

COMENTARIU LA „DRUMUL ANTREPRENORIAL...”

Cătălin Augustin Stoica

Articolul profesorului Dumitru Sandu constituie pentru mine o provocare întrucât tema abordată de dumnealui este centrală preocupărilor mele. Rezultatele analizelor pe care le-am întreprins independent folosind bazele de date ale Barometrului de Opinie Publică (1997) și cele ale Barometrului Resurselor Socio-umane ale Reformei (1998) converg în bună parte (vezi Stoica, 1999). Mai mult, din câte înțeleg, alte analize deja publicate în țară ajung la concluzii similare în câteva aspecte (vezi Lăzăroiu, 1999). În ciuda diferențelor de ordin tehnic și teoretic, ceea ce contează la urma urmei sunt atât “povestea” pe care o spunem pe baza datelor cât și modul în care o spunem. Reacția prezentată aici vizează povestea spusă de autorul “Drumului antreprenorial...” și ea este construită comparând ipotezele lui Dumitru Sandu cu propriile analize și reflecții pe aceeași temă. Înainte de a începe, trebuie să subliniez că, în primul rând, unul dintre meritele incontestabile ale demersului lui Dumitru Sandu îl constituie încercarea de a operaționaliza și folosi în analiza realităților românești concepte controversate precum cel de capital social. În al doilea rând, în spațiul autohton Dumitru Sandu a fost și rămâne un pionier – extrem de bun specialist totodată — în ceea ce privește promovarea și utilizarea unor modele de analiză statistică de actualitate și cu un grad relativ ridicat de sofisticare. Pentru cei interesați, “Drumul antreprenorial...” conține aplicații exemplare ale acestor modele, ce pot constitui reale surse de inspirație pentru analizele viitoare ale unor alți autori.

Problema “Ce și Cum Explicăm?”

Ceea ce pare a-și propune Dumitru Sandu este o explicație a comportamentului antreprenorial în mediul rural, luând în considerare factori precum nivelul de instrucție, nivel de educație relativă, dotarea materială cu bunuri

durabile, acces la relații utile, localizare geografică, aversiune la risc și atitudine față de privatizare. Folosesc expresia “pare a-și propune” întrucât în cadrul articolului sunt atinse (poate) prea multe alte teme, fapt ce creează o imagine de confuzie și incompletitudine. Spre exemplu, pe lângă problemele legate de capital social, rețele, încredere instituțională și interpersonală, Dumitru Sandu tratează și problema antreprenorilor din mediul urban. Ceea ce domniei sale îi scapă este însă o distincție ipotetică fundamentală: este foarte probabil că în mediul rural antreprenorii vor constitui grosul (viitoarelor) clase(i) de mijloc și de sus. În mediul urban, foarte probabil că *antreprenorii incluși în eșantioane* vor constitui așa zisa petty bourgeoisie, ținând cont de dimensiunile și specificul afacerilor desfășurate de aceștia.

Pentru început, definițiile utilizate de autor pentru “orientări antreprenoriale” și “comportamente antreprenoriale” (vezi Tabelul 10) creează ambiguitate din moment ce ele îi includ atât pe antreprenorii actuali (i.e., cei care aveau o afacere la momentul culegerii datelor) cât și pe așa-numiții antreprenori virtuali. Prin cea din urmă categorie Dumitru Sandu îi vizează nu doar pe cei care intenționează să pornească o afacere în următorii 2 ani, ci și pe cei care ar porni o afacere dacă ar avea o sumă mare de bani. Fără a detalia în text premisele raționamentului, domnia sa precizează că “în realitate o persoană care intenționează să își deschidă o firmă manifestă și dorința de a folosi o eventuală sumă mare de bani pentru afaceri. Dorința și intenția sunt asociate. Antreprenorul prin dorință este un tip ideal în sensul că se referă nu la toți cei care doresc să deschidă o afacere ci numai la cei care au o astfel de dorință care nu este însoțită de comportament sau de intenție” (p. 126). Mă mărginesc să spun că, din punct de vedere conceptual, distincțiile operate de domnia sa la acest capitol sunt cel puțin neclare.

