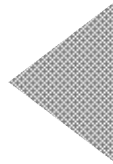


# فلسفه کارآفرینی در نظریات اقتصادی



## سیده الهه عادل رستخیز<sup>۱</sup>

(تاریخ دریافت ۹۴/۶/۲۰ - تاریخ تصویب ۹۴/۱۰/۱۵)

### چکیده

نظریات اقتصادی سهم قابل توجهی در کارآفرینی داشته و یکی از ریشه‌های تاریخی آن را شکل داده‌اند. با این وجود، مفهوم کارآفرین و عملکرد او یعنی کارآفرینی در جامعه، طیف گسترده‌ای در نظریات دارد. طبقه‌بندی‌ها و نتایج تحقیقات پیشین، کارآفرین را به عنوان کنشگر یا فعال اقتصادی، سرمایه‌دار، مدیر، مالک، آربیتراژ، مبتکر و تحمل‌کننده عدم اطمینان معرفی نموده است. گرچه پژوهش‌های پیشین با کشف بسیاری از تفاوت‌ها میان نظریات اقتصادی درک ما را بالا برده‌اند، اما تا به حال پژوهش‌های اندکی در خصوص پایه‌های فلسفی این تفاوت‌ها انجام گرفته است. هدف این مقاله، بررسی نکات مورد غفلتی است که برخی تفاوت‌های اساسی موجود در مفهوم کلیدی کارآفرین در نظریات اقتصادی را بر پایه مفروضات فلسفی‌شان تشریح می‌کند. در واقع، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که ریشه‌های فلسفی تعاریف متفاوت از کارآفرین در نظریات اقتصادی چیست؟ درک این تفاوت‌ها از آن جهت مهم است که مخاطب را در تشخیص عوامل تأثیرگذار بر سیاست‌های مداخله‌ای طراحی شده برای ترویج کارآفرینی و بنگاه‌یاری می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، فلسفه کارآفرینی، نظریات اقتصادی.

**مقدمه**

واژه کارآفرینی نخستین بار در قرن هفدهم<sup>۱</sup> توسط کانتیلون وارد نظریه‌های اقتصادی شد. وی جوهره اصلی کارآفرین را تحمل عدم قطعیت و ویژگی متمایز کارآفرینی را بازده نامعین می‌دانست (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۳). کارآفرین یکی از جذاب‌ترین و در عین حال کمیاب‌ترین شخصیت‌هایی است که موضوع تحلیل اقتصادی را تشکیل می‌دهد. تا مدت‌ها کارآفرین به عنوان رأس سلسله مراتبی که رفتار شرکت‌ها را تعیین می‌کند، شناخته می‌شد و مسئولیت سنگین حیات بنگاه‌های آزاد را بر عهده داشت. ظهور «کارآفرین» در نوشته‌های اقتصاددانان کلاسیک مکرر به چشم می‌خورد؛ هرچند ذات آن نامفهوم بوده و فاقد یک تعریف معین و عملکرد واضح می‌باشد (بامول<sup>۲</sup>، ۱۹۶۸: ۶۴). آدام اسمیت به عنوان نظریه‌پرداز اصلی مکتب کلاسیک، نقش کارآفرین در عرصه فعالیت‌های اقتصادی را بسیار جزئی می‌دانست و بر این باور بود که کارآفرین سرمایه را فراهم می‌آورد اما هرگز نقش پیشرو و هدایت‌گر ندارد. ژان باتیست سی<sup>۳</sup> و جان استوارت میل<sup>۴</sup> از دیگر نظریه‌پردازان برجسته کلاسیک نیز به ترتیب مشخصه اصلی کارآفرین را هماهنگ‌کننده و مخاطره‌پذیر معرفی کرده‌اند. از سوی دیگر، نئوکلاسیک‌ها تحت تأثیر تفکرات آلفرد مارشال نقش کارآفرین را هماهنگ‌کننده، نوآور، متحمل عدم قطعیت، کاهش‌دهنده هزینه و مسئول رشد و افول شرکت می‌دانستند (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۴). نقش کارآفرین در هر یک از مکاتب اقتصادی در جدول (۱)، خلاصه شده است.

۲-Baumol

۳-Jean-Baptiste Say

۴-Jan Stewart Mill

جدول (۱)- نقش کارآفرین از منظر مکاتب اقتصادی

منبع	نظریه پرداز(ان) اصلی	مکاتب و نظریه‌ها	نقش کارآفرین
Baumol, 1968: 64	اسمیت <sup>۱</sup>	کلاسیک	ظهور «کارآفرین» در نوشته‌های اقتصاددانان کلاسیک مکرر به چشم می‌خورد اما ذات آن نامفهوم بوده و فاقد یک تعریف معین و عملکرد واضح می‌باشد.
Grebel, Pyka, Hanusch, 2001: 5	مارشال و ورث <sup>۲</sup>	نئو کلاسیک	نقش کارآفرین را به یک عامل اقتصادی ایستا و منفعل در درون شرکت تقلیل می‌دهد.
Hebert, Link, 1988: 43	شومپتر و تانن <sup>۳</sup>	مکتب آلمان	کارآفرین به عنوان عامل توسعه اقتصادی، نوآور، تصمیم‌گیر، کسی که ترکیبات جدید در تولید ایجاد می‌کند.
Hebert, Link, 1988: 46	نایت و شولتز <sup>۴</sup>	مکتب شیکاگو	کارآفرینی عبارت است از توانایی برخورد با عدم تعادل و کارآفرین به عنوان تصمیم‌گیرنده در محیط عدم قطعیت.
Hebert, Link, 1988: 46	میسز، کرزنر <sup>۵</sup>	مکتب نوین اتریش	نقش کارآفرین عبارت است از تنظیم بازار برای رسیدن به تعادل / کارآفرین کسی است که نسبت به تغییر اطلاعات در بازار حساس است
Casson, 1998:2	کاسون	نظریه شرکت	متخصص در شناسایی فرصت‌های جدید برای هماهنگی

