

# **Antreprenoriatul de subzistență și unele reprezentări asupra șanselor de dezvoltare economică în ruralul Munților Apuseni**

*Mihai Pascaru, Călina Ana Buțiu, Ionela Gavrilă-Paven  
Universitatea « 1 Decembrie 1918 » Alba Iulia*

## **1. Antreprenoriatul de subzistență în Munții Apuseni**

### **1.1. Antreprenor și antreprenoriat**

A fi antreprenor, remarca profesorul Dumitru Sandu, 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”, a învăța un rol nou într-un mediu nefavorabil reprezentând „marea provocare a antreprenorilor rurali din România” [5].

În termeni economici, antreprenorul este o persoană fizică autorizată sau persoană juridică care, în mod individual sau în asociere cu alte persoane fizice autorizate sau persoane juridice, organizează o societate comercială, denumită întreprindere, în vederea desfășurării de acte de comerț.

Proprietate a antreprenorului, societatea comercială (întreprinderea, firma) este o formă de organizare a unei activități economice, autonomă patrimonial și autorizată, în condițiile legii, să facă acte și fapte de comerț, în scopul obținerii de profit prin realizarea de bunuri materiale, respectiv prestarea de servicii, din vânzarea acestora pe piață, în condiții de concurență.

Buna funcționare a unei societăți comerciale sau firme este determinată de asigurarea resurselor umane, financiare, materiale și informaționale necesare, de existența unei baze materiale (clădiri, spații de producție, depozitare etc.), de echipamente (utilaje, instalații, aparatură), de active corporale și necorporale, în concordanță cu profilul, natura și amploarea obiectivelor sale propuse [3].

Dar, buna funcționare a unei societăți comerciale mai depinde și de climatul socio-economic general în care se desfășoară activitatea economică precum și, considerăm noi, de aspirațiile spre câștig ale antreprenorilor.

Pentru a reflecta diversitatea antreprenoriatului la nivel regional (Munții Apuseni), obiectul cercetărilor noastre l-au constituit firme care îmbracă una dintre următoarele forme juridice: □ Persoane fizice (PF); □ Asociații familiale (AF); □ Societăți cu răspundere limitată (SRL); □ Societăți pe acțiuni (SA).

Cele mai simplificate forme de organizare a unei firme sunt persoana fizică (PF) și asociația familială (AF).

Societățile cu răspundere limitată (SRL) au deja un caracter complex. Capitalul social este divizat în părți sociale netransmisibile decât cu acordul asociaților iar răspunderea este limitată la nivelul aportului de capital. Părțile sociale pot aparține și unui singur asociat, iar capitalul social minim necesar înființării este prin lege mai redus decât al societăților pe acțiuni.

Societățile pe acțiuni (SA) se organizează prin formarea capitalului social pe baza contribuției asociaților care subscriu și achită contravaloarea unui anumit număr de acțiuni, cu care proporțional au drepturi și obligații ce decurg din rezultatele afacerii. Acționarii nu sunt angajați patrimonial la acest tip de societate decât cu plata acțiunilor subscrise [2].

Complexitatea fenomenului antreprenorial în general, a antreprenoriatului rural în special, presupune o abordare multidisciplinară, conexiunea dintre știința economică și sociologie fiind una dintre cele mai prolifiche, după cum sperăm să se vadă și din studiul nostru de față.

## **1.2. Antreprenoriatul de subzistență. Investigații în Munții Apuseni 2005**

Zona Munților Apuseni cuprinde 4,7% din suprafața României, terenul agricol deține 3,6% din fondul funciar agricol al României, iar populația 1,7% din populația totală a țării. Din punct de vedere administrativ-teritorial Munții Apuseni se întind pe suprafața a șase județe: Alba, Arad, Bihor, Cluj, Hunedoara și Sălaj. Cea mai mare suprafață a acestei zone montane se extinde pe teritoriul județului Alba.

