

DRUMUL ANTREPRENORIAL: FĂRĂ ÎNCREDERE DAR CU RELAȚII

Dumitru Sandu

Antreprenoriatul ca inovație socială

A fi antreprenor într-o economie de piață în formare este o inovație socială. Înseamnă să înveți un rol nou care este departe de ceea ce comunismul a propus sau, mai exact spus, a impus, ca model de socializare. Să înveți un rol nou într-un mediu nefavorabil – aceasta este marea provocare a antreprenorilor rurali din România. Mediul începutului din anii 1990 este descurajant: sărăcia zonelor rurale, scăderea cererii de pe piețele urbane din cauza declinului economic general, o agricultură ineficientă, în trecere de la cooperative de producție constituite prin forță la o agricultură privată lipsită de resursele de bază pentru o agricultură modernă. Sate sărace², o agricultură slab productivă și o forță de muncă rurală cu un capital uman specific scăzut³ pentru decizii antreprenoriale sunt notele de bază ale contextului începutului economiei de piață în zonele rurale.

Cât de frecvent este comportamentul antreprenorial în comunitățile rurale? Care sunt mecanismele de adoptare și difuziune? Care sunt cei care au adoptat primii noutatea, care este profilul lor economic, social și cul-

tural? Care sunt constrângerile structurale ale procesului de difuziune? Care sunt factorii care influențează viteza și selectivitatea difuziunii? Lista de întrebări relevante pentru acest subiect ar putea continua. Pentru scopul studiului este suficient să ne concentrăm asupra rolului jucat de capitalul social (CS) în influențarea orientării antreprenoriale la populația rurală. Pentru a răspunde la această întrebare trebuie să avem o imagine largă a principalilor factori care favorizează comportamentele antreprenoriale în mediul rural.

Imaginea principalilor factori care favorizează mișcarea antreprenorială va fi prezentată la nivel național. Va fi folosit un set de date obținute printr-un sondaj pe un eșantion reprezentativ statistic la nivel național⁴.

Interacțiunile ca locatari în casa capitalului social

CS este considerat ca un stoc de valori relevante pentru sociabilitate. Funcția lor este de a favoriza deținerea pozitivă a modelelor de interacțiune și de a reduce costurile tranzacțiilor în procesele de interacțiune. Într-un mod foarte sintetic, se poate spune despre CS că este sociabilitate productivă care are consecințe asupra creșterii altor stocuri de capital

¹ Studiul reprezintă o parte din cercetarea *Capital Social și Antreprenoriat în Comunitățile Rurale Românești*, realizată în baza unui grant obținut din partea Băncii Mondiale în anul 1999 și a grantului CNCSU referitor la *Capital Uman și Dezvoltare Regională*. Analiza la nivel național este completată prin abordări teoretice și patru studii de comunitate desfășurate în localități din Muntenia. Echipa de cercetare este formată din Ionica Berevoescu, Andra Lăzăroiu, Sebastian Lăzăroiu, Cosima Rughiniș, Lucian Pop, Manuela Sofia Stănculescu și semnatarul acestui material (în calitate de coordonator).

² Mortalitatea infantilă era în 1996 de 25,6 %0 pentru comunele rurale și 18,5%0 pentru zonele urbane.

³ Procentul de populație rurală angajată în muncă, care absolvise numai școala medie sau școala elementară, era în 1997 de 59% față de 40% la orașe.

⁴ Setul de date a fost produs prin *Barometrul resurselor socio-umane ale reformei*, cercetare finanțată de Fundația pentru o Societate Deschisă, etapa 1998. În analiză au fost cumulate datele din cele două valuri ale sondajului – iunie (culegere de date CURS) și noiembrie (culegere de date METROMEDIA TRANSILVANIA). Descrierea eșantionului în Dumitru Sandu, "Proiectarea eșantioanelor pentru barometrul 1998", anexă la I. Berevoescu, D. Chiribuca, M. Comșa, N. Grigorescu, A. Lăzăroiu, S. Lăzăroiu, M. Pană, L. Pop, S.M. Stănculescu, *Fetele Schimbării. Românii și provocările tranziției*, București, Editura Nemira, 1999

de natură materială, umană sau chiar socială. În funcție de spațiul de interacțiune unde consecințele sociabilității productive sunt manifeste, se poate vorbi de capital social personal, familial, comunitar, organizațional și societal.

Încrederea, asocierea și toleranța formează nucleul de valori al CS. Reciprocitatea implicită este dimensiunea latentă fundamentală a tuturor acestor valori. Țesătura socială este construită și întreținută prin interese înalt specifice dar și de așteptări difuze de satisfacere a necesității de reciprocitate în cadrul proceselor de interacțiune. Ideea că mai curând sau mai târziu, direct sau indirect, eu sau cei asemănători mie, vor obține ceva în schimb pentru ceea ce am dat, este baza încrederii, toleranței și asocierii.

Toleranța este forma slabă a încrederii interpersonale sau intergrupale.⁵ Amândouă fenomenele implică o definiție pozitivă a celuiilalt și o reducere a costurilor tranzacției. O persoană tolerantă va fi, foarte probabil, caracterizată de un înalt grad de adoptare a unei culturi a deschiderii, având ca bază încrederea. Încrederea și toleranța sunt amândouă forme de manifestare a aceleiași culturi a deschiderii.

Dificultățile de măsurare a CS sunt legate de faptul că noțiunea semnifică un subset de valori care este parte a unui set mai

mare aparținând de ceea ce ar putea fi denumit, "cultură a deschiderii", o cultură care favorizează comunicarea și sociabilitatea. Încrederea, toleranța și orientarea spre cooperare funcționează în strânsă legătură cu deschiderea către noi experiențe, acceptarea riscului calculat și moralitate.⁶ Cultura deschiderii este specifică "spațiilor sociale deschise" caracterizate prin resursele înalte de status și mediu.⁷ Grupul de valori care formează miezul culturii deschiderii este identificabil ca o realitate empirică prin studii pe mai multe culturi cum ar fi studiul valorilor mondiale din 1990-1991 sub eticheta de "sindromul cultural al bunăstării". Din punctul de vedere al unui astfel de studiu, valorile post-materialiste sunt foarte apropiate de încredere, toleranță, echilibrul sentimentelor pozitive.⁸

Un al doilea motiv pentru dificultățile de măsurare a CS este acela că noțiunea se referă la o funcție și nu la o entitate. Este vorba despre funcția unor forme de sociabilitate de a contribui la reducerea costurilor tranzacțiilor și la reducerea complexității sociale. La fel ca banii, puterea și dragostea, încrederea și valorile asociate ei formează un mediu de comunicare.⁹ Regulile de reciprocitate ale acestui mediu favorizează reciprocitatea schimburilor, "noi" față de "eu", "măine" față de "astăzi".

⁵ Niklas Luhman consideră că o funcție de bază a încrederii este aceea de creștere a toleranței la nesiguranță (apud Barbara Misztai, **Trust in Modern Societies. The Search for the Basis of Social Order**, Politz Press, 1996, p.73). Din acest punct de vedere, toleranța intergrup poate fi considerată ca fiind o consecință a încrederii.

⁶ Probitatea ca trăsătură morală este inclusă de Giddens în definiția încrederii (confidence) ca un concept care cuprinde încrederea (trust): "Încrederea (trust) poate fi definită ca încredere (confidence) în seriozitatea unei persoane sau a unui sistem, referitoare la un set dat de rezultate sau evenimente, unde încrederea (confidence) reprezintă convingerea în probitatea sau dragostea altuia, sau în corectitudinea unor principii abstracte (cunoștință tehnică)," **The Consequences of Modernity**, Stanford University Press, 1990, p. 34. "Încrederea în persoane – spune Giddens în aceeași lucrare, subliniind importanța evaluărilor morale pentru încredere – implică angajamente vizibile în care sunt căutați indicatori de integritate sau de alt tip (cu o anumită arie de acțiune)," (p. 88)

⁷ Dumitru Sandu, **Sociologia tranziției. Valori și tipuri sociale în România**, Editura Staff, București, 1996, pp. 114-122.

⁸ Ronald Inglehart, **Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies**. Princeton, Princeton University Press, 1997, p. 82.

⁹ Niklas Luhmann consideră că dragostea, banii, puterea și încrederea sunt mediile simbolice de schimb generalizat (**Love as Passion. The codification of intimacy**, Harvard University Press, 1986, p. 6). El dezvoltă teoria lui Talcott Parsons despre mediile simbolice de interacțiune identificate ca fiind banii, puterea, influența și angajamentele generalizate (Talcott Parsons, **On Institutions and Evolution**, University of Chicago Press, 1982)

Capitalul social este un concept umbrelă. El este ca o clădire locuită de câteva familii de concepte. Camerele clădirii (adică dimensiunile conceptului) uneori comunică, alteori nu. Așa cum se vede din exterior, clădirea este aceeași la sate și orașe. Când te uiți mai de aproape, din interior, mai este valabilă imaginea de similitudine? Este capitalul social structurat în același mod la sate și la orașe? Cine sunt, în termeni de analogie, locatarii clădirii capitalului social? Strict vorbind, ei nu sunt persoane. Sunt un fel de ființe stranie construite din relații. Locuitorii clădirii capitalului social sunt relații - între persoane, între instituții sau între persoane și instituții. Datele studiului ar putea vorbi numai de unele camere din clădire, adică acelea ocupate de relațiile persoană-persoană, persoană-instituție, sau persoană-grup. Ele nu pot vorbi despre relațiile instituție-instituție. Chiar și relațiile dintre persoane sau de tipul persoană-instituție nu sunt complet vizibile prin intermediul datelor de sondaj. Prin sondaj obținem simpla evaluare a oamenilor despre aceste relații și nu o imagine obiectivă a lor.