هر یک از مکاتب اقتصادی، از منظر مفروضات و باورهای خود به تعریف کارآفرین یا عملکرد او یعنی کارآفرینی پرداخته است. شاید این تفاوت در تعاریف، در مفروضات فلسفی متفاوت هر

۱ - Smitt

۲ - Marshall & H.Worth

۳ - Schumpeter & Thunen

۴- Knight & Schultz

۵- Mises, Kirzner

یک از مکاتب ریشه داشته باشد. اگر بخواهیم یک تعریف شفاف و نسبتاً جامع از کارآفرین ارائه دهیم، می‌توان به تعریف هبرت و لینک (۱۹۸۸) اشاره نمود: "کارآفرین عبارت است از متخصص در مسئولیت‌پذیری برای تصمیم‌گیری قضاوتی که مکان، فرم و استفاده از کالاها، منابع یا نهادها را تحت تأثیر قرار داده یا تغییر می‌دهد" (هبرت و لینک، ۱۹۸۸: ۴۷).

این یک تعریف ترکیبی است زیرا زمینه‌های تاریخی اصلی کارآفرینی از جمله: ریسک، عدم اطمینان، نوآوری، ادراک و تغییر را با هم در می‌آمیزد. این تعریف طیف وسیعی از فعالیت‌های کارآفرینانه در یک سیستم بازار را در خود می‌گنجاند از قبیل: هماهنگی، آربیتراژ، مالکیت، حدس و گمان، نوآوری و تخصیص منابع. در عین حال، انکار نمی‌کند که کارآفرینی معمولاً با دیگر اشکال فعالیت اقتصادی مخلوط می‌شود اما این مهم را نیز حفظ می‌کند که جوهره کارآفرینی به لحاظ مفهومی می‌تواند جدا شود و به طور مجزا مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد (هبرت و لینک، ۱۹۸۸: ۴۷).

قبل از بررسی کارآفرینی در نظریات اقتصادی بر پایه مفروضات فلسفی، بهتر است به این سؤال پاسخ داده شود که چرا کارآفرینی را مطالعه می‌کنیم؟ یافتن پاسخ این سؤال، یکی از دغدغه‌های ذهنی اندیشمندان این حوزه بوده و تا کنون دلایلی برای آن بیان شده است، از جمله اینکه: کارآفرینی مکانیسمی است که بوسیله آن جامعه اطلاعات فنی را به محصولات و خدمات تبدیل می‌کند؛ کارآفرینی مکانیسمی است که طی آن ناکارآمدی‌های زمانی و مکانی در اقتصاد کشف شده و کاهش می‌یابد؛ از میان منابع مختلف تغییر در جامعه سرمایه‌داری، نوآوری در محصولات و فرایندها که از کارآفرینی مشتق می‌شود، موتور اصلی و حیاتی فرایند تغییر است (شین، ونکاتارامن، ۲۰۰۰: ۲۱۹). به عقیده بامول (۱۹۶۸)، اگر علاقمند به تشریح آنچه که هاوالمو<sup>۲</sup> به عنوان «یک تفاوت بزرگ در زندگی اقتصادی» توصیف می‌کند، باشیم باید خود را برای کارآفرینی آماده کنیم. از مدت‌ها پیش، عملکرد کارآفرینانه به عنوان یک عنصر حیاتی در فرایند رشد اقتصادی شناخته شده است. عدم حضور کارآفرینی در مجموعه نظریه‌های بازار، شرکت‌ها، سازمان‌ها و تغییر، درک ما از چشم‌انداز کسب و کار را ناقص می‌کند. همان‌طور که

---

۱-Bamoul

۲-Haavelmo

بامول می‌گوید، مطالعه کسب و کار بدون درک کارآفرینی مثل خواندن شکسپیری است که در آن شاهزاده دانمارک از داستان هملت حذف شده باشد (بامول، ۱۹۸۹: ۶۶). کارآفرینی یکی از جوان‌ترین پارادایم‌های حوزه مدیریت می‌باشد که از طریق اقتباس نظریه‌ها و روش‌ها از سایر حوزه‌های علمی بوجود آمده است اما در صورتی که بخواهد در قالب یک حوزه علمی برجسته به رشد و تعالی برسد، نیازمند تدوین روش‌ها و مبانی نظری اساسی متمایز و ویژه به عنوان یک حوزه مستقل مطالعاتی می‌باشد. به همین دلیل پژوهش‌ها به بحث و توسعه نظری این حوزه توجه ویژه دارند. از این رو در حال حاضر چالش عمده صاحب‌نظران و پژوهشگران علمی حوزه کارآفرینی، تبیین قلمرو نظری این حوزه و همچنین ارائه الگوها و نظریه‌های مبتنی بر مبانی ناب الگوسازی و نظریه‌پردازی در علوم اجتماعی جهت کسب مشروعیت علمی می‌باشد (شین، ونکاتارامن، ۲۰۰۰: ۲۱۷).

یکی از ابعاد کلیدی تحقیق در علوم اجتماعی، بحث در مورد متاتئوری است. به عنوان مثال، پژوهش بورل و مورگان، نقش «فلسفه» در تحقیق را برجسته می‌کند. محققان را از پیچیدگی تحقیقات سازمانی و تأثیر پارادایم‌های تحقیق روی ساخت دانش آگاه می‌کند (بورل، مورگان، ۱۹۷۹). این پارادایم‌ها با مرور تحقیقات سازمانی بر اساس انواع مشخصی از مفروضات فلسفی ساخته شده است که در شکل (۱) نشان داده شده و شامل موارد زیر می‌باشد:

- ۱- فرضیات هستی‌شناسی: هستی‌شناسی شاخه‌ای از متافیزیک است. بخشی از فلسفه است که به بررسی ماهیت وجود می‌پردازد. بنابراین، مفروضات هستی‌شناسی بر ماهیت واقعیت تمرکز دارند. در مورد چگونگی ساخت واقعیت و نمود آن در فهم و آگاهی انسان بحث می‌کند.
- ۲- فرضیات معرفت‌شناختی: معرفت‌شناسی، شاخه‌ای از فلسفه است که مربوط به ماهیت دانش، منابع و اشکال آن می‌باشد. مفروضات معرفت‌شناسی معمولاً درباره این موضوعات بحث می‌کنند: افراد چگونه جهان پیرامون را فهم و ادراک می‌کنند، فرضیه‌سازی درباره آنچه به منزله دانش تلقی می‌شود، این که چطور ساخته شده و ارتباط برقرار می‌کند.