Din punct de vedere economic și social, zona se caracterizează prin cele mai defavorizate condiții: □ accesibilitate dificilă spre centrele urbane și rurale din cauza insuficienței căilor de comunicație; □ o intensitate ridicată a procesului de depopulare din cauza precarității condițiilor locale și o puternică îmbătrânire a populației, ceea ce va spori depopularea în viitor prin dispariția biologică; □ un nivel coborât al standardului de viață, puterea de cumpărare este foarte scăzută, prețurile majorității produselor fiind mai ridicate decât media pe țară; □ imposibilitatea valorificării surplusului de produse agricole (în special animale) din cauza izolării, a lipsei mijloacelor de transport, etc; □ infrastructura deficitară; □ pondere ridicată a numărului de șomeri din cauza restructurărilor din industria minieră și industria ușoară existente în zonă; □ valorificarea redusă a resurselor turistice a căror potențial este dintre cele mai ridicate atât în privința elementelor naturale inedite (forme carstice, peisaje naturale) cât și a bogăției culturale precum arhitectura specifică, portul, obiceiurile, etc. [1, 4].

Cu toate aceste condiții vitrege, antreprenoriatul a cunoscut o dezvoltare interesantă și în Munții Apuseni, după căderea comunismului în România (1989), primele firme fiind constituite încă din 1990.

În lotul nostru au fost cuprinse 53 de firme din zona Munților Apuseni (județul Alba, Romania), din 12 comune : Albac (7 firme, reprezentând 13,2% din lot), Bistra (7 ;13,2%) ; Ciuruleasa (4 ;7,5%); Gârda de Sus (6; 11,3%); Horea (4; 7,5%); Lupșa (5;9,4%); Meteș (5;9,4%); Mogoș (1; 1,9%); Poiana Vadului (4 ;7,5%); Poșaga (1; 1,9%); Sălciua (4; 7,5%); Scărișoara (5;9,4%).

În raport de statutul juridic al firmei din lotul nostru au făcut parte 10 persoane fizice autorizate (PF), reprezentând 18,9%, 13 asociații familiale (AF), reprezentând 24,5%, 29 de societăți cu răspundere limitată (SRL), reprezentând 54,7%, și 1 societate pe acțiuni (SA), reprezentând 1,9%. Persoanele fizice și asociațiile familiale reprezentau la un loc mai bine de 43% din totalul firmelor investigate.

Sectorul de activitate este extrem de important pentru caracterizarea generală a antreprenoriatului în zonă. În acest sens, s-a putut constata faptul că numai 5 firme (reprezentând 9,4%) activau în domeniul industriei, marea majoritate (42; 79,2%) desfășurându-și activitatea în domeniul serviciilor (comerț, alimentație publică, turism,

s.a.), șase dintre firme (11,3%) având în statut mai multe domenii de activitate. Nici una dintre firme nu avea activitate în sectorul primar (agricultură).

Utilizând o altă clasificare, cea a domeniului de activitate, am înregistrat faptul că 11 firme (20,8%) își desfășurau activitatea în turismul rural, 12 firme (22,6%) desfășurau o activitate specifică Munților Apuseni (exploatarea și debitarea materialului lemnos, mobilă) în timp ce mai mult de jumătate (30; 56,6%) se ocupă de comerț și alimentație publică. A se vedea și Tabelul 1.

Fiecărui antreprenor sau asociat i s-a cerut să descrie activitatea pe care o desfășoară. În baza acestei descrieri, am putut identifica în lotul nostru: 6 firme (11,3%) care desfășurau activitate exclusiv de alimentație publică, 19 firme (35,8%) specializate în comerț cu produse alimentare și nealimentare, 5 firme (9,4%) orientate exclusiv spre turism, 7 firme (13,2%) care se ocupau de comerț dar și de debitarea materialului lemnos, 3 firme (5,7%) care aveau drept obiect de activitate doar exploatarea materialului lemnos, 2 firme (3,9%) specializate pe realizarea de mobilă și 11 firme (20,8%) care desfășurau alte activități.