Antreprenoriatul ca răspuns la provocările mediului

Antreprenoriatul poate fi considerat, pentru actualele comunități rurale din

România, nu numai ca o inovație socială, ci și ca un set de răspunsuri la provocările mediului sau de mediu. Cele mai structurate provocări sunt acelea ale nesiguranței, sărăciei, corupției și disparităților regionale (Tabelul 1).

Într-un mediu social și economic foarte nesigur, a fi prudent în relațiile cu ceilalți este ca o strategie de viață. În situațiile tranziției societale se schimbă nu numai scena publică, cu evenimentele și reglementările ei, dar și comportamentul oamenilor. Mulți sărăcesc iar unii se îmbogățesc. Adoptarea unei noi strategii de viață pentru supraviețuire sau pentru succes este parte din procesul general de construire a unei noi societăți. Comportamentele nu sunt atât de previzibile. Regulile de comportament sunt excepționale. Te bazezi clar pe cei care îți sunt foarte apropiați (rude și prieteni în societate) și nu prea mult pe străini. Datorită schimbărilor din modelele comportamentale, multe cunoștințe anterioare se mută mai aproape de situația unui străin la care ești foarte atent atunci când interacționezi cu el. Frecvența ridicată a eșuării încercărilor de afaceri este un factor cheie care întărește nesiguranța și răspunsul ei - neîncrederea, prevederea.

Tabelul 1. Antreprenoriatul din perspectiva provocărilor și răspunsurilor

Provocări ale mediului pentru afaceri	Răspunsuri ipotetice în comportamentul antreprenorilor rurali
NESIGURANȚĂ. Inflație, evenimente publice mici dar cu consecințe mari, dificultăți de a face față reformelor structurale în condițiile sărăciei. Informare slabă asupra cererii, oportunităților, legislației. Viața scurtă a multor firme și eșuarea frecventă a activităților de afaceri	Valorizarea prudenței. Prudență în relațiile cu necunoscuți. Creșterea lipsei de încredere interpersonală și a neasumării riscului în timpul practicii antreprenoriale.
MEDIU LEGISLATIV NESTRUCTURAT PENTRU AFACERI. CORUPȚIE	Creșterea lipsei de încredere instituțională în timpul practicii antreprenoriale
CERERE MICĂ ȘI RESURSE SLABE. Cerere urbană mică pentru produse agricole. Sărăcie mare la sate.	Comportament antreprenorial difuz. Antreprenoriat formal și informal.
VARIAȚIE REGIONALĂ MARE A OPORTUNITĂȚILOR DE AFACERI	Regiunea ca factor relevant pentru antreprenoriat. Regiunile structurate în funcție de criteriile de dezvoltare sunt mai importante pentru afaceri decât regiunile culturale

Diferite forme de capital – uman, material, relații de UTILITATE și cele legate de încredere – vor juca un rol în inițierea și dezvoltarea unei afaceri, în confruntarea cu riscurile și incertitudinea. Dar a fi antreprenor nu este o simplă combinație a diferitelor

forme de capital. Catalizatorul lor principal va fi probabil de natură culturală. Asumarea riscului sau aversiunea pentru risc și adoptarea ideologiilor de piață vor juca probabil rolul variabilelor cheie în apariția comportamentului antreprenorial (Figura 1).

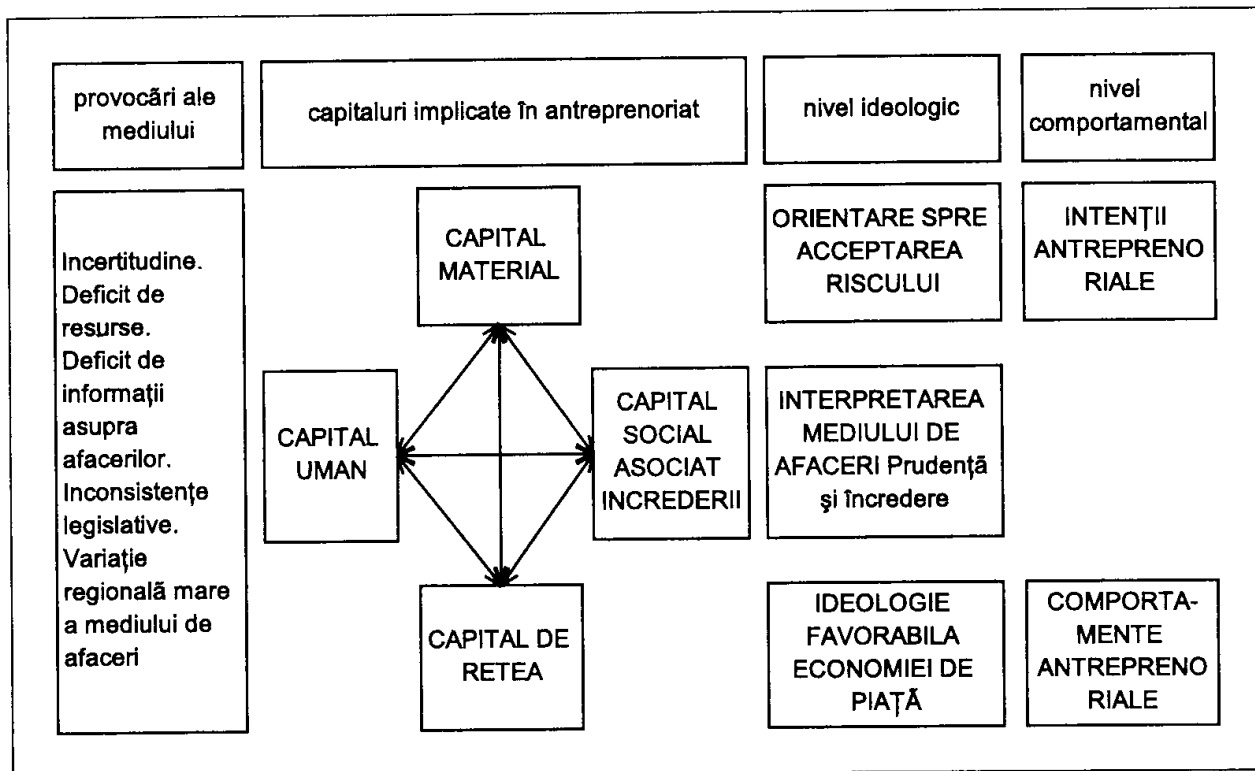


Figura 1. Componentele analitice ale procesului antreprenorial

Sub provocarea incertitudinii mediului, toleranța la risc și neîncrederea ar putea merge împreună. Neîncrederea este o reacție la o definire negativă a mediului. La nivel personal, neîncrederea este o definiție negativă a situației sociale. La nivel comunitar, prin agregare, funcția sa este de a mări costurile tranzacției și, implicit, de a reduce capitalul social comunitar. Neîncrederea este mai mult o formă de strategie de supraviețuire, opusă încrederii care este o strategie de creștere sau dezvoltare. Mediul poate să transforme un simțământ inițial de neîncredere într-o spirală a unei definiri negative în creștere sau să reducă intensitatea acesteia, odată ce semnele pozitive se acumulează în timpul practicării interacțiunii.

Toleranța la risc este un mod practic de a recunoaște că mediul este nou și în schimbare.

Este un mod de a trece de la o modernitate latentă, care exista la anumite segmente sociale în timpul comunismului, la o modernitate activă a capitalismului.

Antreprenori prin dorință, intenție și comportament

Proporția de antreprenori efectivi din totalul populației active a satelor este foarte scăzută, de circa 4%. Orientarea antreprenorială a populației rurale nu este limitată la această sferă. Ea include, de asemenea, segmentul de populație care exprimă o intenție de a deschide o afacere sau o întreprindere sau care ar dori cel puțin să aibă una. Antreprenorii "prin intenție" și "prin dorință" (Tabelul 2) reprezintă aproximativ 20% din populația rurală adultă.

Tabelul 2 Definierea operațională a tipurilor antreprenoriale

Comportament antreprenorial			Tip de antreprenori*
are o afacere particulară	intenționează să își deschidă o afacere	și-ar deschide o afacere având o mare sumă de bani	
nu	nu	Nu	non întreprinzător
nu	nu	Da	întreprinzător "prin dorință"
nu	da	nu	întreprinzător "prin intenție"
nu	da	da	
da	nu	nu	întreprinzător "prin comportament"
da	nu	da	
da	da	nu	
da	da	da	

*Antreprenorii prin dorință și cei prin intenție sunt tipuri ideale. 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. Dorință și intenția sunt asociate. Antreprenorul prin dorință este un tip ideal în sensul că se referă nu la toții 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. Nevoia de a opera cu tipuri ideale și nu empirice este asociată și cu intenția studiului de a stabili o corespondență între tipul de antreprenor și valorile antreprenoriale, secvențele procesului de difuziune a inovației sociale care se cheamă antreprenariat. Datele de sondaj cu care lucrăm nu permit o distincție între antreprenor și patron. La nivel conceptual ea există, în planul datelor empirice nu a funcționat, însă, o astfel de delimitare.