۳- فرضیات پیرامون ماهیت انسان: بر فرضیات مختلف درباره فعالیت و رفتار انسان تمرکز می‌کند که زمینه نظریه است. به طور کلی پیرامون یک سری مباحث در مورد رفتار انسان می‌چرخد. به عنوان مثال، مناظره بین «آزادی» و «جبر» مربوط به درجه توانایی افراد برای اقدام و عمل بر روی محیط پیرامون یا شرایط خارج از کنترلی که تعیین کننده رفتار است.

۴- فرضیات پیرامون ماهیت جامعه: فرضیاتی هستند در مورد این که جامعه چگونه کار می‌کند. بحث اصلی، روی «جامعه‌شناسی نظم» متمرکز است و فرض می‌کند که هر جامعه‌ای نسبتاً پایدار است. در مقابل، «جامعه‌شناسی تضاد» قرار دارد که فرض می‌کند تعارض‌های ساختاری عمیق در جامعه رخ می‌دهد.

### شکل (۱) - چهار پارادایم تحقیق در علوم اجتماعی

#### جامعه‌شناسی تغییر بنیادی

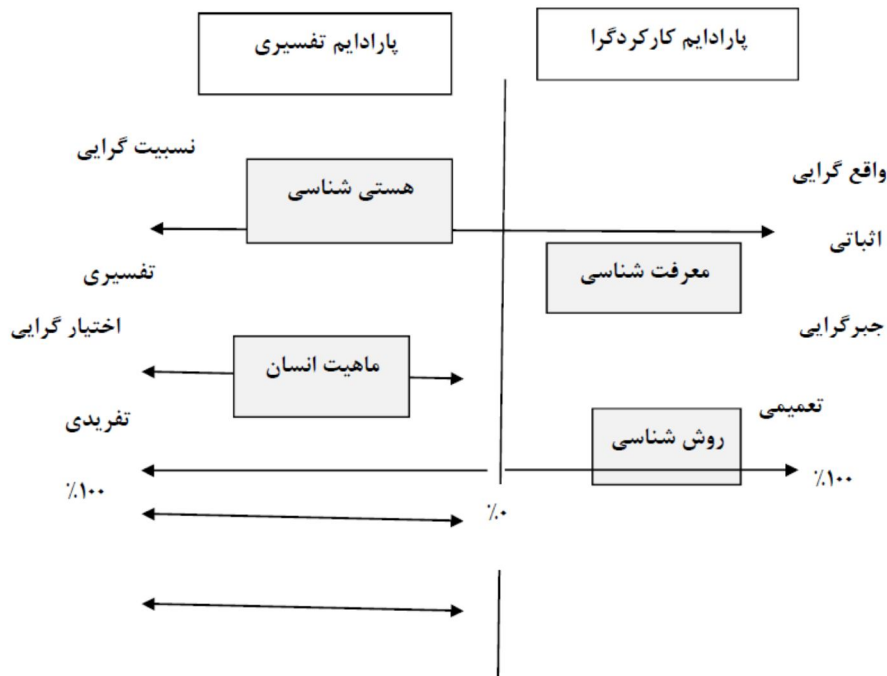
ذهنی	پارادایم ساختارگرایی بنیادی	عینی
	پارادایم انسان‌گرایی بنیادی	
	پارادایم کارکردگرا	
	پارادایم تفسیری	

#### جامعه‌شناسی نظم‌دهی

ارزیابی فلسفه‌های مذکور در مطالعات سازمانی، بورل و مورگان (۱۹۷۹) را بر آن داشت تا چنین نتیجه‌گیری کنند که مباحث فلسفی علوم اجتماعی دو بعد دارد: بعد ذهنی در مقابل بعد عینی و بعد نظم‌دهی در مقابل تغییر بنیادی. این ابعاد، دیدگاه‌های مختلف درباره علوم اجتماعی را نشان می‌دهد که منجر به ساخت پارادایم‌های چهارگانه شده است. واژه پارادایم برای توصیف انواع

مختلف علوم اجتماعی به کار می‌رود که اساساً جهت‌گیری‌های مختلف فلسفی را به نمایش می‌گذارند. از نظر بورل و مورگان، پارادایم‌ها مربوط به هم و در عین حال معجزا هستند. شکل (۲)، ماهیت دوگانه زنجیره بورل و مورگان را نشان می‌دهد (بورل، مورگان، ۱۹۷۹: ۲۲).

شکل (۲) - ماهیت دوگانه زنجیره بورل و مورگان



قبلاً دسته‌بندی‌هایی از نظریات اقتصادی در کارآفرینی بر حسب ترتیبات زمانی (هبرت، لینک<sup>۱</sup>، ۱۹۸۸؛ بینکس، وال<sup>۲</sup>، ۱۹۹۰؛ لیدال<sup>۳</sup>، ۱۹۹۲) و یا مکاتب فکری (ریکتز<sup>۴</sup>، ۱۹۸۷؛ چل و همکاران<sup>۵</sup>،

۱-Hebert & Link

۲-Binks & Vale

۳-Lydall

۴-Ricketts

۵-Chell et al.

