



2

Cunoaștere și funcție antreprenorială

În acest capitol vom analiza conceptul și caracteristicile funcției antreprenoriale. Antreprenoriatul deține o importanță capitală pentru Școala Austriacă și reprezintă pivotul în jurul căruia se derulează analiza economică a membrilor săi. De aici provine necesitatea imperioasă de a explica în ce constă esența antreprenoriatului și rolul economic îndeplinit de întreprinzători când acționează pe piață. Doar în acest fel va fi posibil să înțelegem atât tendința coordonatoare existentă în procesele dinamice ale pieței cât și evoluția istorică a gândirii economice a Școlii, analizată detaliat, în capitolele următoare.

2.1 Definiția funcției antreprenoriale

Din punctul de vedere al austriecilor, în sens general și larg, funcția antreprenorială coincide cu acțiunea umană însăși. Din această perspectivă, putem afirma că exercită o funcție antreprenorială orice persoană care acționează pentru a modifica prezentul și a-și atinge obiectivele în viitor. Deși, la prima vedere, o asemenea definiție ar putea să pară prea largă

și să nu coincidă cu obiceiurile lingvistice actuale, trebuie să ținem seama că ea este pe deplin conformă cu semnificația etimologică originară a termenului *întreprindere*. Într-adevăr, atât expresia spaniolă *întreprindere* cât și accepțiunile franceză și engleză *entrepreneur* provin etimologic din verbul latin *in prehendo-endi-ensum*, care semnifică *a descoperi, a vede, a observa, a-și da seama, a obține*; expresia latină *in prehensa* implică ideea de acțiune, semnificând *a lua, a obține*. Pe scurt, *întreprindere* este sinonim cu *acțiune*, așa cum în Franța, termenul de *entrepreneur* se utiliza de mult timp, în Evul Mediu Târziu, pentru a desemna personale însărcinate de a efectua acțiuni importante, în general relaționate cu războiul, sau de a duce la bun sfârșit marile proiecte de construcție a catedralelor. În limba spaniolă, una dintre semnificațiile termenului *întreprindere*, în conformitate cu Dicționarul Academiei Regale Spaniole, este aceea de "acțiune anevoioasă și dificilă inițiată cu mult curaj". Termenul a început să fie utilizat în Evul Mediu pentru de denumi însemnele ordinelor cavaleriești ce indicau angajamentul, sub jurământ, de a realiza o anumită *acțiune* importantă. Cu toate acestea, sensul de *întreprindere* ca acțiune este necesarmente și inexorabil legat de o atitudine *întreprinzătoare*, ce constă tocmai în a încerca neîntrerupt, a căuta, a descoperi, a crea sau a-ți da seama de noi obiective și mijloace (toate în consonanță cu semnificația etimologică deja dezvăluită de *in prehendo*).

Funcția antreprenorială, în sens strict, constă, înainte de orice, în a descoperi și aprecia (*prehendo*) oportunitățile de a atinge un țel sau de a obține un câștig sau beneficiu, prezente în jur, și, în consencință, acțiune pentru a le exploata. Kirzner susține că exercițiul antreprenorial implică o *perspicacitate specială (alertness)*, mai precis, o continuă stare de alertă care face posibil ca ființa umană să descopere și să-și dea seama de ceea ce ce întâmplă în jurul său. Este posibil ca I. Kirzner să utilizeze cuvântul englezesc *alertness* deoarece termenul

antreprenoriat (entrepreneurship) are origini franceze și nu induce imediat în limbile anglosaxone ideea de *prehendo* prezentă în limbile romanice continentale. În orice caz, în spaniolă calificativul *perspicace* este foarte potrivit pentru funcția antreprenorială, deoarece se aplică, conform Dicționarului Academiei Regale Spaniole, "unei priviri foarte ascuțite ce cuprinde multe". În același mod, termenul *speculator* provine etimologic din cuvântul latin *specula*, utilizat pentru a desemna niște turnuri din care gărzile puteau vedea de la distanță pe cei ce se apropiau. De aceea, aceste idei se potrivesc perfect cu activitatea prestată de antreprenor atunci când își decide acțiunile, când estimează efectul lor în viitor și când le întreprinde. A fi în alertă, deși pare acceptabilă ca trăsătură a antreprenoriatului pentru a induce ideea de atenție și vigilență, pare, în orice caz, că este o expresie mai puțin adecvată decât cea sugerată de calificativul "perspicace", poate din cauză că implică clar o abordare mult mai statică.