Cele trei categorii de antreprenori au un profil de status foarte diferit. În mod general, antreprenorii sunt mai tineri decât non-întreprinzătorii. Cei mai noi dintre întreprinzători sunt aceia în stadiul de intenție. Cei mai vechi antreprenori sunt cei care au deja o firmă. Antreprenorii prin comportament sunt mai bogați decât cei care se află în stadiul de intenție¹⁰. Ei sunt recrutați, în mare parte, dintre foștii lideri din vremurile comuniste și din segmentul managerilor actuali.

Întregul set de date din Tabelul 4 sugerează imaginea unui proces în care cei care au

adoptat mai devreme antreprenoriatul au fost, în mare parte, foști și actuali manageri. Acest lucru este în concordanță cu percepția generală că la rădăcina procesului se afla conversiunea relațiilor sociale utile făcute în timpul comunismului în capital material pentru întreprinderile private ale capitalismului incipient din prezent. În același segment al celor care au adoptat timpuriu antreprenoriatul, există, de asemenea, o mare proporție de persoane care au loturi mari de pământ.

Tabel 3 Intenția de a deschide o afacere pe tip de mediu rezidențial (%)

Tip antreprenorial	Rural	Urban	Total
Non întreprinzător	73,9	56,5	64,3
Întreprinzător prin dorință	9,9	13,1	11,7
Întreprinzător prin intenție	11,8	22,7	17,8
Întreprinzător prin comportament	4,4	7,7	6,2
Total %	100	100	100
N	1103	1355	2458

Sursa: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998

¹⁰ O primă analiză a orientării antreprenoriatului folosind date ale primului val al sondajului FSD 1998 a fost făcută de Sebastian Lăzăroiu în I. Berevoescu, D. Chiribucă, M. Comșa, N. Grigorescu, A. Lăzăroiu, M. Pană, L. Pop, S.M. Stănculescu, **Fețele Schimbării. României și provocările tranziției**, București, Editura Nemira, 1999, capitolul 2.5. S. Lăzăroiu este interesat de variația antreprenoriatului la nivel național, fără diferențiere între comunitățile rurale și urbane. El distinge numai două categorii de întreprinzători din punctul de vedere al asumării riscului. Tipologia noastră este proiectată pe baza unei ipoteze diferite, adică dorința, intenția sau comportamentul îndeplinit care sunt stadii relevante pentru adoptarea antreprenoriatului ca inovație socială. Chiar dacă datele și abordările sunt diferite, unele concluzii ale ambelor analize sunt comune. El identifică vârsta, modernitatea individuală și sfera RELAȚIILOR utile drept predictorii relevanți ai antreprenoriatului. Încrederea scăzută interpersonală și instituțională a antreprenorilor este, de asemenea, observată de ambele analize.

Teoretic, suprafața mai mare de pământ deținută de întreprinzători poate fi considerată, de asemenea, ca o sursă a îmbogățirii. Antreprenorii au avut posesiuni mai mari de la începutul carierei lor sau și-au mărit posesiunile în timpul carierei ca antreprenori.

Comportamentul antreprenorial provine din gospodării destul de înstărite, cu un număr destul de mare de membri adulți.

Un număr crescut de membri adulți în condiția familiilor îmbătrânite arată că primii antreprenori rurali au provenit din familii rurale mai puțin afectate de plecările prin migrare. În termeni de specialitate, "pionierii" antreprenorialului rural s-au selectat cu mai mare intensitate din segmentul de specialiști agricoli și persoane cu pregătire economică.

Tabelul 4. Profilul status-ului antreprenorilor rurali

	Non- antreprenori	Tipuri de antreprenori		
		prin dorință	prin intenție	prin comportament
Vârstă medie	51,93	39,56	36,27	42,53
Procent de bărbați	44	56	62	61
Scor pentru educație (media pe o scală de la 1 la 7)	3,25	4,41	4,33	4,41
Nota medie pentru indicele BUNURILOR durabile	0,58	1,27	1,19	1,37
Procentul celor care au autoturism propriu	17	43	38	63
Suprafața medie a terenului în proprietate (ha)	2,17	2,22	2,23	2,88
Indicele dezvoltării șeptelului ANIMALE (medie)	2,33	4,48	2,90	2,89
Indicele nivelului de educație la nivel de familie EDSTOCK (medie)	5,58	7,35	6,14	6,66
Numărul de persoane ADULTE din gospodărie (medie)	2,70	3,09	3,12	3,22
Procent de persoane care au FOST manageri* în timpul comunismului	9	17	15	27
Procent de persoane care sunt manageri* în prezent	2	10	08	31

Sursa: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998

* Au cel puțin trei persoane în subordine

Foștii ingineri agronomi, tehnicienii și economiștii cooperativelor sau întreprinderilor agricole au fost printre primii care s-au angajat în noul val de antreprenariat (Tabelul 5). Al doilea și al treilea val al recrutării lor a fost mai eterogen. Cu cât valul de antreprenariat este mai recent, cu atât mai eterogene sunt sursele sale sociale.

Profilul status-ului celor trei tipuri de antreprenori este sugestiv pentru profilul procesului difuziunii antreprenorialului. Antreprenorii prin comportament semnifică primul val. Antreprenorii prin intenție și do-

rință pot fi considerați ca semne posibile pentru al doilea și, respectiv, al treilea val al acestui proces. Al doilea și al treilea val nu va mai fi cel al foștilor sau actualilor conducători. Non-managerii vor fi din ce în ce mai prezenți pe scena dezvoltării economiei private în zonele rurale. Al treilea val va fi, foarte probabil, dominat de oameni care se bazează în mare măsură pe creșterea animalelor ca sursă principală pentru antreprenariat. Ei sunt aceia care au acumulat bunuri și alte resurse pentru a fi în poziția de a intra în afaceri.

Tabelul 5. Antreprenori după specialitatea ultimei forme de învățământ

Specialitatea ultimei forme de educație	Non-antreprenori	Antreprenori			Total	
		prin dorință	prin intenție	prin comportament	%	Număr
Nici una	88,6 ⁺	4,5 ⁻	4,9 ⁻	2,1 ⁻	100	533
Tehnic	58,5 ⁻	16,3 ⁺	19,8 ⁺	5,4	100	258
Agricol	69,7	6,6	14,5	9,2 ⁺	100	76
Economic	48,9 ⁻	21,3 ⁺	17,0	12,8 ⁺	100	47
Alta	61,4 ⁺	14,8 ⁺	18,0 ⁺	5,8	100	189
Total	73,9	9,9	11,8	4,4	100	1103

Sursa: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998

Pentru fiecare celulă a tabelului au fost calculate reziduuri standardizate ajustate, ca diferență standardizată dintre frecvențele așteptate și cele teoretice. Semnele +/- arată o celulă cu asociere semnificativă pozitivă/negativă între valorile coloanei și ale rândului pentru $p=0,05$. Exemplu de modul de interpretare a celulelor: 12,8% din persoanele care au absolvit școli economice, de nivel mediu sau înalt, sunt antreprenori prin comportament. Asociația dintre a fi antreprenor și absolvirea unei școli economice, este semnificativă pentru $p=0,05$.

Antreprenoriatul și încrederea

Antreprenorii prin comportament din comunitățile rurale sunt printre persoanele care au nivelurile cele mai reduse de încredere interpersonală. Ei cred cu mult mai puțin decât alte categorii ale populației în corectitudinea altor persoane și în instituțiile de ordine (poliție, justiție, armată, SRI). Toleranța lor etnică și încrederea în grupurile cu status diferit (jurnaliști, manageri, intelectuali) sunt printre cele mai ridicate. Este ca și cum antreprenorii ar spune – „grupurile care sunt diferite de noi sunt în regulă. Nu ne place foarte mult să interacționăm cu instituțiile de stat și cu indivizii care sunt diferiți”. Cum putem explica această diferență între încrederea interpersonală și instituțională și încrederea între grupurile etnice sau non-etnice? Este foarte posibil ca acest lucru să

se datoreze modelelor de interacțiune legate de munca lor. Instituțiile de ordine care reprezintă statul au o imagine negativă în mintea antreprenorilor.

Antreprenorii interacționează cu instituțiile statului mai mult decât alți oameni pentru a porni o afacere și pentru a o continua. O birocrație care mănâncă timp mult și care este adeseori coruptă aduce de multe ori insatisfacții și lipsă de încredere. Este foarte semnificativ faptul că aproape două treimi din antreprenorii rurali au afaceri de familie care au încetat. În cazul antreprenorilor prin dorință și intenție, proporția este sub 21%. Motivul pentru închiderea unei afaceri poate fi legat de piață în sine, de contextul instituțional al afacerii, de costurile tranzacției asociate circulației input-urilor și output-urilor, calitatea umană a partenerilor etc.