۱۹۹۱) انجام گرفته است اما هیچ یک از این رویکردها تا به حال نتوانسته‌اند تفاوت‌های اساسی بین نظریه‌ها را بر پایه فلسفه‌شان آشکار کنند. همان طور که بارتو (۱۹۸۹) بیان می‌کند ممکن است «فلسفه» نقش مهمی در کم رنگ شدن «مفهوم کارآفرینانه» در اقتصاد داشته باشد. او حذف کارآفرین از اقتصاد نئوکلاسیک از دهه ۱۹۳۰ به بعد را با ظهور نظریه شرکت و کاربرد مفروضات آن تشریح می‌کند که از یک فلسفه مکانیکی نشأت گرفته است. با توجه به بحث بارتو، این امکان وجود دارد که مفروضات فلسفی معین بر چگونگی ادراک و فهم کارآفرینی، تأثیر اساسی داشته باشند.

مطالعه کارآفرین در اقتصاد کاملاً برجسته بوده اما در دهه ۱۹۳۰، دیگر اثری از آن دیده نمی‌شود (بارتو، ۱۹۸۹: ۱) و تنها در آثار مربوط به هزینه معامله (کاسون<sup>۱</sup>، ۱۹۸۲) و اقتصاد نئواتریشی مجدداً نمایان شده است (کرزرنر<sup>۳</sup>، ۱۹۷۳). ناپدید شدن «کارآفرین» در تحقیقات اقتصادی دو بار اتفاق افتاده است: نخست در تحقیقات اقتصاد کلان طی تفکیک نظریات اقتصاد کلان و خرد و سپس، در نظریات اقتصاد خرد به عنوان نظریه آغاز تسلط و حکمرانی شرکت‌ها. شاید فلسفه‌ای که این رویکردها بر اساس آن بنا شده‌اند پیامدهایی برای مطالعه کارآفرینی به دنبال داشته باشند (پیتاوی<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵: ۷).

کریشهف<sup>۵</sup> (۱۹۹۱)، هنگامی که درباره اصول موضوعه اقتصاد کلان بحث می‌کند، این موضوع را مطرح می‌کند که: "نظریه اقتصاد کلان، نقش اولیه رفتار فردی را حذف می‌کند. اگر این اصول موضوعه اعمال شوند، خریدار و فروشنده تصمیم‌گیر نیستند بلکه تنها برای خرید یا تولید روزانه خود از یک مجموعه قواعد پیروی می‌کنند. بنابراین، کارآفرینی نمی‌تواند وجود داشته باشد چرا که نیاز به رفتارهای قانون‌شکنانه دارد" (کریشهف، ۱۹۹۱: ۹۷). در هر دو نظریه، نظریه اقتصاد کلان و نظریه شرکت‌ها، علی‌رغم کمک بزرگی که به درک نظریه‌های اقتصادی داشته‌اند، فرسایش تدریجی رفتار هدفمند، منجر به یک بستر نامساعد برای کارآفرینی

۱-Baretto

۲-Casson

۳-Kirzner

۴- Pittaway

۵-Kirchhoff



شد (پیتاوی، ۲۰۰۵: ۷).

از دهه ۱۹۳۰ که توجهات به کارآفرینی از ساختار تبیینی جریان غالب اقتصاد خرد حذف شد، «کارآفرین» عملاً از ادبیات نظری ناپدید شد (بامول، ۱۹۶۸: ۶۴). واژه کارآفرین هنوز گاهی استفاده می‌شد اما معنای واقعی خود را از دست داده بود. کارآفرینی در نظریه اقتصاد خرد مدرن نقش حیاتی ندارد. از آنجا که این نظریه تلاش می‌کند تخصیص منابع تحت یک سیستم بازار را توصیف کند، این تناقض‌ها بیشتر می‌شود؛ مشکلی که در آن کارآفرین نقش مهمی ایفا می‌کند (بارتو، ۱۹۸۹: ۱). اما چرا کارآفرین، این عنصر اساسی در تاریخ اندیشه اقتصادی، از جریان غالب اقتصاد خرد مدرن ناپدید شد؟ به عقیده بارتو، برای پاسخ به این سؤال لازم است یکسری مسائل مرتبط تجزیه و تحلیل شوند از جمله: بررسی ادعای نقش هدایت‌گری کارآفرین، تعیین این موضوع که دقیقاً چه وقت و چگونه کارآفرین ناپدید شد و در نهایت، قضاوت درباره اثر این تغییر. علاوه بر این، پاسخ به این سؤال پیچیده است زیرا تحقیق، سطوح مختلفی از پاسخ‌های صحیح را مجاز می‌داند، هر سطح با یک معنای مختلف از «چرایی» متناظر می‌شود. بارتو (۱۹۸۹) برای پاسخگویی صحیح به این پرسش، یک پاسخ سه سطحی ارائه داده است: سطح اول در واقع به توصیف چگونگی ناپدید شدن کارآفرین می‌پردازد. جهت ارائه یک شاهد عینی، تاریخ اندیشه اقتصاد خرد و کارآفرینی بررسی شده است. هدف نشان دادن این است که تغییرات فکری سریع که در دهه ۱۹۳۰ در نظریه اقتصاد خرد رخ داد، دقیقاً مصادف است با ناپدید شدن کارآفرین از نظریه اقتصاد خرد. سطح دوم، روی دلایل واقعی مرگ کارآفرین تمرکز می‌کند. با بررسی دقیق نظریه مدرن اقتصاد خرد (از جمله نظریه شرکت)، اثبات می‌شود که کارآفرین، در هیچ نقشی نمی‌تواند در چارچوب نظریه غالب اقتصاد وجود داشته باشد. سرانجام و مهم‌تر از همه، سطح سوم؛ بر انگیزه‌ای که در پس حذف کارآفرین از نظریه غالب اقتصاد خرد نهفته است، تمرکز می‌کند (بارتو، ۱۹۸۹: ۲).

