

Antreprenoriatul în migrația românească



SERIA SOCIOLOGIE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ

Coordonatorul seriei *SOCIOLOGIE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ* este: Horațiu M. RUSU

Referenți științifici: Dumitru SANDU și Adela Elena POPA

Antreprenoriatul în migrația românească

Autor:

CROITORU, Alin

Copyright © 2015

Toate drepturile aparțin autorului.

Sibiu, 2015

Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu

ISBN: 978-606-12-1227-9

Reproducerea parțială sau totală a acestei cărți, fără acordul scris al autorilor, constituie infracțiune și se pedepsește în conformitate cu Legea nr. 8/1996

Alin CROITORU

ANTREPRENORIATUL ÎN MIGRAȚIA ROMÂNEASCĂ

Cuvânt înainte de Monica ȘERBAN

EDITURA UNIVERSITĂȚII „LUCIAN BLAGA” DIN SIBIU

2015

Cuprins:

Cuvânt înainte	7
Introducere	11
Capitolul I. Fundamentele teoretice ale analizei antreprenoriatului. Diferențe teoretice între Școala de economie austriacă și perspectiva schumpeteriană	19
Introducere	19
I. 1 Perspectiva subiectivistă ilustrată de analizele antreprenoriatului elaborate de către reprezentanții Școlii Austriece.....	22
I. 2 Caracteristicile antreprenorului și rolul pe care-l ocupă acesta în sistemul schumpeterian.....	27
I. 3 Oportunitățile antreprenoriale, sursele incertitudinii și competiția văzute din două perspective diferite.....	33
I. 4 Relația dintre antreprenoriat și cunoaștere	40
Discuție asupra capitolului.....	43
Capitolul II. Repere teoretice pentru analizarea relației dintre migrație și antreprenoriat	46
Introducere	46
II. 1 Recunoșterea sau generarea oportunităților pe piață în cazul antreprenorilor imigranți	51
II. 2 Diferențe între imigranți și nativi în ceea ce privește cunoașterea și învățarea aspectelor relevante pe piață.....	59
Discuție asupra capitolului.....	63
Capitolul III. O istorie subiectivă a etapizării migrației românești de după 1989	65
III. 1. Transnaționalismul și experimentarea directă a străinătății	65
III. 2. Prima călătorie în străinătate.....	68
III. 3 Aspecte metodologice	70
III. 4. Experimentarea străinătății de-a lungul unor perioade istorice diferite	73
A. Perioada granițelor închise.....	73
B. Perioada mobilității limitate (1990 - 2006)	76
C. Perioada mobilității intraeuropene	85
Discuție asupra capitolului.....	88
Capitolul IV. Despre migrație și practici antreprenoriale (pornind de la o cercetare calitativă asupra migranților români din Graz – Austria)	91
IV.1 Aspecte metodologice.....	94
IV. 3 Austria ca țară de destinație pentru migrații români	98
A. Câți români sunt în Austria și unde trăiesc aceștia?	99

B. Particularități ale pieței muncii din Austria.....	102
C. Veniturile populației și asimilarea economică a imigranților.....	104
IV. 4 Forme de comportament antreprenorial ale migranților români din zona Graz	107
A. Comportamente antreprenoriale orientate spre piața din țara de destinație	111
B. Comportamente antreprenoriale orientate spre țara de origine	114
C. Comportamente antreprenoriale transnaționale.....	117
IV. 5 Elemente inhibitoare pentru practicile de tip antreprenorial în cazul migranților români din zona Graz.....	119
A. Elemente inhibitoare în ceea ce privește investițiile antreprenoriale în Austria	119
B. Elemente inhibitoare în ceea ce privește investițiile antreprenoriale orientate spre România	119
Discuție asupra capitolului.....	122
V. Importanța destinației în analizarea antreprenoriatului migranților români.....	126
Introducere	126
V. 1 Germania.....	129
V. 2. Italia	137
V. 3. Spania.....	144
V. 4 Marea Britanie.....	151
Discuție asupra rezultatelor.....	155
Concluzii	158
ANEXE.....	162
Anexa 1. Evoluția ratei șomajului în statele membre ale Uniunii Europene (2000-2012)	162
Anexa 2. Tabel (A) Fluxurile de migrație din Austria în perioada 2008-2011	163
Tabel (B) Fluxurile de migrație din Austria în perioada 2008-2011.....	164
Anexa 3. Distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Germania (2013).....	165
Anexa 4. Tabelul. Distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Spania (2013)	166
Bibliografie:	167

Cuvânt înainte

Cetățenii României ajung în curând la cel de-al 27-lea an de circulație internațională neîngrădită la origine, la cel de-al 8-lea an de circulație neîngrădită în Uniunea Europeană și la cel de-al 3-lea de încorporare nerestricționată pe piețele muncii țărilor UE. Estimările legate de stocurile de români din străinătate se plasează în jurul a 3 milioane - 3 milioane și jumătate de indivizi. Europa, fără discuție, strânge cea mai mare parte a lor. Italia, Spania, Germania, Marea Britanie sunt principalele spații „românizate” prin migrație, în special prin migrația post-1990. Toți știm aceste lucruri pentru că migrația face deja parte din viața noastră de zi de zi.