Tabel 6. Indicii de încredere după tipul de antreprenor și de rezidență

	Indicele de încredere în				
	Alte persoane INTERPERS	Grupuri de status INTERGRUP	Grupuri etnice ETNIC	Instituții de ordine normativă ORDINE	Instituții dependente politic POLITIC
Subșantion rural	-54	-4	-28	1	-23
Non-antreprenori	-50	-5	-29	3	-22
Antreprenori prin dorință	-61	2	-24	-3	-23
Antreprenori prin intenție	-66	-7	-31	-4	-28
Antreprenori prin comportament	-73	0	-17	-13	-26
Subșantion urban	-61	-5	-21	-13	-30
Non-antreprenori	-59	-7	-23	-11	-31
Antreprenori prin dorință	-63	1	-15	-9	-16
Antreprenori prin intenție	-67	-6	-21	-17	-36
Antreprenori prin comportament	-61	7	-17	-23	-37
	-58	-5	-24	-7	-27

Sursă: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998

Structura empirică a capitalului social

Cel puțin trei "ocupanți-concept" locuiesc în casa capitalului social: încredere în instituții, încredere difuză și relații sau legături de interes (UTILITATE) (Figura 2). Încrederea difuză este cea mai importantă componentă a capitalului social. Acest tip de încredere se manifestă mai ales prin încredere interpersonală, toleranță etnică și interacțiuni interpersonale pentru vizite, discuții și petreceri. Toleranța etnică pare să fie cel mai important indicator al încrederii difuze. Dacă ai încredere în minoritățile naționale ești înclinat să

ai încredere în alte persoane în general și să interacționezi mai des cu ei prin vizite, convorbiri sau petreceri.

Încrederea în instituții este măsurată cu datele disponibile prin încrederea în armată, poliție, judecătoria și Serviciul Român de Informații (etichetate ca instituții ale ordinii), încrederea în primărie și în unele categorii de actori instituționali (jurnaliști, intelectuali și manageri). UTILITATEA relațiilor este considerată a fi mai mare dacă persoana este membru în diferite asociații și are o aric de cuprindere mai mare de relații pentru rezolvarea unor probleme legate de sănătate, justiție, poliție, administrație, bănci și găsirea unei slujbe.

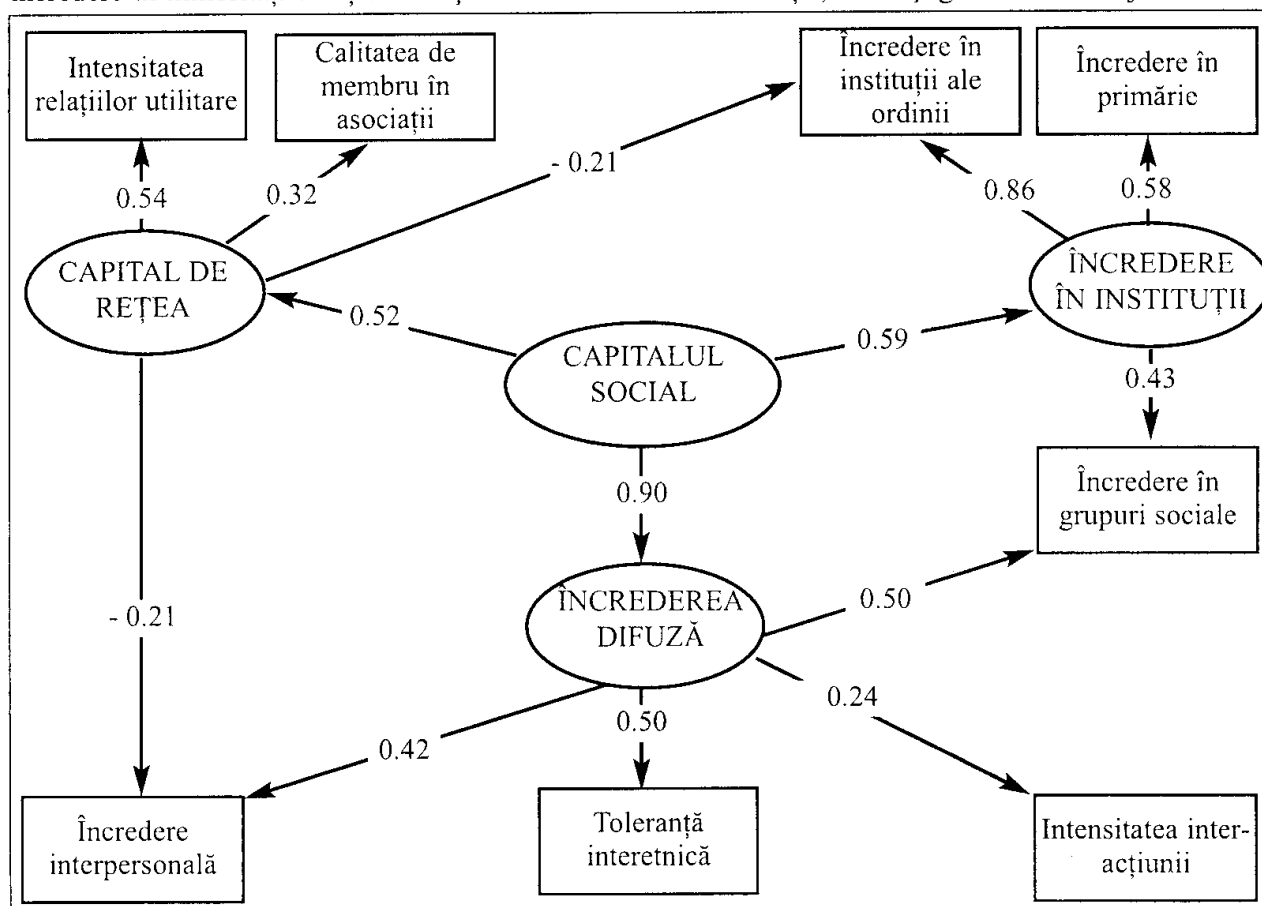


Figura 2. Structura capitalului social în comunitățile rurale

Formele ovale indică variabilele latente. Dreptunghiurile specifică variabilele manifeste care au fost măsurate direct. Toate cifrele sunt coeficienți path, coeficienți care diferă semnificativ de 0 pentru $p=0,05$. Pentru construirea modelului path cu variabile latente a fost folosit programul AMOS. Corelațiile deduse asociate cu modelul prezentat nu diferă semnificativ de cele empirice: $\chi^2=20,61$, $p=0,11$. Diagrama path indică o analiză factorială de gradul doi.¹¹ Termenii eroare pentru fiecare variabilă endogenă nu sunt prezentați în diagramă.

¹¹ K. Joreskog și D. Sorbom, *LISREL 7 USER'S REFERENCE GUIDE*, First Edition, Scientific Software Inc., 1989.

Formele ovale indică variabile latente. Dreptunghiurile specifică variabilele manifeste care au fost măsurate direct. Toate cifrele sunt coeficienți path, coeficienți care diferă semnificativ de 0 pentru $p=0,05$. Pentru construirea modelului path cu variabile latente a fost folosit programul AMOS. Corelațiile deduse asociate cu modelul prezentat nu diferă semnificativ de cele empirice: $\chi^2=18,20$, $p=0,15$. Trei covariații care nu sunt marcate grafic în figură au fost permise în model, și anume acelea dintre variabilele eroare asociate cu: relațiile de UTILITATE a interesului-încrederea intergrup, apartenența la o asociație-încrederea interpersonală, încrederea în instituțiile de ordine-relații de UTILITATE.

“Rădăcinile” capitalului social

Capitalul social are rădăcini în status, vârstă, rezidență și regiune. Configurația rădăcinilor este diferită în funcție de tipul de capital social. Chiar dacă luăm în considerare o gamă largă de posibili factori de condiționare, variația explicată a încrederii

(Tabel 7, Tabel A2) este foarte scăzută. Aceasta înseamnă că are rădăcini culturale adânci care sunt dificil de identificat. Cei câțiva factori de prezicere care pot fi mășurați și sunt semnificativi, trebuie luați în considerație cu atenție, întrucât pot fi folositori ca bază pentru înțelegerea fenomenului capitalului social.

Tabel 7. Predictori ai variabilelor încrederii pentru persoanele din comunitățile rurale

Predictori	Variabile dependente în modele de regresie multiplă				
	Încredere în instituțiile de ORDINE	Încredere în PRIMĂRIE	Încredere INTERPERSONALĂ	Toleranță ETNICĂ	Încredere INTERGRUP
VÂRSTĂ	(-0,00)	0,11	0,07	0,07	0,13
Educație	-0,13	-0,08	-0,08	(0,04)	(0,05)
BĂRBAT (1 da, 0 nu)	(0,04)	(0,03)	(0,00)	(0,03)	(-0,02)
BUNURI durabile	(-0,04)	(0,00)	(-0,04)	(-0,05)	(0,03)
Dezvoltarea rurală DEVJUD	-0,09	(-0,06)	(-0,02)	0,06	(-0,02)
Aversiunea la risc RISCAVER	0,10	0,08	(-0,02)	(0,01)	(-0,02)
Satisfacția față de venitul propriu	0,11	0,10	(0,05)	0,07	0,11
Localizarea în regiunile centrale sau vestice ale țării CENTWEST	0,09	0,08	0,07	0,23	(0,05)
R ²	0,05	0,04	0,02	0,08	0,03
Media	0,95	0,59	-54,25	-28,09	-4,39
Deviația standard	45,45	66,01	53,34	36,12	41,64

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998. Volumul subșantionului rural N=1103. Toți coeficienții path care nu sunt plasați între () sunt semnificativi pentru $p=0,05$.