نظرات مختلفی درباره ماهیت کارآفرینی وجود دارد و بر حسب این که کارآفرینی در یک سیستم پویا، ایستا و یا آشفته وجود داشته باشد، در مورد نقشی که در هر یک از این سیستم‌ها ایفا می‌کند، بحث هست. در نظریه‌های تحلیل شده، تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای درباره فرضیات پیرامون رفتار انسان وجود دارد. به عنوان مثال، فرض کرزنر (۱۹۸۰) از رفتار انسان را می‌توان در تعریف او از کارآفرین ناب نشان داد: "...تصمیم‌سازی که نقش او برخاسته از هوشیاری‌اش

نسبت به فرصت‌هایی است که تا به حال مغفول مانده‌اند" (کرزور، ۱۹۸۰: ۳۸). در پژوهش کرزور، نقش کارآفرین از این فرض مشتق می‌شود که رفتار انسان توسط زمینه و شرایطی که در آن قرار دارد، محدود شده و ظرفیت کارآفرینانه برخاسته از توانایی افراد در تشخیص فرصت و تصمیم‌گیری در مجموعه شرایط موجود است. هنگامی که با مفهوم «ترکیبات تازه» شومپتر (۱۹۶۳) مقایسه می‌شود، یک تفاوت در پیش‌فرض‌های ساخته شده وجود دارد. برای شومپتر فرض رفتار انسان یک عنصر بیشتر از «عاملیت» دارد. در واقع، نقش کارآفرین ایجاد شرایط جدید است تا هوشیاری نسبت به فرصت‌های جدید در شرایط موجود (پیتاوی، ۲۰۰۵: ۹). هر دو رویکرد، ایده‌هایی را در مورد عمل انسان به کار می‌گیرند اما در درجه، ماهیت و برخی اشکال جبرگرایی متفاوت هستند. در نظریات اقتصادی، با توجه به ماهیت تشکیلات علمی، بین ذهنیت و عینیت از یک سو و تئوری‌پردازی انتزاعی و توصیف عملی از سوی دیگر، تفاوت‌های عمده نظری و عملی وجود دارد. بحث در مورد اقتصاد به عنوان یکی از علوم اجتماعی برجسته، در بسیاری از آثار کلاسیک‌ها به چشم می‌خورد. با وجود تفاوت‌ها می‌توان از تحقیقات چنین نتیجه گرفت که اکثر رویکردهای اقتصادی، فرضیات کارکردگرا را به کار گرفته‌اند. این نتیجه تمایل نظریه‌پردازان به تشریح چگونگی کارکرد کارآفرینی در سیستم اقتصادی و عملکرد و وظیفه آن در این سیستم است (بینکس، وال، ۱۹۹۰). با تلاش برای توضیح چگونگی اثرات کارآفرینی روی سیستم اقتصادی، نظریه‌پردازان مایل‌اند آن را به عنوان یک پدیده کلی مشاهده کنند و اصل فردگرایی را که به طور گسترده‌ای در مطالعات معاصر جای گرفته، به کار نبرند (اگبر، ۲۰۰۰). صرف نظر از پیش‌فرض این کلیت، توافق کمی در مورد این که عملکرد کارآفرینانه دقیقاً مستلزم چیست، وجود دارد (لیدال، ۱۹۹۲). به عنوان مثال، به معنای شکل رفتار (شومپتر، ۱۹۶۳)، انواع تصمیم‌ها (نایت، ۱۹۲۱) و انواع مردم (سی، ۱۸۸۰) به کار رفته است. در واقع، به نظر می‌رسد بسیاری از ابهامات پیرامون تعریف کارآفرینی در مطالعات معاصر، ریشه در قلمروی اقتصادی دارند (هبرت، لینک، ۱۹۸۸؛ پیتاوی، ۲۰۰۵: ۹).

۱- Agency: اشاره به این دیدگاه فلسفی دارد که انسان، عامل و سازنده سرنوشت خویش است و توان تغییر دادن شرایط را دارد.

یکی دیگر از فلسفه‌های مشترک رایج در نظریه‌های اقتصادی، استفاده از اشکال مختلف جبرگرایی است. به عنوان مثال، در جبرگرایی افراطی اقتصاد خرد، کارآفرینان به رهبرانی نسبتاً فاقد قدرت تقلیل می‌یابند (بارتو، ۱۹۸۹: ۲۹) و با وجود استفاده از مفاهیم مربوط به کنش انسان در نظریه تخریب خلاق، رویکرد شومپیتر (۱۹۳۴) برای توصیف کارآفرین فردی به جبر روانی<sup>۱</sup> برمی‌گردد. بنابراین، با توجه به نظریه‌های موجود در علوم اجتماعی، فلسفه‌هایی که رویکردهای اقتصادی را به هم مرتبط می‌کنند برخی از اشکال جبرگرایی و فلسفه عمومی می‌باشند (پیتاوی، ۲۰۰۵: ۱۰). در نظریات مدرن، سهم اقتصاد در ایجاد فهم و ادراک پیچیده است، به این دلیل که کشمکش‌های درون رشته‌ای بین اقتصاد خرد و کلان در حال افزایش می‌باشد. به تازگی در اقتصاد، علاقه بیشتری بر تمرکز بر این درگیری‌ها است و چنین استدلال شده است که کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک کاتالیزگر برای تغییر پارادایم در اقتصاد عمل کند (کریشف، ۱۹۹۱؛ پیتاوی، ۲۰۰۵: ۷). در نتیجه، رویکردهای اقتصادی یک نقطه شروع خوب برای بررسی فلسفه‌ها و فهم ریشه‌های تاریخی موضوع است. زیرا زمینه‌ای که در آن کارآفرینی مطالعه و سپس ناپدید شده را فراهم می‌آورد (هبرت، لینک، ۱۹۸۸؛ بارتو، ۱۹۸۹: ۱؛ پیتاوی، ۲۰۰۵: ۷). خلاصه‌ای از مفروضات فلسفی رویکردهای مختلف اقتصادی به کارآفرینی در جدول (۲) ارائه شده است (پیتاوی، ۲۰۰۵: ۸).