2.2 Informație, cunoaștere și antreprenoriat

Funcția antreprenorială din abordarea austriacă nu poate fi înțeleasă în profunzime fără a sesiza modul în care antreprenoriatul modifică sau afectează informația sau cunoașterea posedată de actor. Pe de o parte, crearea, perceperea sau sesizarea de noi scopuri și mijloace presupune o modificarea a cunoașterii actorului, în sensul de a descoperi o informație nouă, nedeținută anterior. Pe de altă parte, această descoperire modifică întreaga hartă sau contextul de informație și cunoaștere posedat de subiectul în acțiune. De aceea, trebuie pusă o problemă fundamentală: Ce caracteristici au informația sau cunoștințele relevante pentru exercitarea funcției antreprenoriale? În cele ce urmează, se vor studia în detaliu cele șase caracteristici de bază ale cunoașterii antreprenoriale din punctul de vedere al Școlii Austriece: 1)

este o cunoaștere subiectivă de tip practic, non-științific; 2) este o cunoaștere *personală*; 3) se află dispersată în mințile tuturor indivizilor; 4) în cea mai mare parte a sa este o cunoaștere *tacită* și, de aceea, *non-articulabilă*; 5) este o cunoașterea ce se produce *ex nihilo*, din nimic, prin exercitarea funcției antreprenoriale, și 6) este o cunoaștere transmisibilă, în mare măsură, sub formă non-conștientă, prin sofisticatele procese sociale, al căror studiu, după autorii austrieci, constituie obiectul de studiu al Științei Economice.

2.3 Cunoaștere subiectivă și practică, non-științifică

În primul rând, cunoașterea analizată în rândurile de față, cea crucială desfășurării acțiunii umane, este, înainte de toate o cunoaștere subiectivă de tip practic și nu de natură științifică. Cunoașterea practică este cea care nu poate fi reprezentată de o manieră formală ci aceea obținută de către subiect prin intermediul practicii, adică, al acțiunii umane exercitate în contextele corespunzătoare. După cum afirmă Hayek, avem de-a face cu o informație vitală în toate tipurile de circumstanțe particulare sau coordonate subiective de timp și spațiu (Hayek, 1972: 51 și 91). Pe scurt, vorbim despre o cunoaștere asupra unor evaluări umane concrete, adică, atât asupra finalităților urmărite de actor cât și asupra cunoașterii în privința acelor obiective despre care el crede că sunt vizate de alți actori. În același timp, este vorba de o cunoaștere practică asupra mijloacelor despre care actorul crede că le are la dispoziție pentru atinge scopuri, și, în particular, asupra tuturor circumstanțelor, personale sau străine, pe care autorul le consideră că pot fi relevante în interiorul contextului fiecărei acțiuni concrete.

Distincția dintre conceptele "cunoaștere practică" și "cunoaștere științifică" o datorăm lui Michael Oakeshott (Oakeshott, 1991: 12 și 15) și reprezintă echivalentul

distincției hayekiene între ”cunoașterea dispersată” și ”cunoașterea centralizată”, celei efectuate de Michael Polanyi între ”cunoaștere tacită” și ”cunoaștere articulată” (Polanyi, 1959: 24-25) și celei stabilite de Mises între cunoașterea asupra ”evenimentelor unice” și cunoașterea asupra unei întregi ”clase de fenomene” (Mises, 1995: 130-137). Tabelul 2.1 rezumă punctele de vedere diferite ale celor patru autori asupra celor două tipuri primare de cunoaștere.

Tabel 2.1
Două tipuri distincte de cunoaștere

Autori	Tip A	Tip B
Oakeshott	Practică (tradițională)	Științifică (sau tehnică)
Hayek	Dispersată	Centralizată
Polanyi	Tacită	Articulată
Mises	A ”evenimentelor unice”	A ”claselor”

ECONOMIA
(cunoștințe de tip B asupra cunoștințe de tip A)

(Notă traducător: aici va trebui o intervenție grafică !!!!!)