Educația tinde să se prezinte ca un predictor legat invers proporțional, în cazul comunităților rurale, cu indicatorii de încredere pentru interacțiunea interpersonală și în instituții. Persoanele cu pregătire superioară din sate au un avantaj mai mare de relații de interes dar sunt mai lipsiți de încredere. Încrederea în instituții

este deosebit de scăzută în cazul oamenilor de la țară cu nivel de educație mai ridicat. Toleranța etnică nu pare să fie mai mare la locuitorii satelor cu o pregătire școlară mai bună. Această relație este pozitivă și semnificativă în cazul persoanelor educate din mediul urban: ele sunt mai tolerante la alte grupuri etnice.

Bunăstarea subiectivă a locuitorilor de la sate este mai relevantă pentru atitudinile de încredere decât bunăstarea obiectivă. Un status material autodefinit ca fiind mai bun este favorabil pentru o mai mare încredere în instituții, pentru toleranța etnică și pentru încrederea în diferitele grupuri care includ actorii unor instituții (jurnaliști, intelectuali, manageri).

Toleranța etnică, unul dintre indicatorii cheie ai capitalului social difuz în comunitățile rurale și urbane, este explicată în principal prin factori regionali, prin cultura și dezvoltarea regională. Localizarea persoanelor în zonele centrale și vestice ale țării (Transilvania, Banat și Crișana-Maramureș) este un factor care favorizează toleranța etnică (Tabel A3).

Localizarea regională contează pentru toleranță mai ales în zonele rurale. Populația rurală din județele mai dezvoltate și din comunele mai eterogene din punct de vedere etnic și religios este mai tolerantă cu alte grupuri etnice. Lipsa de toleranță sau nivele scăzute ale ei sunt specifice zonelor slab dezvoltate sau cu o populație omogenă, din estul și sudul țării.

Între variabilele de status, bunăstarea subiectivă este unul dintre factorii cei mai relevanți pentru încrederea etnică. O stare materială bună, conform propriei definiții, este favorabilă pentru toleranța etnică în comunitățile rurale și urbane. Posesiunile obiective nu contează semnificativ. Educația nu este legată linear de încrederea etnică. Persoanele cu pregătire universitară de la orașe și de la sate sunt mai tolerante. La sate, per-

soanele cu educație slabă sunt, de asemenea, mai tolerante. Persoanele cu educație medie de la sate sunt printre cele mai intolerante (Tabel A4).

Aversiunea la risc este corelată negativ cu toleranța etnică numai pentru populația urbană. Cu cât este mai mare înclinația de a accepta riscul, cu atât mai mare este toleranța etnică. O aversiune mică pentru risc este o caracteristică de bază pentru modernitatea individuală¹². Întrucât acest predictor este prezent semnificativ numai în cazul populației urbane, se poate formula ipoteza că toleranța etnică este mai intens legată de cultura modernității la orașe decât la sate. Toleranța rurală și, în general, capitalul social difuz sunt mai dependente de status-ul personal decât de cultura personală care este independentă de status.

Densitatea relațiilor sociale în care persoana este implicată are o componentă utilitară directă (indicele de UTILITATE) dat de numărul de legături folositoare posibile pentru rezolvarea problemelor practice și de fațeta de UTILITATE potențială asociată cu frecvența interacțiunilor INTERPERSONALE. Relațiile de UTILITATE sunt mai dense în cazul oamenilor cu pregătire superioară și cu posesiuni materiale mai bogate, localizate în zonele centrale și vestice ale țării și care au avut experiență de conducători înainte de 1989 (Tabel 8). Cultural vorbind, aceste persoane își asumă riscuri, sunt deschise la experiențe noi și practică o mare expunere la mass-media. Acesta este profilul persoanelor cu relații multe, indiferent dacă locuiesc la sat sau la oraș.

Tabelul 8. Predictorii ai variabilelor care măsoară caracteristici ale rețelelor sociale

Predictori	Variabila dependentă – densitatea relațiilor de UTILITATE		Variabila dependentă – intensitatea interacțiunilor INTERPERSONALE	
	rural	urban	rural	urban
VÂRSTA	(0,04)	-0,12	(0,04)	-0,12
BĂRBAT (1 da, 0 nu)	-0,06	(-0,02)	(-0,04)	(-0,01)
BUNURI durabile	0,15	0,16	0,08	(-0,01)
Aversiunea la risc RISC AVR	-0,06	-0,08	(0,03)	(-0,01)
Localizare în zonele centrale sau vestice ale țării CENTWEST	0,08	0,08	0,06	(0,01)
Educație	0,19	0,19	-0,08	(-0,04)
ȘEF în timpul comunismului (1 da, 0 nu)	0,09	0,05	(-0,01)	(-0,03)
SĂNĂTATEA subiectivă	0,07	(0,03)	(0,05)	(0,06)
Consumul de MEDIA	0,14	0,06	0,11	0,10
Orientat către RUDE	(-0,05)	(-0,04)	0,13	0,09
R ²	0,21	0,18	0,05	0,04

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998. Volumul subșantionului rural N=1103. Toți coeficienții path care nu sunt plasați între () sunt semnificativi pentru p=0,05.

¹² Deschiderea către noi experiențe s-a dovedit a fi un indicator cheie al sindromului modernității individuale, Alex Inkeles, "Making Men Modern: On the Causes and Consequences of Individual Change in Six Developing Countries", in Alex Inkeles, Masamichi Sasaki (eds.) *Comparing Nations and Cultures. Readings in a Cross-Disciplinary Perspective*, Prentice Hall, 1996, p.572.

La orașe, oamenii cu relații de sferă extinsă sunt mai tineri. La sate, în mod surprinzător, este vorba de femei. Observația este valabilă numai pentru condițiile ipotetice al controlului celorlalte variabile de status, mai ales educația. Până la nivelul liceului, implicarea bărbaților și femeilor în rețele de UTILITATE este aproximativ aceeași. La acest nivel de educație, femeile sunt mai mult implicate în relațiile de UTILITATE decât bărbații. Pe o scală de la 0 la 6, indicele mediu de UTILITATE este 3,5 pentru femeile de la țară față de 2,6 pentru bărbații de la țară. Al doilea aspect al implicării în rețele – intensitatea interacțiunilor INTERPERSONALE – are un profil cauzal diferit. La țară, persoanele care sunt cele mai active în vizite, discuții și petreceri sunt oameni destul de bogați dar cu educație puțină, localizați în regiunile centrale și vestice ale țării. Rețeaua lor este formată în primul rând de rude. Pentru orașeni, intensitatea interacțiunilor interpersonale este condiționată în primul rând de tăria legăturilor cu rudele.

De unde vin antreprenorii?

Orientarea antreprenorială este mai mare pentru persoanele tinere care au multe relații și capital material. Educația în sine nu este un factor favorizant al antreprenoriului. Ceea ce contează este “educația personală relativă la stocul de educație din familie¹³”. Educația personală poate fi mai mare, egală sau mai mică decât nota generală pentru gradul de educație a familiei. Un fel de inconsistență educațională la nivelul familiei este favorabilă orientării antreprenoriale în cazul tinerelor persoane de sex masculin cu un status educațional mai ridicat decât cel al restului membrilor familiei. Din acest punct de vedere se poate considera că a fi mai bine educat decât restul membrilor familiei este o situație provocatoare care favorizează ori-

entarea antreprenorială. Antreprenorii tind să fie cele mai educate persoane din familiile cu un grad relativ scăzut de educație. Relațiile de UTILITATE sunt, de asemenea, o variabilă cheie care favorizează orientarea antreprenorială. Rolul lor par să fie mai mare în comunitățile de la sate decât în cele urbane.

Localizarea geografică nu pare să fie un factor relevant pentru antreprenoriat odată ce controlăm vârsta, educația, legăturile sociale și aversiunea la risc. Aceasta este o diferență semnificativă în compararea factorilor explicativi pentru capitalul social și pentru antreprenoriat. Capitalul social este puternic înrădăcinat în localizarea geografică. Antreprenoriatul nu depinde atât de cultura regională independentă de variabilele de status.

Așa cum era de așteptat, antreprenorii rurali și urbani își asumă riscuri, sunt deschiși spre noi experiențe și sprijină ideologia privatizării. Antreprenorii rurali, mai mult decât cei urbani, au un ridicat potențial pentru acțiune civică, declarându-se ei înșiși gata de a protesta în spații publice dacă este necesar.

Factorii menționați mai sus favorizează antreprenoriatul în configurații diferite pentru tipuri diferite de antreprenoriat (Tabel 10). Antreprenorii prin comportament, au mai ales o bogată educație relativă, relații multe și capital material. Ideologic, ei sunt orientați pro-privatizare. Antreprenorii prin intenție, aceia care sunt hotărâți să-și deschidă o afacere, au cel mai specificat profil cauzal. Sunt persoane tinere, cu bogate resurse materiale și sociale, cu o aversiune scăzută față de risc și cu o mare abilitate de a fi activi în locurile publice. Antreprenorii prin dorință au profilul cel mai difuz. Ei sunt persoane tinere cu o bună condiție materială, care sprijină ideologia privatizării.

¹³ O gospodărie poate include mai multe familii. Întrucât proporția de gospodării multifamiliale este foarte scăzută în România (92% din gospodăriile de familie sunt formate numai dintr-o familie nucleu, conform cu datele recensământului din 1992), am folosit aici “familie” și “gospodărie” ca termeni interșanjabili.