جدول (۲) - مفروضات فلسفی رویکردهای اقتصادی مختلف به کارآفرینی

پارادایم	فرضیات پیرامون جامعه	فرضیات پیرامون ماهیت انسان	فرضیات معرفت‌شناسی	فرضیات هستی‌شناسی	
کارکردگرا	نظم اجتماعی	انسان به عنوان پاسخگو	ساخت علوم اجتماعی پوزیتیویستی	واقعیت به عنوان یک ساختار مشخص و قطعی <sup>۲</sup>	اقتصاد نئوکلاسیک
کارکردگرا	جامعه به عنوان یک سیستم ارگانیک	انسان به عنوان پاسخگو	ساخت علوم اجتماعی پوزیتیویستی	واقعیت به عنوان یک ساختار مشخص و قطعی	تنوری‌های کلاسیک انگلیسی

۱- Psychological Determinism: به این موضوع اشاره دارد که چیزی از ویژگی‌های شخصی افراد، مثل سبک شخصیتی یا شناختی، یک تأثیر اساسی بر طبقه رفتار آن‌ها دارد.

پاراادایم	فرضیات پیرامون جامعه	فرضیات پیرامون ماهیت انسان	فرضیات معرفت شناسی	فرضیات هستی شناسی	
کار کرد گرا	جامعه به عنوان یک سیستم ارگانیک	انسان به عنوان پاسخگو	ساخت علوم اجتماعی پوزیتیویستی	واقعیت به عنوان یک فرایند مشخص و قطعی	<b>تئوری های کلاسیک فرانسوی</b>
کار کرد گرا	جامعه به عنوان یک سیستم ارگانیک	انسان به عنوان تعدیل کننده و وفق دهنده <sup>۱</sup>	ساخت علوم اجتماعی پوزیتیویستی	واقعیت به عنوان یک فرایند مشخص و قطعی	<b>اقتصاد هزینه مبادله</b>
کار کرد گرا	جامعه به عنوان یک سیستم ارگانیک	انسان به عنوان پردازش گر اطلاعات	مطالعه سیستم ها، فرایندها و تغییر	واقعیت به عنوان حوزه های زمینه ای اطلاعات	<b>اطلاعات مبتنی بر اقتصاد هزینه مبادله</b>
کار کرد گرا	جامعه به عنوان یک سیستم ارگانیک	انسان به عنوان پاسخگو	ساخت علوم اجتماعی پوزیتیویستی	واقعیت به عنوان یک فرایند مشخص و قطعی	<b>مکتب عدم قطعیت قابل محاسبه</b>
کار کرد گرا	جامعه به عنوان یک سیستم ارگانیک	انسان به عنوان تعدیل کننده و وفق دهنده	مطالعه سیستم ها، فرایندها و تغییر	واقعیت به عنوان یک فرایند مشخص و قطعی	<b>مکتب عدم قطعیت</b>
کار کرد گرا	جامعه به عنوان یک سیستم مورفوزنیک	انسان به عنوان تعدیل کننده و وفق دهنده	مطالعه سیستم ها، فرایندها و تغییر	واقعیت به عنوان یک فرایند مشخص و قطعی	<b>اقتصاد اتریشی و نئواتریشی</b>
کار کرد گرا به همراه برخی عناصر ساختارگرایی بنیادی و تفسیری	جامعه تحت تغییر و دگرگونی	انسان به عنوان کنشگر	ترسیم کردن زمینه ها	واقعیت به عنوان حوزه های زمینه ای اطلاعات	<b>رویکرد شومپیتری و مکتب تاریخی هاروارد</b>

## روش

در این پژوهش، برای تحلیل فلسفه‌هایی که پایه و اساس مطالعات اقتصادی درباره کارآفرینی را تشکیل می‌دهد، مجموعه‌ای از پژوهش‌های پیشین که از منظر اقتصادی به کارآفرینی پرداخته‌اند، مورد بررسی قرار گرفته است. از چارچوب بورل و مورگان (۱۹۷۹)، به عنوان چارچوبی برای پارادایم‌های تحقیق در علوم اجتماعی، جهت دسته‌بندی رویکردهای اقتصادی بر اساس مفروضات فلسفی‌شان استفاده شده است.

به منظور استفاده از پارادایم بورل و مورگان برای بررسی سایر رشته‌ها، لازم است تصمیماتی درباره مرزهای پارادایم اتخاذ شود. موضوع نفوذپذیری<sup>۱</sup> در مقابل قیاس ناپذیری<sup>۲</sup> همچنان یک مسأله بحث برانگیز است. طرفداران قیاس ناپذیری استدلال می‌کنند که مرزهای پارادایم تغییر ناپذیر هستند، یعنی ایده‌ها و مفاهیم نمی‌توانند به راحتی بین پارادایم‌ها جریان داشته باشند، چرا که مبنای فلسفی دانش در هر پارادایم به کلی متفاوت است (جکسون<sup>۳</sup>، کارتر<sup>۴</sup>، ۱۹۹۱). در مقابل، حامیان نفوذپذیری به ارتباط بیشتر میان پارادایم‌ها اعتقاد دارند. از نظر آن‌ها هنگامی که پارادایم‌ها با هم در تضاد هستند، در نواحی گذار حوزه‌ای برای نفوذ دانش در بین آن‌ها وجود دارد (جیویا، پیتز، ۱۹۹۰). اگر از این منظر که "دانش ساخته می‌شود"، به موضوع نگریسته شود، آشکار است که این بحث چندان شانس موفقیت ندارد؛ به این معنا که پارادایم‌ها و زنجیره‌هایی که توسط بورل و مورگان ساخته شده‌اند خود، سازه‌های اجتماعی هستند (پارکر<sup>۵</sup>، ۱۹۹۸؛ نایتینگل، کرومبی<sup>۶</sup>، ۱۹۹۹). آن‌ها مفیدند از آن جهت که می‌توانند به عنوان ابزاری برای کشف معنای تنوری به کار گرفته شوند و وجود دارند؛ تنها به این مفهوم که فعالیت‌های تحقیق در علوم اجتماعی رایج را توصیف نمایند (پیتاوی، ۲۰۰۵: ۶). این پژوهش، پارادایم‌ها را به عنوان ساخت‌های اجتماعی در نظر می‌گیرد که می‌توانند برای کمک به توصیف پژوهش در علوم اجتماعی به کار روند.

### بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل رویکردهای اقتصادی بر اساس پارادایم بورل و مورگان، بیان‌گر سه شیوه مجزا از نظریه‌پردازی بر اساس مفروضات فلسفی متفاوت درباره علوم اجتماعی و جامعه است. در نتیجه، کارآفرینی در هر یک از این روش‌های نظریه‌پردازی کاملاً متفاوت بوده و وقایع بر اساس فلسفه‌شان در خصوص رفتار انسان، تغییر و علوم اجتماعی متقابلاً منجر به مفاهیم منحصر به فردی

۱-Permeability

۲-Incommensurability

۳-Jackson

۴-Carter

۵-Parker

۶-Nightingale & Cromby

گشته اند. به عنوان مثال، تفاوت عمیقی میان کارآفرین مورد نظر شومپتر و کرزنر وجود دارد. همچنین این بررسی با استفاده از پارادایم بورل و مورگان دریافته است که هر شکلی از رفتار هدفمند، که بطور ضمنی در اغلب نظریه‌های کارآفرینی وجود دارد، اگر مفروضات کارکردگرایی بیش از حد شدید باشد، از تحقیق محو می‌شود. پژوهش‌های بارتو (۱۹۸۹) و هبرت و لینک (۱۹۸۸)، تأییدی بر این ادعا است. این موضوع توسط شومپتر (۱۹۵۴) نیز برجسته شده و بای گریو (۱۹۸۹) و کریشهف (۱۹۹۱) نیز آن را تأیید کرده‌اند. اگبر (۲۰۰۰) کارآفرینی را تحت سلطه تئوری‌های کنترل اجتماعی می‌داند در حالی که گرت و پررن (۲۰۰۲)، آن را تحت نفوذ تحقیق، و پرس و جوی کارکردگرا می‌دانند. از یک سو، این پژوهش با هر دو نقد موافق است. این طور به نظر می‌رسد که پایه‌های اقتصادی کارآفرینی، بدیهیات عمده‌ای را در مطالعات خود به کار می‌گیرند. این نیز آشکار است که مطالعه کارآفرینی، مفروضات متاتئوری در مطالعات اقتصادی را صراحتاً تحلیل نمی‌کند و در واقع به نظر می‌رسد که بسیاری از این متاتئوری‌ها تحت سلطه تحقیق کارکردگرا باشند. از سوی دیگر، هر دو نقد تا حدودی در خطر بیش از حد ساده نمودن تفاوت‌ها قرار دارند. بر اساس تحلیل‌های انجام شده، استدلال می‌شود که مفروضات کارکردگرایی افراطی، کمک اندک و محدودیت‌های زیادی برای مطالعه کارآفرینی داشته‌اند. هدف اصلی پژوهش، همان‌طور که قبلاً نیز ذکر شد، بررسی مفروضات مغفول مانده پیرامون کارآفرینی در نظریات اقتصادی و همچنین بررسی دلایل فلسفی ناپدید شدن مفهوم کارآفرین در تحقیقات اقتصاد خرد و کلان می‌باشد. سر نخ مشترکی که از بررسی‌ها و تحلیل‌ها به دست آمده، حاکی از استفاده از مفروضات کارکردگرایی افراطی در تمایل به ساخت یک رویکرد علمی به موضوع است. مشکل این قبیل مفروضات فلسفی به شرح زیر است:

- مفروضات هستی‌شناسی واقع‌گرایانه افراطی، تمایل دارند فرض کنند که جهان اجتماعی نشان دهنده یک ساختار بیرونی است که ملموس بوده و در بسیاری از بخش‌های مرتبط وجود دارد. این قبیل مفروضات ذهنی درباره واقعیت اجتماعی باعث می‌شود نظریه‌پردازان فکر کنند که رفتار اجتماعی تا حدودی غیرقابل تغییر و ثابت است. همان‌طور که در مفاهیم «اطلاعات کامل» و «تابع تولید» در نظریه شرکت مشهود است. با این حال، به نظر می‌رسد کارآفرینی درباره تغییر ساختارهای اجتماعی و واقعیت‌های اجتماعی باشد. خواه بهره‌برداری از فرصت‌ها در دوران عدم تعادل از

طریق خلق آگاهانه فرصت‌های جدید یا ایجاد جهت دهی‌های جدید در جامعه. این قبیل فرض‌های واقع‌گرایانه، همانند فرض‌هایی که در کارکردگرایی افراطی به کار گرفته شدند، فرصت‌های کمی را برای عملکرد کارآفرینانه در جهت تغییر جامعه از راه‌های غیرقابل پیش‌بینی، فراهم می‌آورند.

- به نظر می‌رسد اشکال نسبتاً قوی پوزیتیویسم برای مطالعه کارآفرینی مشکل‌زا باشد زیرا به دقت ریاضیاتی بیشتری نیاز دارد که این خود به تعاریف دقیق بستگی دارد. مشکلات مربوط به تعریف، ذاتی موضوع است و به نظر می‌رسد جایی که تعاریف پیرامون شرکت آمده‌اند، به میزان زیادی از پیچیدگی و پویایی آن‌ها کاسته شده یعنی در مفهوم گسترده‌تری از کارآفرینی گنجانیده شده است. ساده‌سازی تعریف می‌تواند منجر به پوزیتیویسم بیشتر و در نتیجه، توسعه یک پارادایم علمی شود.