Pe măsură ce migrația internațională a devenit din ce în ce mai prezentă la nivelul societății românești, fenomenului i se acordă din ce în ce mai multă atenție în spațiul public și în spațiul academic deopotrivă. Nimeni nu mai poate neglija migrația. În mod paradoxal însă, atât în spațiul public cât și în mediul academic, întrebările pe care ni le punem în legătură cu migrația românilor par să rămână (încă), în mare, aceleași ca în perioada în care fenomenul avea mai degrabă caracter de excepționalitate. Ne interesează *cine, câți, unde, cum* (în variante mai mult sau mai puțin sofisticate) de multă vreme (au trecut mai bine de 9 ani de la apariția uneia dintre publicațiile de referință de acest gen, raportul Fundației Soros coordonat de prof. Dumitru Sandu¹). Și este firesc să ne intereseze. Migrația românilor, în special datorită procesului de integrare în Uniunea Europeană și a schimbărilor pe care le-a indus asupra condițiilor legate de deplasările către anumite țări, a fost, pentru întreaga perioadă de după 1990, mult mai dinamică decât este (chiar și) un asemenea fenomen. Dinamica accentuată va rămâne însă probabil o caracteristică a migrației internaționale din România pe termen lung: costurile reduse ale mobilității individuale către statele UE îi permit să devină extrem de fluidă, „capabilă” să răspundă schimbărilor de oportunități la și între diverse destinații sau schimbărilor de oportunități la origine. Vom rămâne deci interesați de întrebările *cine, câți, unde, cum* pe termen lung. Nevoia de a le răspunde pare însă să ne blocheze la suprafața fenomenului, într-un proces continuu de căutare/culegere de date. Portes², vorbind despre imigrare, atrăgea acum ani de zile atenția asupra limitelor acumulării de date, extrem de utile de altfel, care nu duc însă, în sine sau prin sine, la creșterea teoretică a unui domeniu. Pornind de la afirmațiile lui Portes numai ca

¹ Sandu, D. (coord). (2006). *Locuirea temporară în străinătate. Migrația economică a românilor: 1990-2006*. (p. 5-16). București: Fundația pentru o Societate Deschisă.

² Portes, Alejandro (1997). Immigration theory for a new century. *International Migration Review*, 31(4): 799-825

pretext de meditație asupra migrației românilor, am spune că, în acest caz, este nevoie de formularea de interogații de substanță, care să ne conducă spre profunzimile fenomenului, către regularitățile sale care nu depind de temporalitate (și care, cu siguranță, nu mai sunt atât de specifice migrației românilor). Sau poate că, pentru a prelua unul dintre termenii favoriți ai lui Portes, ar trebui să ne întrebăm dacă nu tocmai în dinamica accentuată stă *o capcană* care nu ne lasă să trecem mai departe în cunoașterea migrației românilor.

În opinia noastră, demersul lui Alin Croitoru este unul care tinde să depășească o astfel de *capcană*. Ne satisface curiozitatea asociată întrebărilor de tipul *cine, câți, unde și cum*, lăsându-ne să înțelegem *momentul* (i.e. contextul) migrației în care lucrează. Trece însă dincolo de aceste interogații, tratând o temă, după cunoștința noastră, adresată pentru prima oară în migrația românilor: este interesat de modul în care se structurează comportamentele antreprenoriale ale celor plecați în străinătate. Lucrarea pune însă împreună analize distincte, acesta este și motivul pentru care optăm aici pentru o scurtă parcurgere a ei capitol cu capitol.

Primul capitol, teoretic, urmează, am spune cu strictețe, canoanele academice: este o prezentare a principalelor idei cu care autorul operează analiza în domeniul său de interes. Remarcabil este aici efortul (și curajul) de a pătrunde într-o lume mai degrabă a economiștilor, într-un domeniu de studiu, cel al migrației internaționale, în care intersecțiile interdisciplinare, deși considerate dezirabile, sunt încă rare. Îndrăzneala este cu atât mai laudabilă cu cât aparține unui cercetător tânăr și este dublată de seriozitate. Rezultatul este că cititorul are la îndemână, în literatura sociologică din România, o prezentare bine documentată a ideilor Școlii Austriece de Economie, prin raportare la ideile lui Schumpeter legate de antreprenariat.