Tabel 9. Predictorii ai orientării antreprenoriale

Predictori	Eșantion rural		Eșantion urban	
	coeficienți de regresie nestandardizați	coeficienți de regresie standardizați	coeficienți de regresie nestandardizați	coeficienți de regresie standardizați
Termen constant	(0,22)	*	0,78	*
VÂRSTĂ	-0,01	-0,15	-0,01	-0,24
BĂRBAT (1 da, 0 nu)	0,18	0,11	0,19	0,09
Educație	(0,01)	(0,01)	(-0,01)	(-0,01)
Educația personală ridicată în raport cu cea specifică familiei de apartenență EDRELATIV	0,17	0,08	0,20	0,08
BUNURI durabile	0,15	0,15	0,14	0,13
UTILITATE Densitatea relațiilor folositoare	0,08	0,15	0,05	0,10
Localizare în regiunile centrale sau vestice ale țării	(0,04)	(0,02)	(0,07)	(0,03)
Ar PROTESTA în locuri publice dacă ar fi necesar	0,04	0,06	(0,02)	(0,02)
Aversiunea la risc RISCAVER	-0,10	-0,10	-0,10	-0,09
PROPRIV în favoarea privatizării	0,09	0,11	0,08	0,08
R ²	0,23		0,18	
Număr de cazuri	1083	1083	1347	1347

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998. Volumul subeșantionului rural N=1103. Toți coeficienții path care nu sunt plasați între () sunt semnificativi pentru p=0,05.

Se pare că antreprenorii prin dorință sunt în principal persoane cu o situație materială destul de bună, care sprijină ideea privatizării. Ei nu au un profil de status foarte specific. Ei diferă de celelalte două tipuri de antreprenori

prin faptul că nu au relații sociale care să-i ajute în afaceri. Cultural vorbind, cel mai pronunțat profil din punctul de vedere cultural, este acela al antreprenorilor prin intenție. Numai în cazul lor aversiunea la risc este deosebit de mică.

Tabel 10. Factori care favorizează (+) sau descurajează (-) comportamentele antreprenoriale

	Antreprenori prin comportament	Antreprenori prin intenție	Antreprenori prin dorință
VÂRSTA	0	-	-
BĂRBAT (1 da, 0 nu)	0	+	0
Educație	0	0	0
Educația personală referitoare la familie EDRELATIV	+	0	0
BUNURI durabile	+	+	+
UTILITATE Densitatea relațiilor folositoare	+	+	
Localizare în regiunile centrale sau vestice ale țării	0	0	0
Ar PROTESTA în locuri publice dacă ar fi necesar	0	+	0
Aversiunea la risc RISCAVER	0	-	0
PROPRIV în favoarea privatizării	+		+

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1989. Fiecare coloană a tabelului rezumă rezultatele unui model de regresie logistică în care tipul de antreprenor este variabilă dependentă fictivă. Coeficienții nesemnificativi pentru $p=0,05$ sunt marcați cu 0. Creșterea șanselor pentru situația de fi antreprenor de tipul marcat de variabila din coloană este simbolizat cu +. Scăderea șanselor pentru evenimentul asociat cu variabila dependentă și cu predictorul rândului este marcată prin -. Exemplu de mod de citire a tabelului: șansele de a fi un antreprenor prin comportament sunt mărite prin creșterea factorului UTILITATE, controlând toți ceilalți trei predictorii.

Caracteristicile antreprenorului rural sunt deosebit de relevante în cazul persoanelor care lucrează în arendă. Ca toți ceilalți antreprenori, ei provin din gospodării cu multe relații sociale folositoare. Experiența de conducere din perioada comunistă are aici o relevanță directă. Influența acestei variabile asupra antreprenoriatului agricol nu se face numai prin intermediul capitalului relațional dar și în mod direct. Arendarea este favorizată de deținerea de mici suprafețe de teren agricol. Este ca și cum luarea în arendă ar fi un răspuns economic la inconsistența status-ului familiei, la situația de tensiune existentă între slabele resurse de educație și de pământ care contrastează cu marele capital al relațiilor folositoare. Apariția unui asemenea răspuns comportamental este legat mai ales de condițiile din zonele de câmpie.

Prezența în cadrul familiei a cel puțin o persoană care să fi avut o poziție de conducere înainte de 1989 are o dublă semnificație pentru antreprenoriatul agricol.¹⁴ Dacă fostele poziții de conducere sunt asociate cu deținerea unei mici suprafețe de teren, strategia de viață cea mai probabilă este aceea de luare în arendă. Ca o tendință, fostele poziții de conducere sunt asociate cu suprafețe mai mari de teren agricol în proprietate și cu un nivel mai ridicat de educație la nivel de familie. Acest tip de conjunctură nu este favorabil pentru comportamente de luare în arendă. Familiile în această situație promovează alte strategii de viață.

Luarea în arendă depinde într-o mare măsură de status-ul gospodăriei. Ceea ce contează pentru adoptarea rolului de antreprenor agricol sunt terenul, educația, vârsta și relațiile sociale.

Concluzii

1. Difuzarea socială a antreprenoriatului în comunitățile rurale este foarte favorizată de capitalul relațional, de relațiile de UTILITATE pe care persoana le poate activa. Sătenii care au multe relații folositoare cu persoane din instituții (în administrație, bănci, sistemul sanitar, poliție etc.) au mai multe șanse să devină antreprenori.

2. Să devii antreprenor este o problemă de status și cultură. Probabilitatea de a ajunge în această nouă poziție socio-economică este mai mare pentru persoanele care o duc destul de bine, care au un nivel ridicat de educație în familie. Nu atât nivelul de educație în sine contează pentru înclinarea spre antreprenoriat, cât educația relativă (Tabel 9). Un fel de inconsistență a familiei în statusul educațional este favorabilă antreprenoriatului în situațiile în care un membru al familiei, adult, tânăr și de sex masculin este mai educat decât ceilalți adulți ale aceleiași familii și dacă acesta este orientat către risc.

3. Accesibilitatea la relațiile sociale folositoare este condiționată semnificativ de experiența de conducere în perioada comunistă și de avere. Posesiunea de resurse materiale și de experiență de conducere înainte de 1989 sunt factori cheie pentru gradul de diversitate al relațiilor sociale folositoare. Observația este în concordanță cu teoriile care spun că în perioada de tranziție post-comunistă a avut loc un tip de conversie a conducătorilor din timpul comunismului în oameni de afaceri¹⁵.

4. Practica antreprenoriatului în condițiile unei economii instabile și a unei societăți marcate de fenomene de anomie (funcționare defectuoasă a normelor sociale pentru ordonarea interacțiunilor sociale) implică un nivel redus de încredere interpersonală (Figura 4).

¹⁴ Dumitru Sandu, "Cine sunt antreprenorii din agricultura de tranziție?", *Sociologie Românească*, 1/1999.

¹⁵ Vezi, spre exemplu, Akos Rona-Tas, "The First Shall Be The Last? Entrepreneurship and Communist Cadres in the Transition from Socialism", *American Journal of Sociology*, July 1994

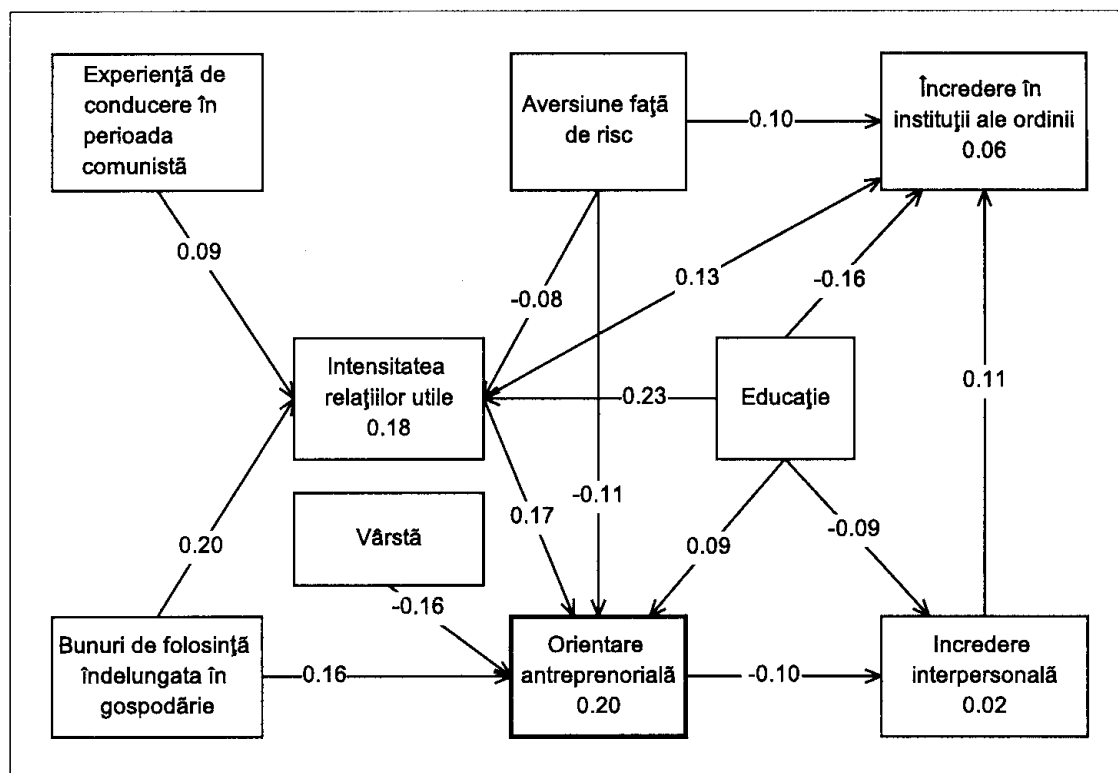


Figura 4. Un model path al antreprenoriatului și al capitalului social în comunitățile rurale

Toate cifrele din grafic sunt coeficienți path care sunt semnificativ diferiți de 0 pentru $p=0,05$. Programul AMOS a fost folosit pentru construirea modelului path. Corelațiile teoretice asociate cu modelul prezentat nu diferă semnificativ de cele empirice: $\chi^2=13,85$, $p=0,24$.