Lăsând însă etichetele la o parte, este cel puțin discutabilă tratarea orientărilor antreprenoriale ca variabila continuă; raportarea coeficientului de determinație R^2 în Tabelul 9 m-a făcut să cred că este vorba despre regresie multiplă cu variabilă dependentă continuă. De altfel, mi-a fost greu să găsesc în paginile articolului definiția variabilei dependente "orientări antreprenoriale". Îi include ea și pe antreprenorii prin comportament sau numai pe cei care doresc să fie antreprenori? Probabil, o soluție mai bună ar fi fost construirea unei variabile măsurate nominal ale cărei categorii să includă "antreprenori prin comportament", "antreprenorii prin dorință", "antreprenorii prin intenție" și "non-antreprenori". Autorul ar fi putut folosi această variabilă în modele de regresie logistică pentru variabile cu nivel de măsurare nominal (multinomial logistic regression). Să admitem însă că "orientările antreprenoriale" pot fi concepute în maniera în care o face Dumitru Sandu și că, în acest fel, putem face inferențe nu numai asupra predictorilor relevanți ai comportamentelor antreprenoriale ci și asupra valurilor de antreprenori.¹ Considerând că distanțele dintre categoriile variabilei "orientări antreprenoriale" nu sunt egale și că aceste categorii reprezintă valori observabile ale unei variabile latente (Long 1997: 119), autorul ar fi putut folosi modele de regresie logistică pentru variabile ordinale (ordered logistic regression).

Trec însă pentru moment peste aceste lucruri și îmi îndrept atenția către structura demersului explicativ. Cunoscând rigurozitatea și meticulozitatea profesorului Dumitru Sandu, m-am așteptat ca această structură să fie cel puțin mai solidă și mai clară. Dintre "păcatele originare" ale demersului domniei sale menționez aici nespecificarea problemei generale și neprezentarea unor propoziții teo-

retice generale și ale unor ipoteze (ipoteza/e nulă/e și cele alternative). În legătură cu primul "păcat" se pare însă că Dumitru Sandu nu este nici primul nici ultimul care-l comite și constituie probabil un efect de "orbire" al spațiului și realităților în care ne găsim. La ce mă refer? Consider că structura unui demers explicativ ar trebui să fie: problema generală caz/uri particular/e relevanța studierii acestui/or cazuri pentru problema generală în discuție. La Dumitru Sandu, problema generală este cel puțin neclar formulată dacă este în vreun fel formulată; punctul său de plecare pare a fi "unicitatea" cazului românesc, i.e., antreprenoriatul în România ca formă de inovație socială. Părăsesc însă pentru moment strategia urmată anterior și prezint mai jos o reformulare (să o numesc "critică pozitivă") a chestiunilor de mai sus.

Problema generală căreia cred că Dumitru Sandu încearcă să-i răspundă este "care sunt factorii care influențează și în ce moduri emergența comportamentului antreprenorial?". Grosso modo, o listă a acestor factori ar cuprinde, pe de-o parte, factori macro-instituționali și istorici, iar pe de alta parte factori economici, socio-structurali și culturali.² Investigarea primei categorii de factori (e.g., structuri instituționale, încercări de reformă a sistemului comunist, variații local-naționale ale aplicării modelului sovietic etc.) ar trebui să conducă la predicții privind gradul de dezvoltare al clasei antreprenoriale în realități societale particulare (pentru acești factori și predicții a se vedea Szelenyi & Kostello 1996). Abia la acest punct putem clama unicitatea ori, preferabil, particularitatea pentru cazul românesc; numai așa putem argumenta rezonabil *de ce în România post-comunistă și nu în Polonia, bunăoară, antreprenoriatul în general și antreprenoriatul rural în particular constituie forme de inovație socială.*³

¹ Mi se pare extrem de inadecvată folosirea termenului de "valuri antreprenoriale" și a altora precum "cei mai noi dintre întreprinzători sunt cei prin intenție", "cei mai vechi dintre întreprinzători sunt cei care au deja o firmă" (sic) – vezi nota de la Tabelul 2 și paragraful următor. Pentru a folosi termeni precum "valuri antreprenoriale" ori "secvențele de difuziune a inovației sociale" (p. 127) ar fi trebuit ca sondajele să fi înregistrat momentul începerii afacerilor (numai pentru antreprenori) ori acest lucru nu a fost făcut.