**Tabelul 1.** Domeniul de activitate al firmelor din lotul investigat

Domeniul de activitate	N	%	Cumulativ %
Turism rural	11	20,8	20,8
Prelucrarea lemnului	12	22,6	43,4
Comerț și alimentație publică	30	56,6	100,0
Total	53	100,0	

Din rândurile antreprenorilor sau asociaților investigați au făcut parte 31 de bărbați (58,5%) și 22 de femei (41,5%).

Pe categorii de vârstă: între 18 și 35 de ani, 16 (30,2%); între 36-60 ani, 35 (66%); 60 de ani și peste, 2 (3,8%).

Un număr de 46 de antreprenori (86,8%) erau născuți în zonă și 7 (13,2%) în afara zonei.

În funcție de școlaritate, cei mai mulți dintre antreprenorii cu care am discutat (30; 56,6%) aveau liceul sau școala postliceală, 11 (20,8) aveau studii superioare și 12 (22,6%) aveau 9-10 clase sau școala profesională.

În privința profesiei de bază, 10 antreprenori (18,9%) aveau profesii legate de industrie și agricultură, 36 (67,9%) aveau profesii legate de comerț și servicii și 7 (13,2%) aveau profesii legate de învățământ, administrație sau armată.

Pentru tema studiului nostru, aspectul cel mai important l-ar putea reprezenta opțiunea antreprenorilor cu privire la dezvoltarea afacerii în viitor. Din ancheta noastră a rezultat, conform datelor din Tabelul 2, faptul că 49 de antreprenori (92,5%) doreau dezvoltarea afacerii și doar 4 antreprenori (7,%) nu doreau acest lucru. Extinderea afacerilor se preconiza în direcția dezvoltării afacerii existente (32 de antreprenori; 60,4%) sau în direcția desfășurării altor activități, chiar și din alte domenii de activitate (16 antreprenori, reprezentând 32%).

**Tabelul 2.** Direcții în care se dorește dezvoltarea afacerii

Direcții de dezvoltare a afacerii	N	%
Dezvoltarea afacerii existente	32	60,4
Extinderea spre alte activități sau domenii	16	30,2
Nu este cazul	4	7,5
NS\NR	1	1,9
Total	53	100,0

O prezentare a unor direcții concrete de dezvoltare este cât se poate relevantă: □ „Achiziție utilaje prelucrare lemn (SRL, Gârda de Sus, 18-35 ani) □ „Agroturism” (SRL, Salciua, 36-60 ani); □ „Agroturism și comerț” (SRL, Horea, 36-60 ani); □ „Agroturismul, turismul, comerțul” (SRL, Horea, 36-60 ani, administrator); □ „Construirea unei uscătorii de lemn” (SRL, Bistra, 36-60 ani) ; □ „Creșterea animalelor” ( SRL, Lupșa, 36-60 ani) ; □ „Creșterea numărului de angajați, achiziționarea de utilaje” (SRL, Bistra, 36-60 ani); □ „Dezvoltarea parcului auto cu noi utilaje moderne de prelucrare lemn, mărirea capacității de producție și a cifrei de afaceri”(SRL, Albac, 36-60 ani) ; □ „Discotecă” (SRL, 3, Bistra, 18-35 ani) ; □ „Doresc dezvoltarea afacerii făcând investiții în același domeniu și mai mult în turism” (PF, 3, Scărișoara, 36-60 ani); □ „Extinderea capacității de cazare și modernizarea condițiilor oferite turiștilor, diversificarea serviciilor” (PF, 3, Gârda de Sus, 18-35 ani, administrator); □ „Extinderea spațiului (atelierului de tâmplarie), dezvoltarea afacerii prin transformarea PF în SRL cu mai mulți angajați” (PF, 4, Gârda de Sus, 18-35 ani); □ „Extinderea spațiului, achiziționarea de mașini moderne, contracte interne și externe” (SA, Bistra, 18-35 ani); □ modernizare și extindere locație - amenajare restaurant” (AF, Sălciua, 18-35 ani) ; □ „Teren de tenis, piscină, călărie (AF, Meteș, 36-60 ani).