Relațiile între cele două specii de cunoaștere sunt complexe. Pe de o parte, întreaga cunoaștere științifică (tip B) se sprijină pe o bază tacită non-articulabilă (tip A) iar progresele științifice și tehnice (tip B) se materializează imediat în noi cunoștințe practice (tip A), mai fecunde și mai potente. Pe de altă parte, Știința Economică ar reprezenta un ansamblu de cunoștințe de tip B (științifice) asupra proceselor de creare și transmitere a cunoașterii practice (tip A). Putem

înțelegem acum că pentru Hayek principalul risc al economiei ca știință rezidă în faptul că ea ar putea sfârși prin a admite că specialiștii săi ("cercetătorii economiei" sau "inginerii sociali") pot ajunge să posede conținutul specific al cunoștințelor practice de tip A, create și utilizate constant de către ființele umane la nivel antreprenorial; sau, mai grav, că pot ajunge să ignore complet conținutul specific al cunoașterii practice, așa cum atenționa Oakeshott, pentru care raționalismul, în varianta cea mai periculoasă, exagerată și eronată, ar consta în credința conform căreia "ceea ce s-a denumit cunoaștere practică nu reprezintă absolut deloc cunoaștere, că în sensul său cel mai propriu nu există o altă cunoaștere decât cea științifică" (Oakeshott, 1991: 15).

2.4 Cunoaștere personală (exclusivă) și dispersată

Cunoașterea practică este exclusivă și dispersată. Aceasta înseamnă că fiecare om-actor deține doar niște "atomi" sau "biți" din informația generată și transmisă global la nivel social, dar că, paradoxal, doar el o posedă, o cunoaște și interpretează de o manieră conștientă. De aceea, fiecare individ care acționează și își exercită funcția antreprenorială o face de o manieră strict personală și irepetibilă, căci el încearcă de a atinge scopuri sau obiective în conformitate cu o viziune și o cunoaștere asupra lumii doar de el posedată, în toată bogăția și varietatea sa, și care nu se poate regăsi exact în aceeași formă la nici o altă ființă umană. Din acest motiv, cunoașterea la care facem referire nu este ceva *dat*, disponibilă pentru oricine în orice mediu material de stocare a informației (cum ar putea fi, de exemplu, ziarele, revistele de specialitate, cărțile, statisticile, computerele, etc.). Dimpotrivă, cunoașterea relevantă pentru acțiunea umană este o cunoaștere net antreprenorială de tip practic și strict personală (exclusivă), care se "regăsește" *diseminată* în mințile

tuturor și fiecăruia dintre bărbații și femeile ce se comportă antreprenorial și care alcătuiesc și împing umanitatea.

2.5 Cunoașterea tacită non-articulabilă

Cunoașterea practică este, în mare parte, o cunoaștere de tip tacit non-articulabilă. Acest lucru înseamnă că actorul știe cum să efectueze anumite acțiuni (*know how*) însă nu știe care sunt elementele sau părțile componente a ceea ce face, indiferent dacă acestea sunt adevărate sau false (*know that*). De exemplu, când cineva ia lecții golf, nu învață un ansamblu de norme obiective de tip științific care să-i permită efectuarea mișcărilor necesare ca rezultat al aplicării unei serii de formule de fizică matematică; procesul de învățare constă, mai degrabă, în achiziția unor obiceiuri practice de conduită. Inspirați de Polanyi, putem adăuga exemplul celui care se străduiește să urce bicicletă și să își mențină echilibrul mișcând ghidonul atunci când simte că se prăbușește și producând astfel o forță centrifugă ce tinde să mențină bicicleta în echilibru, și toate acestea fără ca vreun biciclist să cunoască principiile fizice pe fundamentul cărora și-a dezvoltat *abilitatea* și fără să fie conștient de ele. În schimb, biciclistul își folosește "simțul echilibrului" care îi indică modul în care trebuie să se comporte în orice moment pentru a nu cădea. Polanyi ajunge chiar să afirme că *principiul dominant al întregii cunoașteri* îl reprezintă cunoașterea tacită (Polanyi, 1959: 24-25). Inclusiv cunoașterea cu cel mai înalt grad de formalizare și științifică este întotdeauna rezultatul unei intuiții sau unui act de creație, care nu reprezintă nimic altceva decât manifestări ale cunoașterii tacite; aceasta, pe lângă faptul că noua cunoaștere formalizată pe care o putem obține grație formulelor, cărților, graficelor, hărților este importantă mai ales deoarece ea ajută să reorganizăm întregul nostru context de informație antreprenorială plecând de la puncte de