² Împărțirea acestor factori în 2 categorii este făcută aici în scop pur analitic.

³ Cu riscul de a suna redundant pentru unii dintre cititorii acestor pagini, reamintesc că în Polonia comunistă mai puțin de o treime din agricultură era constituită din cooperative și întreprinderi agricole de stat, restul aflându-se în proprietatea țăranilor.

Punând între paranteze aceste elemente de ordin macro-instituțional și istoric, trec acum la cea de a doua categorie de factori (i.e., socio-structurali, economici și culturali) cu rol explicativ pentru emergența comportamentelor antreprenoriale în interiorul unor societăți particulare. Admițând că o economie de piață cu competiție perfectă este o ficțiune neidentificabilă istoric (Polanyi 1944) și că în acest moment economia românească poate fi descrisă prin tipul lui Szelenyi & Kostello (1996) de “economie orientată către un sistem capitalist”, putem formula următoarele întrebări și ipoteze: 1) în ce măsură, sâmburii și mecanismele economiei de piață (i.e., legea cererii și a ofertei) sunt *singurii responsabili* de emergența antreprenoriatului în România? Aceasta ar fi una dintre întrebările fundamentale dacă am încerca să explicăm succesul/eșecul antreprenorilor. Pe baza datelor din Barometrul Resurselor Socio-Umane ale Reformei (1998) nu putem însă aborda problema succesului/eșecului activităților antreprenoriale; deși în eșantion au fost incluși și cei care au avut o afacere, motivele pentru care au încetat să se mai numere printre antreprenori nu au fost solicitate, cel puțin în cercetarea din iunie 1998.⁴

Revenind însă, întrebarea alternativă ar fi 2) în ce măsură factori, *alții decât logica economiei de piață* (i.e., jocul cererii și al ofertei sau marketizarea pur și simplu), sunt implicați în emergența activităților antreprenoriale? Care este importanța capitalului uman pentru antreprenoriat în post-socialism? Contează mai mult capitalul de relații sau cel financiar? Care este contribuția factorilor culturali în antreprenoriatul post-socialist? Există, cu alte cuvinte, un așa-numit spirit antreprenorial?

La acest punct putem avansa modele explicative alternative ale comportamentului antreprenorial, definit aici ca a avea o afacere proprie. Astfel de modele explicative și

ipoteze alternative pot fi testate prin așa numitele nested models. Acest lucru l-ar fi putut face și autorul “Drumului antreprenorial...” atât în cadrul regresiiilor logistice prezentate în Tabelul 10, cât și în cazul variabilei sale dependente cvasi-metrice “orientări antreprenoriale”. Insist asupra acestor lucruri întrucât mie, în calitate de cititor, îmi este neclară măsura în care, bunăoară, variabilele legate de așa-numitul capital social aduc un plus în cunoaștere, comparativ cu un model de bază al capitalului uman. Cu alte cuvinte, mă întreb în ce măsură folosirea acestora aduce o îmbunătățire, semnificativă sub raport statistic, modelelor explicative prezentate în Tabelele 9 și 10?⁵

Nota bene, sunt departe de a susține că povestea antreprenoriatului poate fi spusă exclusiv pe baza simplei analize a datelor folosite de autor, întrucât – să nu uităm – caracterul cercetărilor din Barometrul Resurselor Socio-Umane au vizat numai tangențial chestiunea antreprenoriatului. Nu este însă mai puțin adevărat că “intriga” poveștii ar fi putut fi mai bine configurată prin folosirea unei structuri explicative de tipul celei schițate mai sus. În plus, apelul la rezultatele unor studii anterioare pe aceeași temă – unele dintre ele clasice – și folosirea unor alte tipuri de date ar fi fost extrem de benefică pentru a arunca mai multă lumină asupra temei în discuție. Voi reveni însă asupra acestor lucruri în următoarele secțiuni ale comentariului meu.