5. A fi antreprenor într-un stadiu mai avansat – de la dorință la intenție, la practică timpurie și mai târziu la practică regulată în cadrul unei firme proprii – este în concordanță cu nivelurile mai scăzute de încredere interpersonală. Frecvența ridicată a opririi și reluării afacerilor este o dovadă de cât de advers este mediul pentru afaceri.

6. Capitalul social este o condiție și un efect al antreprenoriatului. Este un factor de condiționare prin rețele de UTILITATE și este efect prin fenomenul de încredere. Mai ales încrederea interpersonală pare să fie afectată negativ de practicarea antreprenoriatului într-un mediu dezorganizat. Relația negativă dintre antreprenoriat și încrederea interpersonală se manifestă numai în comunitățile rurale. În comunitățile urbane relația este nesemnificativă din punct de vedere statistic. Diferența dintre cele două tipuri de comunități din acest punct de vedere, indică existența mai multor

condiții adverse pentru antreprenori în comunitățile rurale, în comparație cu comunitățile urbane.

7. Faptul de a avea acces la persoanele din instituțiile cheie care sunt relevante pentru afacere și pentru viața de zi cu zi este un factor care favorizează încrederea în instituții. Datele studiului arată clar că persoanele care au cea mai mare încredere în instituțiile de stat sunt cele mai puțin educate, cu mai multe relații personale în acele instituții și sunt în general înclinate să aibă încredere în alte persoane.

8. Capitalul uman este un factor cheie pentru capitalul social al antreprenorilor. Studiile superioare sunt acompaniate de o mai mare înclinare spre antreprenoriat și de un criticism mai activ al instituțiilor și a concetătenilor (Figura 4). O analiză mai detaliată, controlând mai mulți predictorii, arată că nu atât educația în sine contează pentru

antreprenoriatul rural, cât educația relativă. O mai mare probabilitate de a adopta inovația care se cheamă antreprenoriat este dată de faptul de a fi mai educat în contextul familiei persoanei respective. Aversiunea la risc este al doilea factor cheie al capitalului uman, relevant pentru antreprenoriat și pentru capitalul social. Modul în care acest factor cultural este legat de capitalul social este diferențiat în funcție de tipul de interacțiune. O mare abilitate de a-și asuma riscuri este favorabilă dezvoltării unei largi rețele de relații folositoare și antreprenoriatului. Aceeași abilitate este însoțită de un nivel scăzut de încredere în instituții.

9. Din punctul de vedere practic, pe baza observațiilor acestei analize, se poate formula ideea că abilitatea de asumare a riscului este mai importantă decât încrederea interpersonală pentru difuziunea antreprenoriatului, în condițiile date ale zonelor rurale din România.

10. Antreprenoriatul, ca orice altă inovație socială, a început să se difuzeze în valuri care au o selectivitate diferențiată. Se pot recunoaște caracteristicile primului, celui de-al doilea și celui de-al treilea val la nivelul antreprenorilor prin comportament față de cei prin intenție și față de cei prin dorință. Antreprenorii prin comportament, sau primul val de antreprenori, sunt bogați mai ales la capitalul educația relativă, capital material și de rețea. Ideologic, ei sunt orientați în favoarea privatizării. Antreprenorii prin intenție, aceia care sunt hotărâți să-și deschidă o afacere au cel mai structurat profil cauzal. Ei sunt tineri, cu multe relații sociale și mult capital material, cu o aversiune scăzută față de risc și cu o mare abilitate de a fi activi în spații publice. Antreprenorii prin dorință, aceia care nu intenționează să-și deschidă o afacere, dar care și-ar deschide una dacă ar avea o sumă mare de bani, au cel mai difuz profil. Ei sunt tineri cu o situație materială bună, sprijinind ideea privatizării. Sunt diferiți de celelalte două tipuri de antreprenori prin faptul că nu au relații sociale serioase care să-i ajute să-și dezvolte o afacere. Cultural vorbind, cel mai cristalizat profil din punct de vedere cultural este acela al antreprenorilor prin intenție.

Numai în cazul lor aversiunea la risc este deosebit de scăzută.

11. Capitalul social rural este clar structurat în patru dimensiuni: a) încredere difuză și cooperare, b) încredere în instituții, c) capital relațional și d) integrarea instituțiilor oficiale prin funcționarea lor. Datele studiului pot revela numai conținutul primelor trei dimensiuni. Având în vedere aceste limitări, prima concluzie este cea care susține ipoteza unui capital social operațional, care efectiv "lucrează", nu numai cea a unui concept umbrelă, multidimensional: încrederea difuză, încrederea în instituții și capitalul de rețea sunt manifestări ale unei dimensiuni unice, latente, care poate fi etichetată drept capital social (Figura 2).

12. Capitalul social rural este mai "fracturat" decât capitalul social urban. Încrederea interpersonală în comunitățile rurale este relaționată negativ cu intensitatea și gradul de extindere a rețelei de relații sociale.

13. O diferență majoră între capitalul social rural și urban se referă la locul sau semnificația interacțiunii interpersonale. La sate intensitatea acestei interacțiuni este semnificativă pentru încrederea difuză. La orașe, aceeași variabilă este semnificativă pentru evantaiul de relații personale utile (Figura 2 și Figura 3). Pe scurt, vizitele, discuțiile și petrecerile au o semnificație diferită în cele două comunități. La sate, ele sunt o dovadă a încrederii difuze și a cooperării. La orașe, aceleași tipuri de comportament sunt relevante pentru modul în care se realizează interesul. Interacțiunea urbană este mai concentrată asupra intereselor decât cea rurală.

14. Toleranța etnică este unul dintre cele mai puternice semne ale intensității capitalului social într-o comunitate rurală sau urbană dată. Integrarea toleranței etnice în analiza capitalului social este foarte de folos pentru evidențierea complexității fenomenului de sociabilitate productivă. Localizarea regională contează pentru toleranță mai ales în zonele rurale. Populația rurală din județele mai dezvoltate și din comunele care sunt mai eterogene din punct de vedere etnic și religios este mai tolerantă sub aspect etnic. Lipsa de toleranță sau niveluri scăzute ale acesteia sunt

specifice zonelor slab dezvoltate, locuite de o populație omogenă, localizate în sudul și estul țării.

15. Aversiunea la risc este relaționată negativ cu toleranța etnică numai la populația urbană. Cu cât este mai mare înclinarea de a accepta riscul, cu atât este mai mare toleranța etnică. Aversiunea scăzută la risc este caracteristica de bază a modernității individuale.

Întrucât predictorul este prezent semnificativ numai la populația urbană se poate formula ipoteza că toleranța etnică este legată mai îndeaproape de cultura modernității la orașe decât la sate. Toleranța rurală și, în general, capitalul social difuz sunt mai dependente de status-ul personal decât de cultura personală independentă de status, specifică diferitelor regiuni culturale.

Tabele anexă

Tabel A1. Variabile folosite pentru analizarea datelor de sondaj la nivel național, 1998

ADULT Numărul de persoane adulte (peste 18 ani) din gospodărie.
ANIMALE Indice al gradului de dezvoltare a activităților zootehnice din gospodărie, calculat ca sumă ponderată: (număr de vaci + 0,35* număr de porci + număr de oi*0,12 + 0,04*număr de păsări).
ASOCIAT Persoana este membru al unei asociații (1 da, 0 nu)
BANI Satisfacția față de banii pe care îi are persoana, pe o scală de la 1 (deloc satisfăcut) până la 4 (foarte satisfăcut).
BĂRBAT Genul înregistrat cu 1 pentru masculin și 0 pentru feminin.
BUNURI Măsură numerică a dotării gospodăriei cu bunuri de valoare de lungă durată – televizor color, frigider și mașină de spălat automată (amplitudine între 0 și 3).
CENTWEST Localizarea în zona de centru-vest a țării, în regiunile istorice Transilvania, Banat sau Crișana-Maramureș (1 da, 0 nu). Aceasta este o regiune cu o diversitate etnică mai mare și cu un nivel de dezvoltare mai ridicat decât al celorlalte regiuni ale țării.
DEVJUD Un indice de tip scor factorial format din șase indicatori ai dezvoltării județului în 1995. ¹⁶ Toate persoanele intervievate dintr-un județ au primit valoarea indicelui.
EDRELATIV Educația personală relativ la educația familiei: raportul scorului educației personale la valoarea totală a educației familiei.(=EDUC/EDSTOCK). Recodificările pentru nivelul personal de educație se fac în conformitate cu regulile menționate pentru EDSTOCK.
EDSTOCK Indice al educației totale a gospodăriei. Nota educației pentru fiecare membru adult a familiei este codificat 0 – fără educație, 4 – școală primară, 8 – gimnaziu, 10 – școală profesională, 12 – liceu, 14 – școală post-liceală, 16 pregătire universitară. Media notei educației membrilor adulți ai gospodăriei este calculată ca măsură a valorii educației.
EDUCAȚIE 1 fără școală, 2 până la 4 clase, 3 gimnaziu, 4 școală profesională, 5 liceu, 6 școală post-liceală, 7 colegiu terminat.
ETNIC indice de încredere în alte grupuri etnice în afară de cel propriu. Au fost cinci întrebări despre părerea persoanei (foarte bună, bună, rea, foarte rea) despre cinci grupuri etnice (români, unguri, țigani, sași și evrei). Fiecare scală de 4 puncte a fost notată cu 1 (încredere maximă), 0,5, 0, -0,5 și -1 (lipsă de încredere maximă). Cele cinci note sunt adunate, împărțite la cinci pentru a da o medie care este înmulțită cu 100 (amplitudine între -100 și 100).

