat cu „descrierea matematică” a stărilor de echilibru, ci dimpotrivă, problema care trebuie soluționată este reprezentată de analiza procesului pieței.

Friedrich A. Hayek insistă asupra rolului cunoașterii, asupra modificării și dezvoltării cunoașterii în decursul participării la procesul pieței. Iar dacă „dorim să spunem că, în anumite condiții, indivizii tind către o stare de echilibru, trebuie să explicăm prin ce proces dobândesc cunoașterea necesară (pentru atingerea unei astfel de stări).”¹⁴ Pentru Hayek, procesul de echilibru al pieței

⁹ Kirzner, Israel M., *The Driving Force of the Market. Essays in Austrian Economics*, Routledge, London, 2000, p. 22

¹⁰ Mises, Ludwig von, op. cit., pp. 325-326

¹¹ Kirzner, Israel M., „Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur”, in *Review of Austrian Economics*, 11, 1999, pp. 5–17.

¹² Mises, Ludwig von, op. cit., p. 253

¹³ În viziunea lui Mises conceptul de echilibru devine posibil doar sub forma a ceea ce el numește *evenly rotating economy*, înțelegând prin aceasta, eliminarea schimbării și a incertitudinii prețurilor; Mises va preciza că o astfel de economie nu poate fi specifică lumii reale, ci folosind acest instrument, acest construct mental putem analiza implicațiile schimbării, din moment ce le putem confrunta cu o stare fictivă în care schimbarea e absentă – „această imagine este un instrument pentru rațiunea (gândirea) noastră.”

¹⁴ Hayek, Friedrich A., *Individualism and Economic Order*, Routledge and Kegan Paul, London, 1952, p. 46

este, prin urmare, procesul prin care participanții (la relațiile economice) ajung să dețină o cunoaștere mutuală cât mai adecvată despre planurile și acțiunile celorlalți.

Acțiunea umană, înțeleasă în termenii specifici ai acțiunilor speculative, imaginative ale antreprenorului care descoperă oportunitățile pentru a profita de condițiile dezechilibrului, la care se adaugă componenta epistemologică, din perspectiva căreia în urma interacțiunilor pe piață, cunoașterea este mereu îmbogățită și rearanjată determină înlocuirea conceptului neoclasic de *echilibru competitiv* cu cel dinamic, de *competiție*. *Competiția catalactică* trebuie înțeleasă în sensul în care „pe piață orice comodate intră în competiție cu toate celelalte comodată”¹⁵; competiția „se manifestă prin faptul că vânzătorul trebuie să fie superior celorlalți, operând bunuri și servicii mai bune și mai ieftine, iar cumpărătorul trebuie să fie superior celorlalți (cumpărători), oferind prețuri mai mari.”¹⁶ Așadar, noțiunea centrală care marchează trecerea de la *competitivitate* la *competiție* este cea de *rivalitate dinamică*. În critica pe care Hayek o aduce modelului competitiv, va spune că „în starea de *echilibru competitiv* se presupune că datele disponibile pentru diferiți indivizi sunt în întregime ajustabile, pe când problema care necesită explicații este legată de natura procesului prin care aceste date sunt astfel ajustate.”¹⁷ În aceste condiții competiția nu poate fi percepută și analizată decât ca un proces dinamic, „un proces esențial pentru formarea opiniei (opiniilor)[...] Competiția creează păreri indivizilor despre ceea ce este cel mai bun și cel mai ieftin, și datorită ei, devin conștienți de posibilitățile și oportunitățile lor. Este un proces care implică o continuă schimbare în structura datelor, iar această semnificație va fi complet eludată de orice teorie care tratează datele ca fiind constante.”¹⁸

Așadar, definind piața din perspectiva competiției, atât Mises cât și Hayek, nu sunt interesați în primul rând de rezultatele și scopurile procesului pieței, ci de procesul în sine, de ceea ce reprezintă piața, competiția ca *procedură de descoperire* a cunoașterii inaccesibile indivizilor particulari. Descoperirea antreprenorială ca teorie a procesului pieței poate fi astfel reconstruită pe trei noțiuni interrelaționate: rolul antreprenorial (antreprenorului), rolul descoperirii și competiția (rivalrous competition).¹⁹

În ceea ce privește primul aspect, teoria standard neoclasică a echilibrului exclude noțiunea de antreprenor, din moment ce piața este în întregul ei echilibrată, iar profitul antreprenorial nu poate rezulta decât din perpetua ajustare a input-urilor și output-urilor pieței; însă în concepția dinamică asupra procesului pieței impusă de Școala Austriacă antreprenorul este agentul

¹⁵ Mises, Ludwig von, op. cit., p. 278

¹⁶ Idem, p. 274

¹⁷ Hayek, Friedrich A., op. cit., p. 94

¹⁸ Idem, p. 106

¹⁹ Kirzner, Israel M., *The Driving Force of the Market. Essays in Austrian Economics*, pp. 15-20

esențial.