Problemele Capitalului Social și cea a Încrederii

Unul dintre conceptele cheie folosite de autor în încercarea sa de a oferi o imagine asupra predictorilor “orientărilor antreprenoriale” este “capitalul social”. Noțiunea este la modă și extrem de populară într-o anumită parte a literaturii de specialitate (a se vedea în special reala fascinație a unei instituții precum

⁴ Fac aici aceste precizări întrucât există numeroase studii care și-au propus să explice succesul antreprenorial, al unor modele de dezvoltare economică sau al unor structuri organizaționale fără a lua în discuție cazurile nefericite (eșecurile) și motivele acestora. Atrag atenția acestui tip de eroare și al analizelor eronate de tip cauzal pe care le generează prin așa numita “sampling on the dependent variable”.

⁵ Nu exclud posibilitatea ca autorul să fi utilizat așa-numitele “nested models”. Dacă însă a făcut-o, ar fi trebuit să precizeze.

Banca Mondială față de chestiunea capitalului social). Popularitatea noțiunii de “capital social” se traduce și prin înțelegeri extrem de diverse. Autorul “Drumului antreprenorial...” recunoaște acest lucru: “Capitalul social este un concept umbrelă.” (p. 125).

Ținând cont de regulile academice este regretabil faptul că domnia sa uită să menționeze – cel puțin în treacăt – unele dintre sursele teoretice ale acestui concept. Arzând etapele, autorul trece direct la a spune cel puțin trei „ocupanți-concept” locuiesc în casa capitalului social: încredere în instituții, încredere difuză și relații sau legături de interes” (p.125). Din respect pentru cititorii mai puțin familiarizați cu această chestiune, precizez că, la o prima vedere, avem de-a face cu un mariaj – nefericit, în opinia mea – între perspectiva teoretică a lui Robert Putnam (1993)⁶, cea a lui James Coleman (1990) și cea a lui Pierre Bourdieu (vezi în mod special 1986). Nu insist aici asupra numeroaselor critici aduse noțiunii de capital social; celor interesați de istorii intelectuale critice ale conceptului le recomand articolele lui Alejandro Portes și Patricia Landolt (1996) și în special cel al lui Michael Woolcock (1998). Consemnez aici una dintre cele mai des întâlnite critici referitoare la “fetișizarea” noțiunii de capital social. Aceasta se referă la faptul că în multe modele de analiză, tot ceea ce rămâne neexplicat de factori legați de capitalul uman, alte caracteristici socio-demografice, poziționări structurale și geografice este pus pe seama (unui) așa-numit(ului) capital social.

În ceea ce privește includerea noțiunii de încredere difuză, lucrurile sunt de asemenea problematice. Ceea ce autorul “Drumului antreprenorial...” reușește să explice într-o măsură extrem de redusă este relația dintre încrederea interpersonală și antreprenori; antreprenorii - spune domnia-sa fără a detalia prea mult - sunt oameni fără încredere dar cu

relații. Încerc în rândurile ce urmează să sugerez câteva posibile argumente de ordin teoretic care ar fi putut fi invocate de autor pentru a da seama de paradoxul lipsei de încredere a antreprenorilor rurali. Consider că nemenționarea acestor repere teoretice constituie una dintre verigile lipsă din intriga „poveștii” spuse de Dumitru Sandu.