Antreprenorii înșiși identifică și o serie de piedici posibile în dezvoltarea afacerilor. Pentru respondenții din ancheta noastră aceste piedici erau reprezentate de: 1) *lipsa resurselor financiare* (18 firme, reprezentând 26,4%), 2) *controalele autorităților și fiscalitatea* (5 antreprenori; 9,4%), 3) *dinamica imprevizibilă a prețurilor*, 4) *lipsa mijloacelor de comunicație de tip internet* și 5) *precaritatea infrastructurii* (câte un antreprenor, reprezentând fiecare 1,9%). Un număr de 13 antreprenori (24,5%) indicau alte posibile piedici (de cele mai multe ori combinații ale celor mai sus amintite), iar conducătorii a 14 firme (26,4%) nu se pronunțau în legătură cu acest aspect. Vezi și Tabelul 3.

**Tabelul 3. Piedici posibile în dezvoltarea afacerii**

Piedici în dezvoltarea afacerii	N	%
Nu se pronunță	14	26,4
Resurse financiare	18	34,0
Infrastructura	1	1,9
Controalele autorităților și fiscalitatea	5	9,4
Lipsa mijloacelor de comunicație (internet)	1	1,9
Dinamica prețurilor	1	1,9
Altele	13	24,5
Total	53	100,0

Listei piedicilor anticipate este sugestivă, în opinia noastră: □ „Banii (SRL, Meteș, 18-35 ani); □ „Banii și amenzile primite de agenții economici în urma reclamațiilor făcute de diverși oameni(!)” (AF, Poiana Vadului, 36-60 ani); □ “Banii și drumul...” (SRL, 3, Poiana Vadului, 36-60 ani, administrator); □ „Birocrația din administrație și slaba implicare a puterii locale (primărie) în susținerea și informarea micilor întreprinzători” (SRL, Sălciua, 36-60 ani); □ „Birocrație, resurse financiare insuficiente, acces anevoios la credite mai mari (PF, Garda de Sus, 36-60 ani); □ „Cheltuieli, impozite, taxe, calitatea proastă a mărfurilor” (AF, Lupșa, 18-35 ani) ; □ „Controale de stat, prea multă mafie” (AF, Ciuruleasa, 18-35ani) ; □ „Fiscalitate mare, nivelul de cumpărare scăzut” (SRL, Ciuruleasa, 36-60 ani) ; □ „Impozite mari, drumuri necorespunzătoare” (SRL, Mogoș, 36-60 ani, administrator); □ „Infrastructura, pregătirea profesionala a personalului, lipsa unor cursuri de calificare” (SRL, Albac, 36-60 ani, administrator) ; □ „Infrastructura proastă, schimbarea frecventă a evidențelor contabile” (AF, Poșaga, 36-60 ani) ; □ „Lipsa informației, legislația care te încâtușează” (SRL, Sălciua, 36-60 ani) ; □ „Lipsa informațiilor despre localitate și zonă în general, potențialul turistic al zonei necunoscut, nepromovat” (SRL, Sălciua, 36-60 ani); □ „Resursele financiare, accesul anevoios la credite mari pe termen lung pentru investiții” (PF, Gârda de Sus, 18-35 ani); □ „Variațiile de prețuri” (SRL, Scărișoara, 36-60 ani, administrator).

Toate aceste piedici reflectă aspecte ale climatului economic și social în care antreprenorul trebuie să-și dezvolte afacerea.

Dar sub aspect psiho-sociologic interesant poate fi și nivelul aspirațiilor de câștig spre care antreprenorii se îndreaptă. În lotul nostru, așa cum se poate vedea și din Tabelul 4, 2 antreprenori (3,8%) considerau că o bună afacere trebuie să asigure strictul necesar familiei, 25 de antreprenori (47,2%) considerau că o bună afacere trebuie să asigure strictul necesar familiei și un câștig cât de mic, în timp ce 23 de antreprenori (43,4%) considerau că o bună afacere trebuie să asigure un câștig cât mai mare.