Pentru Mises, termenul antreprenor este definiția dată individului care „acționează în conformitate cu modificările datelor pieței”²⁰; antreprenoriatul este acțiunea umană „înțeleasă din perspectiva incertitudinii inerente oricărei acțiuni.”²¹ Or, tocmai această înțelegere a acțiunii umane, propusă de Mises, implică existența „unui cadru *open-ended* în interiorul căruia toate deciziile sunt marcate în mod esențial de caracterul speculativ al noțiunii de antreprenorat” iar, eliberarea microeconomiei din teoria îngustă a echilibrului general, permite „recunoașterea elementului speculativ prezent în decizia individuală și încorporarea activității omului de afaceri din lumea reală în cadrul teoretic care oferă înțelegerea procesului pieței.”²² Antreprenorul este cel care încearcă să profite de dezechilibrele pieței (ex. alocarea inadecvată a resurselor) pentru a-și maximiza profitul. Într-o lume incertă și imposibil de previzionat (*lumea reală*) procesul antreprenorial nu poate garanta atingerea stării de echilibru, însă urmărirea profitului este singurul mod care tinde să orienteze piața către ceea ce poate fi numit – *direcție care echilibrează (equilibrative direction)*. Această strategie devine posibilă doar în măsura în care există posibilitatea evitării erorilor antreprenoriale anterioare, doar în măsura în care este reală „tendința erorilor antreprenoriale de a fi înlocuite de corecții antreprenoriale aducătoare de profit.”²³

Rolul esențial pentru transmiterea cunoașterii tacite, care rezultă din experiențele anterioare de tipul *trial and error*, revine pieței (instituțiilor în general) ca procedură de descoperire și de transmitere a cunoașterii.

Friedrich A. Hayek este cel care interpretează procesul de echilibrare a pieței (*tendința spre echilibru* a acesteia) ca un proces de descoperire mutuală (tacită); procesul pieței devine un mijloc de transmitere a cunoașterii și astfel indivizii pot descoperi informații utile despre planurile celorlalți participanți (acesta este și modul în care este posibilă coordonarea spontană). Spre deosebire de concepția echilibrului clasic, conform căreia o acțiune este decisă matematic, deoarece modificarea ei nu poate fi decât exogenă și prin urmare păstrarea cadrului acțiunii înseamnă posibilitatea multiplicării infinite a acesteia, lumea reală (procesul pieței) permite modificarea endogenă a planurilor ca efect al descoperirii antreprenoriale. Cu alte cuvinte, această abordare „postulează că tendința spre oportunitățile profitului va fi descoperită în rezistența la rutină a participanților antreprenoriali la procesul pieței.”²⁴ Însă descoperirea pe care o favorizează piața nu se confundă cu căutarea sistematică a unei informații; altfel spus, descoperirea permite transmiterea cunoașterii tacite și nu a celei teoretice, științifice. „Când cineva devine conștient de ceea ce cineva a omis anterior, acela

²⁰ Mises, Ludwig von, op. cit., p. 255

²¹ Idem, p.254.

²² Kirzner, Israel M., *The Driving Force of the Market. Essays in Austrian Economics*, p. 15

²³ Idem, p. 17

²⁴ Idem, p. 17

nu produce cunoașterea în sens deliberat. Ceea ce putem spune este că cineva a descoperit ignoranța anterioară (în întregime necunoscută) a altcuiva. Ceea ce distinge descoperirea (relevantă pentru oportunitățile de a realiza profit încă necunoscute) de căutarea de succes (relevantă pentru producerea deliberată de informație pentru care cineva o deține iar altuia îi lipsește) este că prima (spre deosebire de cea din urmă) implică faptul că, surpriza care acompaniază realizarea a ceea ce cineva a omis este disponibilă imediat («Era chiar sub nasul meu!»). Această trăsătură a descoperirii caracterizează procesul antreprenorial al echilibrării pieței.”²⁵

Deci, rolul descoperirii, ca element constitutiv al procesului pieței, se rezumă la capacitatea participanților (antreprenorilor) de a detecta și elimina erorile anterioare.

Vectorul care impulsionează derularea procesului de piață este antreprenorul, îndrăzneala și imaginația antreprenorială – „ceea ce constituie acest proces este seria descoperirilor generate de îndrăzneala și alerta (*alertness*) antreprenorială.”²⁶ Dinamica pieței rezidă tocmai în „înfruntarea” antreprenorilor, înțelegând ca proces de rivalitate, fiecare antreprenor încercând să fie superior celorlalți prin bunurile pe care le oferă consumatorilor; competiția devine condiție necesară pentru realizarea scopurilor antreprenoriale (profit), dar în același timp este instanța care favorizează descoperirea. Piața, competiția ca *procedură de descoperire* (Friedrich A. Hayek) și *acțiunea umană* (Ludwig von Mises) sunt două denumiri echivalente ale unui proces binar: pe de o parte surprind potențialul de descoperire al competiției iar, pe de altă parte, caracterul antreprenorial al competiției. „Procesul competitiv este unul antreprenorial prin faptul că depinde în mod esențial de impulsurile (*incentives*) oferite de posibilitatea profitului antreprenorial pur. Din această perspectivă profitul apare, în primul rând, nu ca o dovadă a erorii antreprenoriale, ci ca impulsul de a diminua incidența erorii antreprenoriale.”²⁷

Descoperirea antreprenorială și lumea reală (subiectivismul) sunt aspecte esențiale care oferă cadrul teoretic pentru înțelegerea procesului pieței ca tendință sistematică spre echilibru; piața capătă forma conturată de succedarea episoadelor, secvențelor de descoperire și învățare mutuală.

Școala Austriacă oferă unul dintre cele mai coerente și sugestive constructe teoretice privitoare la concepția asupra antreprenoriatului; prin intermediul subiectivismului (radical), al individualismului metodologic și al scopului acțiunii umane ne sunt oferite instrumentele necesare înțelegerii funcției antreprenorului în procesul pieței.

²⁵ Idem, p. 18

²⁶ Idem, p. 19

²⁷ Idem, p. 21