vedere diferite, din ce în ce mai bogate și mai fecunde, ceea ce deschide noi posibilități pentru exersarea intuiției creative. Imposibilitatea de a articula cunoașterea practică nu se manifestă doar "static", în sensul că orice afirmație aparent articulată doar induce informație în măsura în care este interpretată grație unui ansamblu de credințe și cunoștințe anterioare non-articulabile, ci și "dinamic", deoarece procesul mental folosit pentru a conduce la finalitate orice intenție de articulare formalizată este, esențialmente, tacită și non-articulabilă.

Un alt tip de cunoaștere non-exprimabilă și care joacă un rol fundamental în dezvoltarea societății îl reprezintă ansamblul de obiceiuri, tradiții, instituții și norme juridice și morale care alcătuiesc dreptul, făcând posibilă existența societății; noi, oamenii, învățăm să ne supunem lor fără a fi capabili de a teoretiza și articula în detaliu rolul precis îndeplinit de aceste norme și instituții în diferitele situații și procese sociale în care intervin. Același lucru se poate spune în legătură cu *limbajul* și, spre exemplu, contabilitatea financiară și a costurilor, folosită de întreprinzător pentru a face calculul economic care îi ghidează acțiunea; aceasta nu reprezintă decât un set de cunoștințe sau tehnici practice care, utilizat într-un anumit context al economiei de piață, servește ca ghid de acțiune generalizată a întreprinzătorilor pentru a-i ajuta să își atingă obiectivele, dar fără ca cei mai mulți dintre ei să fie capabili de a formula o teorie științifică a contabilității sau să explice cum ea poate facilita coordonarea care face posibilă viața economică și socială. Prin urmare, putem conchide că exercițiul funcției antreprenoriale, din perspectiva Școlii Austriece (capacitatea nativă pentru descoperire și sesizare a oportunităților de câștig adoptând un comportament conștient pentru a profita), rezidă într-o cunoaștere de tip fundamentalmente tacit non articulabil.

2.6 Caracterul esențialmente creativ al funcției antreprenoriale

Funcția antreprenorială nu necesită nici un instrument pentru a se manifesta. Cu alte cuvinte, antreprenoriatul nu presupune vreun cost și, de aceea, este esențialmente creativ. Acest caracter creativ al funcției antreprenoriale se concretizează prin faptul că dă naștere beneficiilor care, într-un anume sens, apar din neant și, deci, pot fi denumite *beneficii antreprenoriale pure*. Obținerea beneficiilor antreprenoriale pure nu impune existența prealabilă a unui mijloc (instrument) anume, ci doar o bună exercitare a funcției antreprenoriale.

Însă, lucrul ce merită a fi subliniat este acela că, în consecință, orice act antreprenorial produce trei rezultate de importanță extraordinară. Pe de o parte, funcția antreprenorială creează o informație nouă, altminteri inexistentă. În al doilea rând, această informație se propagă pe piață. În al treilea rând, ca o consecință a actului antreprenorial, fiecare agent economic implicat *învață* a acționa în raport de necesitățile celorlalți. Aceste consecințe ale antreprenoriatului, atât de analitic elaborate de Școala Austriacă, sunt atât de importante încât merita a fi studiate cu mai multă atenție.