**Tabelul 4. Finalitățile unei bune afaceri**

Răspunsuri	N	%	Cumulativ %
Să asigure strictul necesar familiei	2	3,8	3,8
Să asigure strictul necesar familiei și un câștig cat de mic	25	47,2	50,9
Sa asigure un câștig cât mai mare	23	43,4	94,3
Alt răspuns (care)	3	5,7	100,0
Total	53	100,0	

Pe ansamblul lotului predomină antreprenorii care nu văd într-o afacere sursa unui câștig cât mai mare. Aceste rezultate ne-au îndreptățit pe noi să ne gândim la noțiuni precum „antreprenoriat de subzistență” sau „antreprenoriat la limita subzistenței”.

Totuși, este interesat de remarcat faptul că majoritatea celor care *doreau extinderea afacerii* făceau parte din categoria celor care considerau că o afacere „trebuie să asigure un câștig cât mai mare”. Dintre aceștia, cei mai mulți antreprenori doreau dezvoltarea afacerii existente. Dintre cei care se orientau spre alte afaceri majoritatea considerând că o afacere „trebuie să asigure strictul necesar familiei și un câștig cât de mic”.

## **2. Unele reprezentări asupra șanselor de dezvoltare economică în Microregiunea Albac-Scărișoara-Horea**

### **2.1. Probleme locale și reprezentări asupra oportunităților de dezvoltare**

Într-o altă cercetare realizată în 2005, orientarea spre antreprenoriat, ca strategie de viață în general, a fost studiată în microregiunea Albac-Scărișoara-Horea, deci tot în Munții Apuseni.

Cele trei comune avute de noi în vedere (Albac, Scărișoara și Horea) au câteva probleme majore comune de infrastructură (căi de transport și telecomunicație, alimentare cu apă etc.), rate ale sărăciei apropiate valoric, plasate cu mult peste media pe județ și ponderi mari ale populației în vârstă de peste 14 ani cu cel mult școala primară (Tabelul 3).

**Tabelul 5. Probleme ale comunelor Albac, Scărișoara și Horea reflectate în indicatori ai sărăciei**

Indicator	Albac	Scărișoara	Horea	Medie pe județ
Rata sărăciei	0,40	0,44	0,38	0,25
Pondere populație sub 16 ani	20,45	19,14	29,15	
Pondere populație 65 + ani	17,43	21,73	15,49	
Pondere populație de 15 + ani cu cel mult școala primară	28,7	38,71	34,13	17,86
Rata șomajului de durată	10,19	3,48	1,50	6,50
Pondere populație fără acces la apă curentă	78,8	87,52	82,77	45,74

Sursa: Comisia Antisărăcie și Promovare a Incluziunii Sociale, 2004 (date la nivelul anului 2003)

Diferențele înregistrate la indicatori ai capitalului uman (ponderi mai mari ale populației cu nivel de școlaritate scăzut în Scărișoara, rate mai mari ale șomajului de durată în Albac, procent mai mare de copii în Albac) dau notele particulare ale fiecărei comune dar sugerează o anume complementaritate într-un proiect de dezvoltare microregională. Deși capitalul natural este similar (zonă montană, favorabilă turismului, creșterii animalelor și exploatării lemnului), Scărișoara a fost cotate drept una din ele mai sărace 10% comune din România, în urma ierarhizării funcție de indicele sintetic al nivelului de dezvoltare comunitară (Sandu, 1999), fără să înregistreze progrese remarcabile în ultimii ani, în vreme ce Albacul (satul centru de comună) a fost declarat sat turistic (în 2005), pe baza potențialului natural, uman și de infrastructură turistică. Acesta ar putea constitui polul de dezvoltare a microregiunii.