Există abordări diferite cu privire la rolul încrederii interpersonale în antreprenariat. În unele dintre aceste abordări rolul încrederii interpersonale este diminuat iar accentul este pus pe relații de tip impersonal ca elemente de succes ale oricărei întreprinderi economice (Williamson 1994). Alte abordări consideră încrederea și relațiile personalizate drept componente centrale ale activităților de tip antreprenorial (vezi pentru discuții detaliate Granovetter 1992; 1995). Într-un studiu asupra firmelor de confecții din New York, Brian Uzzi (1996) subliniază faptul că încrederea în partenerii de afaceri are un rol central în explicarea succesului economic. Similar, Mark Lazerson (1995) atrage atenția asupra rolului important jucat de imageriile și concepțiile locale cu privire la onestitate și încredere – elemente esențiale pentru buna funcționare a afacerilor de mică anvergură în Modena (Italia). “[În Modena] – spune autorul – pentru cei mai mulți dintre manufacturieri și artizani, a încheia un contract în formă scrisă constituie un mesaj implicit al lipsei de încredere [dintre parteneri] și trebuie evitat.” (Lazerson 1995: 49).

Astfel de studii consideră încrederea drept un element lubrifiant pentru activitățile economice (McPhearson în Granovetter 1992: 41). Este însă uneori mai puțin clar dacă încrederea interpersonală reprezintă o condiție sau un efect al tranzacțiilor economice repetate (i.e., facem afaceri cu cei în care avem încredere sau avem încredere în parteneri pentru că facem afaceri cu aceștia?).

⁶ Concepția lui Putnam – apropiată de cea a autorului “Drumului antreprenorilor...” – a fost, după cum se știe, criticată în special pentru determinismul ei; capitalul social este înțeles ca rețele normative și de asociere ce facilitează acțiunea colectivă (Woolcock 1998: 155). Acolo unde acest capital social este scăzut, nivelul de dezvoltare social-economică este de asemenea scăzut (ibid.). Studii întreprinse chiar în Italia au chestionat serios concluziile lui Putnam din “Making Democracy Work”; de asemenea, contra-argumente serioase au fost aduse și inferențelor făcute de același Putnam în **Bowling alone: America’s declining social capital** (1995).

Domnul Dumitru Sandu nu a putut lua în discuție acest lucru; Barometrele Resurselor Socio-Umane ale Reformei nu au conținut întrebări referitoare la încrederea pe care actualii antreprenori (sau cei “prin comportament” dacă preferați) o au în partenerii de afaceri. Consider însă că autorul ar fi trebuit să distingă teoretic, măcar în treacăt, între aceste aspecte ale încrederii interpersonale.⁷

Să revin însă: pe lângă chestiunea dinamicii încrederii interpersonale, importante sunt formele de solidaritate socială, normele și sistemele valorice locale. Mark Granovetter (1995) atrage atenția asupra faptului că atât lipsa coeziunii sociale cât și o puternică solidaritate socială pot constitui reale impedimente pentru succesul activităților antreprenoriale. De asemenea, în anumite culturi, îmbogățirea personală reprezintă un comportament inacceptabil din punct de vedere moral și de aceea stigmatizabil, în special acolo unde sunt larg acceptate norme cu privire la responsabilitățile social-comunitare ale antreprenorilor (vezi Geertz 1963; Granovetter 1995).⁸ În astfel de cazuri, outsider-ii sau apartenenții la un alt grup etnic – așa-numiții middlemen – sunt cei care speculează nișele economice create de astfel de considerente de ordin moral.