2.7 Crearea informației

Orice act antreprenorial implică producerea *ex nihilo* a unei noi informații sau cunoașteri. Această creare se produce în mintea persoanei care exercită funcția antreprenorială. Pur și simplu, când o persoană "C" realizează că există o posibilitate de câștig, în mintea sa se creează o informație inexistentă până în acel moment. Însă, din momentul în care "C" întreprinde

acțiunea și se pune în contact, spre exemplu, cu "A" și "B", cumpărând ieftin de la "B" un bun deținut în exces și vânzându-l mai scump lui "A", care are nevoie de el urgent, se produce o informație nouă atât în mintea lui "A" cât și în cea a lui "B". Astfel că, "A", spre exemplu, își dă seama că acest bun, care-i lipsea și de care avea atât de mare nevoie pentru a își atinge scopurile, este disponibil în alte zone ale pieței în cantități relativ abundente, prin comparație cu ceea ce se credea, și că, de aceea, poate pune în practică acțiunea pe care, până atunci, nu o declanșa din lipsa aceluia bun. Pe de altă parte, "B" își dă seama că acest bun, pe care îl deținea în cantități relativ ridicate și căruia nu îi atașa o valoare prea ridicată, este foarte apreciat și căutat de către alte persoane și, deci, trebuie să îl conserve și să îl păstreze deoarece l-ar putea vinde la un preț acceptabil.

2.8 Transmiterea informației

Crearea antreprenorială a informației implică transmiterea sa simultană pe piață. De fapt, a transmite cuiva ceva înseamnă a proceda astfel încât acea persoană să genereze sau să creeze în spiritul său o parte a informației care fusese prealabil creată sau descoperită de către alte ființe umane.

În exemplul anterior, lui "B" nu i s-a transmis doar ideea că bunul este important și nu trebuie irosit iar lui "A" doar ideea că poate continua efortul de îndeplinire a scopurilor propuse (neinițiat, până atunci, din lipsa respectivului bun), ci și prețurile de piață ale acestuia, care reprezintă un sistem de transmisie foarte puternic deoarece el propagă informație multă la costuri scăzute, comunică prin valuri succesive, întregii piețe, mesajul că bunul în cauză trebuie păstrat și chibzuit deoarece este cerut; și, concomitent, că toți cei care nu întreprind acțiunea presupunând că

respectivul bun nu există, îl pot obține și continua propriile planuri de acțiune. Logic, informația relevantă este veșnic subiectivă și nu există în exteriorul persoanelor capabile să o interpreteze sau să o descopere, în sensul că cele care vor crea, percepe și propaga informația vor fi întotdeauna ființele umane. Ideea eronată conform căreia informația este un lucru obiectiv se datorează, în parte, faptului că informația subiectivă creată de către antreprenori se concretizează "obiectiv" în semnale (prețuri, instituții, norme, "semnături" etc.) ce pot fi descoperite și interpretate subiectiv de către mai persoane în contextul acțiunilor lor particulare, ceea ce facilitează producerea de noi informații subiective mai bogate și mai complexe. Totuși, în ciuda aparențelor, transmiterea informației sociale este esențialmente tacită și subiectivă, adică nici exprimată, nici explicită, și, în același, timp, foarte condensată, deoarece ea nu face decât să se propage și să capteze subiectiv un acel minimum necesar pentru a coordona procesul social; acest lucru permite, pe de altă parte, exploatarea mai bună a capacității limitate de minții umane de a crea, decoperi și transmite constant o nouă informație de tip antreprenorial.

2.9 Efectul de învățare (learning effect): coordonare și adaptare

Finalmente, trebuie analizat modul în care agenții sociali învață să acționeze inter-relaționat. Astfel, spre exemplificare, "B", ca o consecință a acțiunii antreprenoriale declanșate inițial de către "C", sfârșește prin a nu risipi bunul deținut, ci, supunându-se propriului interes, îl ocrotește și îl conservă. La rândul său, "A", dispunând de respectiva resursă, își poate atinge obiectivul și întreprinde o acțiune nerealizată până atunci. Prin urmare, și unul, și altul învață să acționeze de o *manieră coordonată*, adică să își modifice și să își