Convergența intereselor celor trei comune poate fi reliefată din analiza reprezentărilor localnicilor privitoare la ceea ce, pe viitor, se poate dezvolta mai bine în localitate (Tabelul 5).

**Tabelul 6. Reprezentări privind oportunitățile de dezvoltare în microregiune**

	Albac		Scărișoara		Horea	
	N	%	N	%	N	%
Turismul	48	98,0	54	90,0	28	90,3
Creșterea animalelor	39	79,6	54	90,0	28	90,3
Industria lemnului	36	77,6	49	81,7	30	96,8
Prelucrarea laptelui	29	59,2	49	81,7	21	67,7
Comerțul	32	65,3	28	46,7	21	67,7
Meșteșugurile	24	49,0	38	63,3	18	58,1
Prelucrarea cărnii	16	32,7	38	63,3	19	61,3
Pomicultura	18	36,7	29	48,3	12	38,7
Cultura plantelor de câmp	10	2,4	27	40,5	11	35,5
Altă activitate economică*	5	10,2	7	11,7	4	12,9

\* *Albac*: exploatarea resurselor minerale (piatră, miniereuri neferoase); *Scărișoara*: exploatarea resurselor minerale, piscicultura, prelucrarea fructelor de pădure; *Horea*: culesul fructelor de pădure, croitorie, albinărit.

Numite aici reprezentări ale oportunităților de dezvoltare, datele furnizate de ancheta noastră demonstrează un acord cvasiunanim privitor la turism ca principala activitate economică care se poate dezvolta în microregiune. Excepție face industria lemnului, pentru subiecții din Horea (unde exploatarea și prelucrarea primară a lemnului este acum cea mai consistentă sursă de venit), care își reprezintă șansele dezvoltării prin prisma unei activități economice problematice sub aspectul dezvoltării durabile.

Într-un asemenea context psiho-social, suntem interesați de măsura în care spiritul antreprenorial și, asociată lui, strategia antreprenorială se pot extinde și pot provoca trecerea de la gospodăria țărănească (de subzistență, de regulă) la firmă.

## 2.2. Strategia țărănească și strategia antreprenorială

Din perspectivă economică, gospodăria țărănească este o microîntreprindere care asigură membrilor ei bunuri și produse alimentare de bază dar și venituri în bani, prin comercializarea surplusului obținut. Orientarea spre maximizarea surplusului în gospodărie ca microîntreprindere presupune investiție de capital material și forță de muncă, în detrimentul altor moduri de direcționare a resurselor. Centrarea pe gospodărie, fără investiții mari semnifică strategia țărănească [6] și slaba exploatare a oportunităților. Dimpotrivă, strategia antreprenorială, presupune investiții importante de capital prin asumarea riscurilor și exploatarea maximă a oportunităților.

Încercând să surprindem strategiile dominante în cele trei comunități (Tabelul 6), aflăm că în Horea și Albac, mai bine de o treime din respondenți optează pentru lucrul în gospodărie, cu resursele deținute și o mică parte din aceștia și-ar asuma riscul unui împrumut pentru investiții în gospodărie (strategia țărănească). *Ponderea celor care adoptă strategia antreprenorială, în cele două comunități, este sensibil apropiată și la o distanță mică de cea a gospodarilor convinși.* Munca salarială este considerată ca sursă a bunăstării pentru mai puțin de o cincime din respondenții din Albac și Horea și are importanță mai mare pentru cei din Scărișoara.

Strategia emigrării, adoptată într-un procent semnificativ la Scărișoara (16,7%) și de către nici un respondent din Horea, poate indica diferențele între potențialul de asigurare a bunăstării familiilor între cele două comunități, respectiv gradul în care oportunitățile de dezvoltare a comunităților pot fi exploatate pentru producerea bunăstării familiilor.

