

کوتاه و خواندنی

اشاره:

متن حاضر برگردان خلاصه فصلی از کتاب

زیر است:

ECONOMICS

R.T.BYRNS

G.W.STONE

1997

H PERCOLLINS

کارآفرینان پویا

مترجم: بهرام رنجبری

تبادلها، که کارآفرینان باشند، ناتوان است. آنچه حائز اهمیت است این است که چگونه رقابت پیشرفت انسان را تحت تاثیر قرار می دهد. چرا غذاهایی که ما می خوریم بسیار متنوع تر از آنهایی است که در عصر قبلی یافت می شدند؟ چرا خودروهای هندلی هنوز در بزرگراه ها موانع و مشکلات به وجود می آورند؟ جواب به این پرسش و هزاران پرسش مشابه، از دیدگاه مکتب اتریشی آن است که نوآوری های کارآفرینانه، سازوکارهای رقابتی هستند که منجر به فراز و فرود صنایع و تمدنها می گردند. کارآفرینان تکنولوژی های نوین ابداع می کنند که توسط آن می توان محصولات بهتر و ارزان تری تولید کرد و بنگاههای قدیمی را مجبور

سریع بسته های پستی هر دو شرکت یو پی اس و اداره پست را به مبارزه ای رقابتی دعوت کرد. با موفقیت آزمون تقاضای بازار برای توزیع شبانه، این شکل پویای رقابت، صنایع جدیدی را به وجود می آورد و صنایع قدیمی را ناپایدار می سازد. به این ترتیب رقابت به عنوان سرچشمه عدم تعادل در دیدگاه اتریشی ها پیش از تعادل حاصل از ورود و خروج بنگاهها در نظریه های متعارف، اهمیت دارد. اتریشی ها در زمینه مفاهیم متعارف درباره فشارهای وارده به رقیبان، به طوری که ناگزیر از کاربرد تکنولوژی کارآمدتر یا تقلید سطحی از خطوط موفق تولید باشند، توافق دارند. با بسط مثال پیشین خود مشاهده می کنیم که شرکتیایی چون یو پی اس، خدمات پستی، ایسربورن اکسپرس (AIRBORNE EXPRESS) دی اچ ال، امبری (EMERY) و سازندگان دستگاه نمابر به بازار توزیع شبانه (بسته ها) از سوی فدرال اکسپرس هجوم بردند. نظریه متعارف بر آثار این موج دوم رقابت تاکید می ورزد، درحالی که مکتب اتریشی بر ورود آغازین یو پی اس و فدرال اکسپرس تاکید دارد. اقتصاددانان اتریشی مثالهای بی شماری از رقابت را به عنوان یک فرایند نیرومند و نه به عنوان مجموعه ای ایستا از شرایط تعادل بیان می کنند که در الگوهای رقابتی اشاره می شود. گوئنبرگ با ماشین تایپ قابل حمل خود، شیوه انتشار دستی کتاب را نابود ساخت. لامپ الکتریکی توماس ادیسون شیوه زندگی ما را دگرگون کرد و نیز خط مونتاژ «هنری فورده» امکان تولید انبوه خودرو را ایجاد کرد. و در سالهای اخیر دو مهندس جوان در کارگاه کامپیوتر اپل کامپیوتر شخصی را به بازار عرضه کردند. همچنین طراحان اصلی صفحه گسترده های کامپیوتری شیوه کار حسابداران را متحول کردند. اعضای مکتب اتریشی علت رقابت پویا را به عوض رفتار تقلیدی بنگاههایی که امروزه در الگوهای رقابتی بررسی می شود، در بین کارآفرینان مورد تاکید قرار می دهند. همچنین، اتریشی ها ادعا می کنند که (در نظریه های رقابتی) وجود تعداد زیاد بنگاههای مشابه برای یک قدرتمند ضرورت دارد. (در اینجا) تاکید بر رقابتی بی شمار برای رهاشدن از قوانین ضدانحصار و مقررات کسب و کاری است که مانعی برای رفتار رقابتی کارآفرینان ایجاد می کند، (با وجود این) در این دیدگاه تعداد رقبا اهمیت کمتری نسبت به کیفیت کالاها و آهنگ پیشرفت تکنولوژی در یک صنعت دارد. □

کرد تا خود را با وضعیت جدید تطبیق دهند و یا از صحنه خارج شوند. کلید موفقیت کارآفرینانه، یافتن روشهای خلاقانه ای است که با به کارگیری تکنولوژی های جدید یا بازاریابی بهتر، سریع تر و کم هزینه تر کالاهای جدید، خواسته های بشری را برآورده می سازند. این به معنای تولید کالاهای موجود با هزینه های کمتر یا ارتقای کیفیت آنها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای کالاهای کاملاً جدید است.

برای مثال اداره پست آمریکا پیش از تاسیس شرکت یو پی اس (UNITED PARCEL SERVICE) انحصار دولتی بی چون و چرایی داشت. تاسیس یو پی اس توسط کارآفرینانی صورت گرفت که فکر می کردند مردم از توزیع مناسب تر و سریع تر بسته های پستی استقبال خواهند کرد. یو پی اس هنگامی به موفقیت رسید که توزیع کنندگان دریافتند که حمل بسته های ارسالی با این بنگاه خصوصی سریع تر و ارزان تر است. آنگاه بنیانگذار فدرال اکسپرس پس از آزمون موفقیت آمیز تقاضای بازار برای ارسال

عنوان فصل مورد نظر آرمان رقابتی است که به مسابلی همچون ساختار بازار، رقابت کوتاه مدت و بلندمدت و ارزیابی بازارهای رقابتی می پردازد. مطالعه این متن نشان می دهد که از نظر برخی اندیشمندان موتور حرکت اقتصاد یک جامعه، کارآفرینان هستند که در محیطی رقابتی و در شرایط عدم تعادل (و نه تعادلی ایستا) جامعه را به حرکت درمی آورند و توسعه می بخشند. الگوی رقابتی از طرف مکتب فکری اتریشی مورد انتقاد زیادی قرار گرفته است. (اتریشی بودن این مکتب ریشه در مبدأ بنیانگذاران این مکتب دارد ولی ایسن ایدیه امروز در سراسر جهان مورد حمایت قرار گرفته است.) در اینجا به دیدگاه این مکتب در مورد رقابت می پردازیم. این مقوله که بنگاهها چگونه تکنولوژی واحدی را به منظور تنظیم تولید یک کالای همگن، به کار می گیرند، به روشنی در الگوهای رقابتی توصیف شده است ولی در واقع این موضوع بحث اصلی «رقابت» نیست و تجزیه و تحلیل سنتی از بیان علت اصلی عدم