disciplineze comportamentul în raport de necesitățile reciproce. Mai mult, ei învață în cel mai bun mod cu putință: *fără a realiza că învață și motu proprio*, adică voluntar și în contextul unui plan în care fiecare își urmărește finalitățile și interesele. Acest proces, pe cât de uimitor pe atât de simplu, este cel care face posibilă viața în societate. În fine, trebuie să remarcăm că exercitarea funcției antreprenoriale de către "C" permite nu doar o acțiune coordonată între "A" și "B" inexistentă inițial dar că, pe deasupra, aceștia efectuează un *calcul economic* în contextul propriilor lor acțiuni, cu niște date nedisponibile inițial și care le permit să își atingă obiectivele cu mai multe șanse de succes. Pe scurt, calculul economic, înțeles ca o judecată estimativă al valorii diferitelor posibilități sau cursuri ale acțiunii, se poate realiza efectiv grație informației generate în procesul antreprenorial. Altfel spus, fără exercitarea liberă a funcției antreprenoriale într-o economie de piață, nu poate fi creată informația necesară astfel încât orice actor să fie în stare să calculeze sau să estimeze corect valoarea fiecărui curs alternativ al acțiunii; adică, fără întreprinzător, calculul economic nu se poate realiza. Aceasta este una dintre cele mai importante concluzii ale analizei economice a Școlii Austriece și ea se află la baza teoremei imposibilității calculului economic socialist, așa cum au sesizat Mises și Hayek, și asupra căreia vom reveni în capitolele următoare.

Observațiile anterioare constituie, în același timp, cele mai importante și elementare învățăminte ale științelor sociale și ne ajută să concluzionăm că funcția antreprenorială este, fără nici o urmă de îndoială, funcție socială prin excelență, dat fiind faptul că face posibilă viața în societate prin ajustarea și coordonarea comportamentului individual al membrilor săi. În absența funcției antreprenoriale, existența vieții în societate devine de neconceput.

2.10 Principiul esențial

Ceea ce contează cu adevărat, din punctul de vedere al Școlii Austriece, nu este cel ce exercită concret funcția antreprenorială (deși acest fapt este cel mai important în practică), ci faptul ca, în absența restricțiilor instituționale sau legale asupra exercitării libere a acesteia, fiecare individ să-și poată utiliza cât mai bine posibil zestrea antreprenorială producând informație nouă și să profite de informația practică de tip particular pe care a reușit să o descopere în fiecare moment. De aceea, nu este o coincidență faptul că teoreticienii Școlii Austriece sunt, în domeniul politic, de regulă și în mare majoritate, filosofi liberali profund angajați în apărarea unei economii de piață fără interferențe.

Psihologul, nu economistul, trebuie să studieze analitic originea forței înnăscute a omului care îl așează, din punct de vedere antreprenorial, în toate sferile acțiunii sale. Aici și acum, nu ne interesează, însă, decât să evidențiem principiul conform căruia *ființa umană tinde să descopere informația care o interesează, astfel încât, dacă există libertatea de a își atinge obiectivele și a își satisface interesele, acestea din urmă să aibă rol de stimulente și să permită ca cel ce exercită funcția antreprenorială motivată prin aceste imbolduri să perceapă și să descopere fără încetare informația practică relevantă necesară îndeplinirii scopurilor urmărite*. Dimpotrivă, dacă din orice motiv, se restrânge sau se închide domeniul de manifestare a întreprinzătorului într-un anumit sector al vieții sociale (prin restricții de tip legal, instituțional, tradițional sau prin măsuri intervenționiste de stat în domeniul economic), oamenilor nu li se va mai oferi posibilitatea de a își atinge finalitățile în sfere interzise sau restricționate, astfel încât, fiind imposibil de realizat, obiectivul nu va mai acționa ca factor motivator și, în consecință, informația practică necesară îndeplinirii sale nu va mai fi nici percepută, nici descoperită.

Pe desupra, persoanele afectate nu vor fi conștiente, în aceste circumstanțe, de valoarea enormă și de numărul imens de obiective ce încetează a mai fi accesibile prin impunerea restricțiilor instituționale (intervenționism și socialism).