În general, în chestiunea încrederii interpersonale și instituționale în fostele țări ale lagărului socialist european putem identifica

doua tipuri majore de abordări. Una dintre acestea consideră regimul comunist drept un agent de-socializant; drept urmare, societățile post-socialiste sunt constituite din indivizi atomizați, caracterizați printr-un grad extrem de scăzut al încrederii interpersonale și instituționale – moștenire nefastă a unui regim abuziv și intrusiv (vezi Sztompka 1999, în curs de apariție). Potrivit celei de a doua abordări, într-adevăr avem de-a face cu un grad scăzut al încrederii în instituțiile sferei publice sau oficiale. O astfel de atitudine – ce a luat expresia lui “noi (guvernați) versus ei (guvernanți)” - era larg împărtășită în vremea socialismului de stat și în post-comunism. În această interpretare, pentru a-l parafraza pe Dennis Wrong (cf. Mark Granovetter 1985) putem recunoaște elementele unei concepții supra-socializate a individului. Mai exact, deși în raport cu autoritățile și instituțiile politice nivelul încrederii era extrem de scăzut, sfera guvernaților (i.e., “noi”) ar fi (fost) caracterizată printr-o puternică solidaritate socială și un grad ridicat al încrederii interpersonale în *opoziție cu* și în *afara sferei oficiale sau a puterii*.⁹

Reducționismul celor două abordări prezentate anterior este evident. Pentru a-l evita, consider că trebuie să luăm în discuție modul în care diferite tipuri de solidaritate socială (verticală sau orizontală) generează dinamici și nivele specifice de încredere inter-

⁷ Ar fi fost totuși interesant dacă Dumitru Sandu ar fi calculat un indice – să-l numesc – al încrederii *intra-grup* (pentru antreprenori) întrucât Barometrul Resurselor Socio-Umane ale Reformei conține o întrebare referitoare la încrederea în întreprinzători particulari.

⁸ Studiul lui Clifford Geertz, **Peddlers and Princes** (1963) este unul clasic pe problema antreprenoriatului. Comparând două orașe din Indonezia, Geertz subliniază faptul că tocmai formele specifice de solidaritate socială și dinamica încrederii interpersonale sunt cele care împiedicau creșterea și succesul întreprinzătorilor particulari în Modjokuto, unul dintre cele două orașe studiate de acesta. De notat este faptul că virtuțile protestante identificate de Weber precum energie și muncă asiduă erau prezente chiar în rândurile acestor întreprinzători de religie islamică.

⁹ În problema gradului scăzut al încrederii în instituțiile de ordine, ipoteza explicativă avansată de Dumitru Sandu este extrem de plauzibilă. Conform acesteia, gradul scăzut al încrederii în instituțiile de ordine s-ar datora modelelor de interacțiune pe care antreprenorii rurali le au cu o birocrație “care mănâncă mult timp și este adeseori coruptă” (p. 129). Totuși, autorul ar fi trebuit să aibă în vedere un cadru general mai larg, pe fondul căruia se manifestă un grad scăzut al încrederii în instituțiile de ordine, mai ales în mediul rural. Vezi în această privință ipoteza lui Ken Jowitt (1992) cu privire la existența unei așa numite “ghetto political culture” în România socialistă, care foarte probabil că a supraviețuit și în post-socialism. Conform lui Jowitt o astfel de cultură politică se traduce prin perceperea sferei autorităților publice ca reprezentând o potențială sursă de necazuri și probleme.

personală și instituțională. În acest sens, ne putem întreba, bunăoară, în ce măsură legăturile de tip clientelar generate în timpul socialismului real au dispărut sau au fost transformate? David L. Wank (1999) studiind comportamentele antreprenoriale în orașul Xiamen (China) ajunge la concluzia că marketizarea nu este însoțită de un declin al relațiilor de tip clientelar (a se vedea pentru același subiect și excelenta lucrare a lui Andrew Walder, **Communist Neo-Traditionalism**, 1986). Dimpotrivă, astfel de legături clientelare cu oficialii de partid – numite în limba chineză *guanxi* iar în română *pile* sau *relații* – au devenit “scheletul” pe care se construiesc afacerile de succes ale întreprinzătorilor particulari.