- به کار بردن جبرگرایی افراطی نیز در حال حاضر مشکلاتی را برای درک این موضوع به وجود آورده است. نظریه‌ها می‌توانند از فلسفه‌های عمل و انتخاب انسان جلوگیری کنند که به نظر می‌رسد برای درک کارآفرینی حیاتی است. با نشان دادن این نکته که نیروهایی که خارج از کنترل افراد هستند، تأثیر اصلی را در رفتار آن‌ها دارند. با این حال، مشاهدات از کارآفرینی نشان می‌دهد که کارآفرین به منظور خلق چیزهای جدید، کنترل محیط را به دست می‌گیرد. آن‌ها برای رهایی از نفوذ و سلطه نیروهای خارج از کنترلشان اشتیاق دارند (چل، ۲۰۰۰). به نظر می‌رسد فلسفه بر اساس عمل انسان، هنگام مفهوم‌پردازی در مورد چگونگی تأثیر کارآفرینی روی توسعه اقتصادی و وقایع اجتماعی، نسبتاً مهم باشد.

- استفاده از استعاره‌های مکانیکی برای تشریح چگونگی کارکرد سیستم اجتماعی نیز نتایج منفی به دنبال دارد. حتی در نظریه‌های اقتصادی که تمرکز مطالعه روی عملکرد کارآفرینی است، مفروضات پیرامون ماهیت انسان، بومی و خاص همان منطقه هستند. به نظر می‌رسد یکی از معضلات مهم فلسفی برای مطالعه کارآفرینی این است که به سختی با فلسفه‌های مربوط به ماهیت انسان گره خورده است. انطباق فرضیات مکانیکی با موضوع کار راحتی نیست زیرا آن‌ها تمایل دارند مانع از پیچیدگی‌های رفتاری و نسبت دادن قانون به تعاملات اجتماعی شوند.

این مشکلات فلسفی نشان می‌دهند که اگر پایه‌های متاتئوری گسترده‌تر شوند، کارآفرینی می‌تواند به دستاوردهای قابل توجهی نائل شود (گرنٹ و پرن، ۲۰۰۲). می‌توان برای گسترش هر دو پارادایم استدلال نمود، پارادایم تفسیری بول و مورگان و پارادایم ساختارگرایی رادیکال. رویکردهای تفسیری، اختیار بیشتری را عرضه می‌کنند، عمل انسان و توانایی پذیرش تنوع بیشتری از معانی اجتماعی. در حالی که رویکرد ساختارگرایی رادیکال می‌تواند بر پایه استفاده شومپیتر از مفاهیم مارکسیست ساخته شود که تشریح می‌کند کارآفرینی - که در اینجا می‌تواند به عنوان رفتار هدفمند در نظر گرفته شود - چگونه می‌تواند تغییرات بنیادی ایجاد کند.

### منابع

- احمدپور داریانی، محمود؛ جمالی، بهروز؛ قاسمی، احسان (۱۳۸۹)، **کتاب جامع کارآفرینی**، کتابخانه فرهنگ، تهران.

- Barreto, H. (1989), *The Entrepreneur In Microeconomic Theory: Disappearanc And Explanatio*, New York: Routledge.
- Baumol, W. J. (1968), Entrepreneurship In Economic Theory, *The American Economic Review*, 58(2), 64-71.
- Binks, M., & Vale, P. (1990), *Entrepreneurship And Economic Change*, London: Mcgraw-Hill.
- Burrell, G., & Morgan, G. (1979), *Sociological Paradigms And Organizational Analysis*, Ashgale Publishing Company.
- Bygrave, W. D. (1989), The Entrepreneurship Paradigm (I): A Philosophical Look At Its Research Methodologies. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 14(1), 7-26.
- Casson, M. (1982), *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Robertson.
- Chell, E. (2000), Towards Researching The 'Opportunistic Entrepreneur': A Social Constructionist Approach And Research Agenda, *European Journal Of Work And Organizational Psychology*, 9(1), 63-80.
- Chell, E., Haworth, J., & Brearley, S. (1991), *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases And Categories*. London: Routledge.
- Gioia, D., & Pitre, E. (1990), Multiparadigm Perspectives On Theory Building. *Academy Of Management Review*, 15(4), 584-602.
- Grant, P., & Perren, L. (2002), Small Business And Entrepreneurial Research: Meta-Theories, Paradigms And Prejudices. *International Small Business Journal*, 20(2), 185-211.
- Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (2001, June), *An Evolutionary Approach To The Theory Of Entrepreneurship*. Pp. 1-21.



- Hebert, R. F., & Link, A. N. (1988), In Search Of The Meaning Of The Meaning Of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, 39-49.
- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J.-J. (1979), A General Equilibrium Entrepreneurial Theory Of Firm Formation Based On Risk Aversion. *The Journal Of Political Economy*, 87(4), 719-748.
- Kirchoff, B. A. (1991), Entrepreneurship's Contribution To Economics. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 16, 93-112.
- Kirzner, I. (1973), *Competition And Entrepreneurship*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Kirzner, I. (1980), The Primacy Of Entrepreneurial Discovery. In *Prime Mover Of Progress: The Entrepreneur In Capitalism And Socialism* (Pp. 5-29), London: Institute Of Economic Affairs.
- Lydall, H. (1992), *The Entrepreneurial Factor In Economic Growth*. London: Macmillan.
- Nightingale, D., & Cromby, J. (1999), *Social Constructionist Psychology: A Critical Analysis Of Theory And Practice*. Buckingham: Open University Press.
- Ogbor, J. O. (2000), Mythicizing And Reification In Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique Of Entrepreneurial Studies. *Journal Of Management Studies*, 35(5), 605-35.
- Parker, I. (1998), *Social Constructionism, Discourse And Realism*. London: Sage.
- Pittaway, L. (2005), Philosophies In Entrepreneurship: A Focus On Economic Theories. *Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(3), 201 - 221.
- Ricketts, M. (1987), *The Economics Of Business Enterprise: New Approaches To The Firm*. Sussex: Wheatsheaf.
- Schumpeter, J. A. (1934), *The Theory Of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1954), *History Of Economic Analysis*. London: Allen & Unwin.
- Schumpeter, J. A. (1963), *History Of Economic Analysis*. New York: George Allen.
- Shane, S., & Venkataraman. (2000), The Promise of Entrepreneurship as Afield of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.