În sfârșit, trebuie să ținem cont că fiecare om-actor posedă niște *atomi* de informație practică pe care tinde să o descopere și să o utilizeze pentru atingerea unui țel, informație pe care, în ciuda importanței sale sociale, doar el o posedă, adică, doar el o cunoaște și interpretează într-un mod conștient. Știm deja că nu facem referire la informația întâlnită articulat în reviste specializate, cărți, ziare, computere, statistici, etc. Singura informație sau cunoaștere relevantă la nivel social este cea deținută sau știută de o manieră conștientă, deși în majoritatea cazurilor doar tacit, în orice moment istoric. Apoi, de fiecare dată când își exercită funcția antreprenorială, omul acționează într-un mod caracteristic, specific, adică, *personal și irepetabil*, care își găsește sorgintea în intenția de a atinge anumite scopuri sau într-o viziune asupra lumii ce acționează ca stimulente și pe care doar el le posedă în diversele lor particularități și circumstanțe. *Acest lucru permite fiecărei ființe umane să obțină cunoștințe sau informații descoperite doar în funcție de obiectivele și circumstanțele sale particulare, ireproductibile de o manieră similară la nici un alt individ.* De aici decurge enorma importanță a ignorării funcției antreprenoriale a oricărei persoane. Inclusiv persoanele cele mai umile, cele mai puțin apreciate social din perspectiva cunoașterii explicite, dețin în exclusivitate mici crâmpoie sau fascicule de cunoaștere și informație care se pot dovedi decisive în derularea evenimentelor sociale. Din acest punct de vedere, caracterul esențialmente umanist al concepției despre întreprinzător (analizat în paginile de față, și care face din economie, așa cum este ea înțeleasă și cultivată de Școala Austriacă, o știință umanistă prin excelență) pare mai mult decât evident.

2.11 Concurență și funcție antreprenorială

Termenul "concurență" provine din cuvântul latin *competitio* (coincidența a cererilor multiple asupra aceluiași lucru, căruia îi trebuie atașat un proprietar) format din *cum* (cu) și *petere* (a cere, a căuta, a ataca). Dicționarul Academiei Regale Spaniole definește competiția ca "rivalitate între doi sau mai mulți care aspiră să obțină același lucru". Competiția constă într-un *proces dinamic de rivalitate* și nu așa-numitul "model al competiției perfecte", în care numeroși ofertanți fac același lucru și vând la un preț similar, adică, în care, paradoxal, nimeni nu concurează (Huerta de Soto, 1994: 56-58).

Funcția antreprenorială este, prin natură și definiție, întotdeauna concurențială. Prin aceasta se înțelege că din moment ce un actor a descoperit o oportunitate de câștig și a exploatat-o, o astfel de ocazie tinde să dispară în sensul că nu mai poate fi nici evaluată, nici folosită de către alți actori. În același mod, dacă ocazia de câștig nu este descoperită decât parțial sau exploatată insuficient, o parte va exista latent până la descoperirea și utilizarea ei de către alți actori. De aceea, procesul social este net concurențial, în sensul că diferenții actori rivalizează mai mult sau mai puțin conștient, pentru a evalua și a profita, înaintea celorlalți, de ocaziile de a obține profit. Orice act antreprenorial descoperă, coordonează și elimină discordanțele sociale și determină ca acestea, odată descoperite și îndreptate, să nu mai poată fi percepute și eliminate de nici un alt întreprinzător. Am putea crede eronat că procesele sociale declanșate de întreprinzător ar putea, prin propria dinamică, să se oprească sau să dispară, din momentul în care forța antreprenorială ar descoperi și exploata toate posibilitățile de ajustare socială existentă. Totuși, procesul antreprenorial de coordonare socială nu încetează și nu se epuizează niciodată deoarece actul antreprenorial elementar rezidă, dincolo de toate, în crearea și transmiterea unei