Alte câteva probleme

În ultima secțiune a comentariului meu mă voi opri asupra chestiunilor legate de relațiile de utilitate, așa cum le denumește autorul “Drumului antreprenorial...” și la cea a ideologiei pro-privatizare. Includerea relațiilor de utilitate pe lista de predictor ai orientărilor antreprenoriale (Tabelul 9) și în modelele de regresie logistică (Tabelul 10) este chestionabilă.¹⁰ În primul rând, datele din Barometrele Resurselor Socio-Umane ale Reformei nu permit inferențe de tip cauzal cu privire la rolul acestor relații de utilitate pentru comportamentul antreprenorial. Mai exact, în instrumentul de cercetare folosit nu au existat itemi care să solicite antreprenorilor să precizeze măsura în care aceste relații de utilitate *au fost efectiv folosite* fie pentru a porni o afacere, fie pentru succesul acesteia. În al doilea rând și în conexiune cu cele menționate mai sus, în modelele de regresie prezentate în Tabelele 9 și 10 intervine *problema sensului cauzării*. Altfel spus, mă întreb în ce măsură relațiile de utilitate ale antreprenorilor prin comportament datează

anterior angajării acestora pe drumul antreprenorial sau constituie un efect al statutului de antreprenor (i.e., au fost cultivate ulterior)?

Ultimul punct al comentariului meu ia în discuție problemele semnificației statistice și sociologice. Dumitru Sandu include în lista variabilelor independente din modelele de regresie prezentate în Tabelele 9 și 10, ideologia pro-privatizare. În modelul de regresie multiplă cu variabila dependentă “orientări antreprenoriale” (Tabelul 9), predictorul “Pro-privatizare” are o influență pozitivă, semnificativă sub raport statistic. Același predictor are o influență pozitivă, semnificativă sub raport statistic asupra variabilei dependente fictive “antreprenori prin intenție”. Mă întreb însă dacă nu cumva în aceste modele autorul “Drumului antreprenorial...” nu a sacrificat semnificația sociologică de dragul celei statistice? Sociologia ca disciplină este recunoscută printre altele pentru capacitatea și stăruința sa de a pune în evidență relații ce contravin cunoașterii la nivelul simțului comun. În opinia mea, este redundantă includerea predictorului “opțiune pro-privatizare” pentru a explica orientările antreprenoriale sau intenția de a porni o afacere. Cred că și printre nespecialiști sunt extrem de puțini cei care s-ar fi așteptat ca antreprenorii să fie împotriva privatizării, componenta majoră a marketizării.

În loc de concluzii

În rândurile anterioare am încercat să atrag atenția asupra unora dintre aspectele pe care le-am considerat problematice în abordarea comportamentului antreprenorial în mediul rural, așa cum a fost ea propusă de Dumitru Sandu în “Drumul antreprenorial: fără încredere dar cu relații”. Criticile mele au vizat elemente ce țin de structura demersului explicativ, folosirea noțiunii de capital social și relația dintre încredere interpersonală și

¹⁰ De notat faptul că relațiile de utilitate constituie predictorii semnificativi sub raport statistic atât pentru orientările antreprenoriale cât și în două dintre modelele de regresie logistică prezentate în Tabelul 10, pentru variabilele fictive “antreprenori prin comportament” și “antreprenori prin intenție”. Chiar dacă relațiile de utilitate nu funcționează ca predictor semnificativ pentru așa-numiții “antreprenori prin dorință”, acest lucru nu infirmă criticile pe care le-am prezentat cu privire la inferențele de tip cauzal și la sensul cauzării.

antreprenoriat. Mărturisesc că acestea nu sunt singurele elemente pe care le consider problematice în articolul domniei sale. Nu sunt însă singurul participant la aceasta dezbatere; probabil ceilalți participanți vor lua în discuție și alte aspecte chestionabile asupra cărora eu nu am insistat în aceste rânduri.