**Tabelul 7. Opțiuni strategice pentru bunăstarea gospodăriilor**

	Albac		Scărișoara		Horea	
	N	%	N	%	N	%
Să lucrăm în gospodărie cu ceea ce avem acum	18	36,7	14	23,3	12	38,7
Să facem un împrumut ca să investim în gospodărie	3	6,1	2	3,3	4	12,9
Să lucrăm la un patron (eu sau cei mai tineri din gospodărie)	0	0	0	0	0	0
Să fiu (eu sau cei mai tineri din gospodărie) angajat la stat	8	16,3	15	25,0	6	19,4
<b>Să facem un împrumut ca să începem / dezvoltăm o afacere</b>	<b>14</b>	<b>28,6</b>	<b>15</b>	<b>25,0</b>	<b>9</b>	<b>29,0</b>
Să plecăm unde se câștigă mai bine	4	8,2	10	16,7	0	0
NS /NR	2	4,1	3	5,0	0	0
TOTAL	49	100	60	100	31	100

Pe ansamblul celor trei comunități, observăm că strategia antreprenorială este pe locul doi după strategia subzistenței. Nici nu putem cere mai mult de vreme ce, așa cum se întâmplă în întreaga regiunea Munților Apuseni, populația este mult îmbătrânită.

### 3. Concluzii



În situațiile tranziției societale, remarca D. Sandu, 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.

Într-un asemenea context, cele două cercetări realizate de noi în ultimii ani în Munții Apuseni aduc cu ele concluzii oarecum convergente.

Datorită cadrului geografico-economic, infrastructurii și realităților demografice deloc optimiste, se acceptă de către antreprenori un câștig la limită. Nu este lipsită de importanță însă nici ponderea celor care doresc un câștig cât mai mare de pe urma afacerii lor.

În plus, antreprenoriatul are rezerve serioase în regiune de vreme ce un număr important de locuitori văd șansele de dezvoltare economică în direcții care implică antreprenoriatul și, pe acest fond, nu puțini își propun să adopte strategia antreprenorială.

Studiile trebuie să fie și pot fi continuate în direcția aprofundării tipului de antrenorat dorit de către potențialii antreprenori, dezirabilă fiind, în opinia noastră, o detașarea netă de satisfacțiile minime oferite de gospodăria de subzistență.

**Notă:** Cercetările care au sta la baza acestui studiu au fost realizate cu sprijinul Ministerului Educației și Cercetării din România, prin grantul CNCSIS 277/2003 (director: Prof. univ. dr. Filimon Stremțan) și prin grantul CNCSIS 678/2004 (director: Conf. univ. dr. Mihai Pascaru).

### **Bibliografie:**

[1] BUCIUMAN, E., PASCARU, M., COORD.: **Dezvoltarea de noi filiere agricole și diversificarea activităților economice**, Raport final la proiectul Eugenia - Observatoire Inter-régional de Diagnostic et d'Action Territoriale, Tema 3, Comisia Europeană - Consiliul Județean Alba, 2003.

[2] BURJA, V. ET. AL: **Economie politică** – Blaj, Editura Astra, 2001.

[3] HINESCU, A. ET AL: **Managementul general al întreprinderii** – Alba Iulia, Editura Aeternitas, 2003.

[4] PASCARU, M., JINGA, C., GAVRILĂ-PAVEN, I.: Rural Entrepreneurship and the need for Foreign Investment. Research in the Apuseni Mountains (Alba County, Romania) - in MicroCAD 2005, International Scientific Conference, University of Miskolcs, Hungary, 10-11 March 2005, Section Q: Company competitiveness, pp. 185-193.

[5] SANDU, D.: **Spațiul social al tranziției** - Iași, Polirom, 1999.

[6] SMALL, L. – A.: Strategii de supraviețuire agrare în Bulgaria și sudul Rusiei: o analiză calitativă în PASCARU, M., COORD: **Catalyse. Cunoaștere, participare și dezvoltare în spațiu comunitar**, Cluj Napoca, Editura Argonaut, 2005, pp. 69 – 84.