¹⁶ Indicii incluși în analiza factorială sunt măsuri ale capitalului uman, infrastructurii de aducțiune a apei curente, folosirii forței de muncă, capitalului material al gospodăriilor din rural, stării de sănătate (Sandu 1998).

FOST manager în comunism (1 da, 0 nu).

INTERACȚIUNE Indice a intensității interacțiunii. Persoanele intervievate sunt întrebată cât de des își vizitează vecinii, rudele și colegii (3 itemi); cât de des petrec timp împreună și discută problemele vieții de zi cu zi cu vecinii, rudele și colegii (6 itemi). Fiecare scală de 4 puncte a fost notată cu 1 (frecvență maximă), 0,5, 0, -0,5 și -1 (frecvență minimă). Cele nouă note sunt adunate, împărțite la 9 pentru a da o medie și înmulțite cu 100 (amplitudine între -100 și 100).

INTERGRUP Indice al încrederii intergrup. Persoanele intervievate sunt întrebată în legătură cu încrederea lor în intelectuali, manageri, jurnaliști. Fiecare scală de 4 puncte este formată din 1 (încredere maximă), 0,5, 0, -0,5 și -1 (lipsă de încredere maximă). Cele 3 note au fost adunate, împărțite la 3 pentru a obține o medie care este multiplicată cu 100 (amplitudine între -100 și 100).

INTERPERS Indice al încrederii interpersonale pentru problemele de acord cu propoziții care spun că "te poți încrede în cea mai mare parte din oameni", "cea mai mare parte a oamenilor sunt cinstiți" și "cea mai mare parte a oamenilor încearcă să-i ajute pe ceilalți". Fiecare scală de 4 puncte este formată din 1 (încredere maximă), 0,5, 0, -0,5 și -1 (lipsă de încredere maximă). Cele 3 note au fost adunate, împărțite la 3 pentru a obține o medie care este multiplicată cu 100 (amplitudine între -100 și 100).

MEDIA. Consumul de mas-media. Scor factorial de trei teme care se referă la frecvența citirii ziarelor, ascultării la radio sau privirii la televizor. Fiecare subiect are o scală de 4 puncte.

ORDINE. Încrederea în instituțiile de ORDINE. Persoanele intervievate au fost întrebată despre încrederea lor în poliție, armată, SRI, justiție. Fiecare scală de 4 puncte este formată din 1 (încredere maximă), 0,5, 0, -0,5 și -1 (lipsă de încredere maximă). Cele 4 note au fost adunate, împărțite la 4 pentru a obține o medie care este multiplicată cu 100 (amplitudine între -100 și 100).

PRIMAR Încredere în primărie. Fiecare punct de pe scală a fost notat cu 1 (încredere maximă), 0,5, 0, -0,5 și -1 (încredere minimă). Notele au fost multiplicat cu 100 pentru a obține un indice de încredere comparabil cu ceilalți din analiză.

PROPRIV Măsurarea sprijinirii privatizării construită ca un indice al opiniilor că: "privatizarea este bună pentru familia mea", "privatizarea va aduce creșterea bunăstării țării" și "procesul de privatizare trebuie să fie mai rapid" (amplitudine de valori între 0 și 3).

PROTEST Un indice de numărare al acordului cu declarații că este bine să protesteze prin petiții scrise, marșuri de stradă, greve și greva foamei (amplitudine între 0 și 4).

RISCAVER Aversiunea la risc măsurată printr-un scor factorial de 3 itemi: acord cu faptul că obiceiurile ar trebui să ne ghideze în viață, acord cu ideea că o slujbă prost plătită este de preferat dacă este sigură, față de o slujbă bine plătită dar nesigură, acord cu declarația că lucrurile vechi experimentate sunt mai bune decât cele noi. Toți itemii au scale de 4 puncte. Non-răspunsurile sunt înlocuite cu medii ale itemilor.

RUDE Cele mai de ajutor persoane sunt rudele (1 da, 0 nu).

SĂNĂTATE Satisfacția față de starea proprie de sănătate (scală de patre puncte).

ȘEF în timpul comunismului (1 da, 0 nu), adică, a avut cel puțin trei subordonați.

UTILITATE Un indice de numărare al situației în care persoanele ar avea relații pentru a rezolva problemele legate de: sănătate, justiție, administrație, poliție, bancă, găsirea unei noi slujbe. Indicele ia valori între 0 (nici o relație utilă) și 8 (implicare maximă în rețele de UTILITATE).

VÂRSTĂ Măsurarea vârstei persoanelor în ani împliniți

Tabel A2. Predictorii ai variabilelor capitalului social pentru persoanele din comunitățile urbane

Predictori	Variabile dependente în modele de regresie multiplă				
	Încredere în instituțiile de ORDINE	Încredere în PRIMĂRIE	Încredere INTERPERSONALĂ	Toleranță ETNICĂ	Încredere INTERGRUP
VĂRSTĂ	(0,00)	(-0,00)	(0,05)	0,08	0,07
Educație	(-0,04)	(-0,05)	(0,04)	0,09	0,07
BĂRBAT (1 da, 0 nu)	(-0,01)	(-0,04)	(0,03)	(0,02)	(-0,03)
BUNURI durabile	(-0,04)	(-0,02)	(0,00)	(0,02)	0,06
Dezvoltarea rurală DEVJUD	-0,08	(-0,02)	(0,00)	(-0,00)	(-0,07)
Aversiunea la risc RISCAVER	0,09	(0,10)	(0,01)	-0,07	(-0,05)
Satisfacția față de venitul propriu	0,09	(0,09)	0,09	0,06	0,17
Localizarea în regiunile centrale sau vestice ale țării CENTWEST	0,07	(0,08)	(0,05)	0,24	(0,00)
R ²	0,03	0,03	0,02	0,08	0,05
Media	-13,21	-17,68	-61,28	-21,15	-4,69
Deviația standard	47,46	0,81	62,03	38,97	40,87

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998. Volumul subeșantionului rural N=1355. Toți coeficienții path care nu sunt plasați între () sunt semnificativi pentru p=0,05.

Tabel A3. Modele complete care explică toleranța etnică urbană și rurală

Predictori	Toleranța etnică ca variabilă dependentă			
	Eșantion urban		Eșantion rural	
	coeficienți de regresie standardizați	coeficienți de regresie nestandardizați	coeficienți de regresie standardizați	coeficienți de regresie nestandardizați
Termen liber	*	-58,25	*	-50,40
VĂRSTĂ	0,06	0,15	(0,03)	(0,06)
BĂRBAT (1 da, 0 nu)	(0,02)	(1,90)	(0,05)	(3,62)
Educație primară	(0,01)	(1,87)	0,10	8,26
Educație liceu	(0,03)	(2,59)	(0,06)	(5,72)
Educație universitate	0,11	10,50	0,09	12,63
BUNURI durabile	(0,02)	(0,74)	(-0,05)	(-1,98)
Satisfacție față de venitul propriu	0,06	2,98	0,08	3,53
Aversiunea la risc RISCAVER	-0,06	-2,39	(0,02)	(0,79)
DIVERSITATE religioasă în comunitate	(0,05)	(0,96)	0,10	1,33
Dezvoltarea județului DEVJUD	(0,00)	(0,00)	0,07	0,25
Localizarea în regiunile centrale sau vestice	0,20	16,35	0,19	14,43
R ²	0,08		0,10	

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998. Toți coeficienții path care nu sunt plasați între () sunt semnificativi pentru p=0,05. Coeficienții de regresie standardizați sunt comparabili pe coloane. Coeficienții de regresie nestandardizați sunt comparabili pe rânduri, între cele două modele.

Tabel A4. Toleranța etnică după rezidență și educație

Nivel de educație încheiată	Eșantion rural	Eșantion urban	Total
Analfabet	-23	-24	-23
Elementară	-25	-23	-25
Gimnaziu	-33	-24	-30
Profesională	-29	-26	-27
Liceu	-28	-23	-24
Post-liceală	-16	-15	-15
Universitate	-24	-12	-14
	-28	-21	-24

Sursa datelor primare: Barometrul de opinie publică al FSD, 1998. Valorile din tabel sunt medii ale indicelui toleranței ETNICE, cu o variație posibilă între -100 (intoleranță maximă) și 100 (toleranță maximă).