informații noi care trebuie să modifice obligatoriu percepția generală asupra obiectivelor și mijloacelor tuturor întreprinzătorilor implicați. Aceasta, la rândul său, dă naștere apariției nelimitate a noilor discordanțe ce produc noi oportunități de câștig antreprenorial, și așa mai departe, întreținând un proces dinamic interminabil prin care civilizația avansează. Cu alte cuvinte, funcția antreprenorială nu doar face posibilă viața socială ordonând comportamentele discordante ale membrilor săi, dar favorizează, concomitent, dezvoltarea civilizației generând neconținut obiective noi și cunoștințe răspândite în interiorul societății în valuri succesive; în plus, un fapt la fel de important, *ea permite ca această dezvoltare să fie, simultan, cât mai adaptată și mai armonioasă cu puțință în fiecare circumstanță istorică*, deoarece discordanțele ivite constant pe măsura înaintării civilizației și apariției unei noi informații antreprenoriale tind, la rândul lor, să fie descoperite și eliminate prin însăși forța acțiunii umane. Adică, funcția antreprenorială constituie forța ce conferă coeziune societății și face posibilă dezvoltarea sa armonioasă, dat fiind că discordanțele apărute inevitabil în procesul de dezvoltare tind să fie coordonate tot de către ea.

Procesul antreprenorial produce, deci, o specie de *bing bang* social perpetuu ce permite creșterea nelimitată a cunoașterii. Astfel, după cum s-a arătat deja, Școala Austriacă oferă ca alternativă a modelului de echilibru general sau parțial al neoclasticilor o paradigmă fondată pe "procesul dinamic general" sau, dacă pare preferabil, "*bing bang- ul social*", în continuă expansiune și cu tendință spre coordonare. Savanții au ajuns chiar să demonstreze că limita maximei expansiuni pe Pământ este de 10^{64} biți (Barow și Tipler, 1986: 658-677) ceea ce înseamnă o sporire de peste o sută miliarde de ori a limitelor fizice de creștere luate în considerare până acum. Aceiași autori au demonstrat matematic că civilizația umană își poate extinde *fără limite* cunoașterea, bogăția și

populația. Ei se sprijină pe principalele contribuții ale Școlii Austriece în general și pe cele ale lui Hayek, în particular; Barow și Tipler conchid că savanții ignoranți în materie de economie au scris numeroase stupidități asupra limitelor fizice ale creșterii economice. O analiză corectă a limitelor fizice ale creșterii nu este posibilă decât dacă se acordă importanța cuvenită contribuției lui Hayek; în conformitate cu aceasta, ceea ce un sistem economic produce nu sunt bunurile materiale ci cunoașterea imaterială (Tipler, 1988: 4-5).

2.12 Concluzie: conceptul despre societate al Școlii Austriece de economie

În concluzie, putem defini societatea ca un proces (adică, o structură dinamică) de tip *spontan*, adică, produs fără proiectarea conștientă a cuiva anume; foarte complex, deoarece este format din milioane de indivizi, cu o varietate infinită de obiective, de gusturi, de credințe și cunoștințe practice, în continuă schimbare; format din *interacțiuni umane* (care sunt esențialmente relații de schimb concretizate deseori în prețuri monetare și realizate prin utilizarea de norme, obiceiuri sau reguli de conduită), toate stimulate și prin forța funcției antreprenoriale care, fără încetare, produce, descoperă și transmite informație și cunoaștere, adaptând și coordonând de o manieră concurențială planurile contradictorii ale indivizilor și favorizându-le viața în comun, într-un număr tot mai mare, cu un grad crescând de complexitate, într-o paletă tot mai bogată de nuanțe și elemente.

Fără îndoială, obiectul Științei Economice constă în studierea unui asemenea proces social descris anterior. Astfel, economiștii austrieci consideră că scopul fundamental al economiei constă a analiza modulul în care noi obținem avantaje dintr-un volum enorm de informație practică, prin

intermediul ordinii sociale spontane, informație indisponibilă sub formă centralizată ci dispersată sau diseminată în mințile milioaneilor de indivizi. Finalitatea economiei constă în studierea acestui proces dinamic de descoperire și de transmitere a informației, stimulat prin funcția antreprenorială și care tinde a ajusta și coordona planurile oamenilor, favorizând viața lor socială. Aceasta, și nu alta, este problema economică fundamentală; de aceea, noi suntem forțați să facem o critică specială modelului de echilibru al paradigmei neoclasice dominante, care pentru Hayek nu prezintă interes științific, deoarece pleacă de la ipoteza că întreaga informație este *dată* și că, în consecință, problema esențială a fost deja rezolvată (Hayek, 1972: 51, 91).