Nu pot încheia această reacție fără a sublinia faptul că dezbaterea propusă de echipa redacțională a „Sociologiei românești” este de o importanță deosebită pentru spațiul academic românesc, în general, iar în particular pentru comunitatea sociologică românească. Personal, îl cunosc pe Dumitru Sandu ca fiind unul dintre constructorii vitregitei comunități sociologice românești. Re-construcția acesteia implică printre altele și promovarea dialogului academic, așa cum este practicat în comunitățile științifice internaționale. Dezbaterea inițiată de articolul domniei sale – o premieră pentru spațiul românesc – constituie unul dintre importanțele pasuri în aceste eforturi de re-construcție. Nu pot decât să-l felicit din toată inima pe autor pentru implicarea domniei sale în promovarea dialogului academic prin această dezbatere! De asemenea, țin să-i mulțumesc pentru considerația de care a dat dovadă incluzându-mă pe lista „criticilor” săi, în calitate de fost student al domniei sale. Datorită acestor lucruri și a eforturilor susținute pe care le face pentru a forma generațiile următoare de sociologi, poate că această replică ar fi trebuit să fie intitulată „Domnului Profesor Dumitru Sandu, cu deosebită dragoste și considerație”. Cel puțin ea așa a fost scrisă.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

Bourdieu, Pierre 1986. „The Forms of Capital”, **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education** (John Richardson ed.) Westport: Greenwood Press.

Coleman, James 1990. **Foundations of Social Theory**. Cambridge: Harvard University Press.

Geertz, Clifford 1963. **Peddlers and Princes**. Chicago: University of Chicago Press.

Granovetter, Mark 1985. „Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”. **American Journal of Sociology**, 1991.

Granovetter, Mark 1992. „Problems of Explanation in Economic Sociology” **Networks and Organizations: Structure, Form and Action** (N. Nohria & R. Eccles, eds.) Boston: Harvard University Press.

Granovetter, Mark 1995. „The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs”, **The Economic Sociology of Immigration** (A. Portes ed.) New York: Russell Sage Foundation.

Jowitt, Ken 1992. **New World Disorder: The Leninist Extinction**. Berkeley: University of California Press.

Lăzăroiu, Sebastian 1999. „Constructorii. Riscuri și strategii.” **Fețele schimbării: Românii și provocările tranziției** (I. Berevoescu, D. Chiribucă, M. Comșa, N. Grigorescu, A. Aldea Lăzăroiu, S. Lăzăroiu, M. Pană, L. Pop, S. M. Stănculescu). București: Ed. Nemira.

Lazerson, Mark 1995. „A New Phoenix?: Modern Putting-out in the Modena Knitwear Industry” **Administrative Science Quarterly** 40.

Long, Scott 1997. **Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables**. London: Sage Publications.

Polanyi, Karl. 1944. **The Great Transformation**. New York: Holt, Rinehart.

Portes, Alejandro & Patricia Landolt 1996 „The downside of social capital” **The American Prospect** 26, May-June.

Putnam, Robert 1993. **Making Democracy Work**. Princeton: Princeton University Press.

Putnam, Robert 1995. „Bowling alone: America’s declining social capital.” **Journal of Democracy** 6/1.

Stoica, Augustin Cătălin 1999. **Waiting for Godot? Entrepreneurs in Post-Socialist Romania**. Working papers, Sociology Department, Stanford University.

Szelenyi, Ivan and Eric Kostello 1996. „The Market Transition Debate: Towards a Synthesis?” **American Journal of Sociology** 101.

Sztompka, Piotr 1999. **Trust: A Sociological Theory** Cambridge: Cambridge University Press. (in curs de aparitie).

Uzzi, Brian 1996. "The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect" **American Sociological Review**, Vol. 61, No. 4.

Walder, Andrew G. 1986. **Communist Neo-Traditionalism: Work and Authority in Chinese Industry**. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.

Wank, David L. 1999. **Commodifying**

Communism: Business, Trust and Politics in a Chinese City. New York: Cambridge University Press.

Woolcock, Michael 1998. "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework" **Theory and Society** 27.

Williamson, Oliver 1994. "Transaction Costs Economics and Organization Theory" **Handbook of Economic Sociology** (N. J. Smesler & R. Swedberg, ed.) Princeton: Princeton University Press.