Cea mai importantă contribuție teoretică a lucrării nu este dată însă, în opinia noastră, de acest prim capitol al cărții, ci de cel de-al doilea, care încearcă să lege elementele teoretice asupra antreprenoriatului furnizate de spațiul austriac al sfârșitului de secol XIX/începutului de secol XX cu elemente teoretice din sociologia economică contemporană, în special americană, în componenta sa dedicată imigrației. Aici devine evidentă contribuția autorului, prin liniile de legătură pe care le pune în evidență. Am spune că meritul acestui capitol rezidă deopotrivă și în introducerea în spațiului academic românesc a lucrărilor unor autori puțin cunoscuți la noi, deși cu contribuții fundamentale în studiul migrației internaționale (e.g. Roger Waldinger, Ivan Light).

Partea de analize empirice (capitolele trei, patru și cinci) oferă nu numai o serie de analize bazate pe date recente (e.g. datele produse în cadrul proiectului *Eucross*), ci și o serie de interpretări noi (e.g. discuția asupra tipului de resurse care conduc la adoptarea unui comportament antreprenorial în cazul migranților români, p.117).

Capitolului trei, bazat pe explorarea informațiilor de factură calitativă referitoare la primele călătorii în străinătate ale unor persoane cu un grad ridicat de transnaționalism din 6 țări europene (România, Italia, Spania, Italia, Marea Britanie, Germania și Danemarca) este o interesantă ocazie pentru autor de a ne propune o nouă variantă de periodizare a migrației internaționale având ca origine România. Primele călătorii sunt elemente pe care ne-am obișnuit să le vedem în analize cantitative, mai ales ca repere pentru identificarea inițierii migrației la nivel individual, fără a le fi acordată atenție în profunzime, cu tratarea semnificației lor în viața viitorilor migranți și fără a lua în calcul impactul puternic asupra structurării carierelor de migrație. Diada de analiză „caracteristici ale spațiului de plecare/perioada de timp a plecării” o găsim inspirată pentru a da claritate diversității primelor plecări. Aranjate astfel, devin elemente cu caracter structurant pentru experiențele viitorilor migranți.

Mult mai centrat asupra întrebărilor legate de antreprenariat în cazul migrației, capitolul al patrulea al cărții aduce informații noi despre una dintre destinațiile mai puțin studiate/cunoscute în literatura de specialitate din România: spațiul austriac. Am spune că această secțiune a lucrării ne permite să pătrundem în mecanismele complexe care stau în spatele deciziei de a începe sau nu o activitate antreprenorială. Elementele de structură sunt nu numai inspirat, dar am spune elegant, legate în explicație de elementele la nivel individual. Cu capitolul patru, cititorul pătrunde pe de-a-ntregul în lumea antreprenorilor din migrația românilor, în temerile, judecățile și deciziile lor și, nu în ultimul rând, devine conștient de condițiile specifice care limitează un asemenea comportament (acest din urmă tip de analiză îl găsim deosebit de important în deconstruirea unor așteptări nerealiste, am spune, legate de efectele migrației în România, care ne fac să căutăm și mai ales să așteptăm un aport consistent al migranților la dezvoltarea spațiului de origine prin adoptarea de comportamente antreprenoriale).

În final, cel de-al cincilea capitol al cărții ne conduce către destinațiile cele mai importante ale migrației ale românilor de astăzi, în căutarea antreprenariatului. Scopul asumat al analizei este de a scoate în evidență importanța contextului (un element cu care Portes lucra

pentru introducerea ideii de asimilare segmentată³). Contextul capătă aici mai degrabă sensul de țară de destinație, dar permite evidențierea diferențelor între comportamentele antreprenoriale ale migranților agregați în fluxurile majore actuale (Italia, Spania, Germania, Marea Britanie) și, foarte interesant, a propesiunii acestora către adoptarea unui tip de comportament antreprenorial prin comparație cu populațiile țărilor gazdă.

Dincolo de capitolele individuale, ca întreg, am spune că lucrarea oferă o primă analiză interesantă și documentată asupra antreprenoriatului astăzi, în migrația românilor. Nu vom insista asupra concluziilor. Sperăm ca cititorul să le descopere cu aceeași curiozitate cu care am făcut-o noi. Și sperăm, în egală măsură, să aprecieze reflexivitatea demersului, atenția pentru detalii, grija și seriozitatea cu care este concepută și realizată cartea.

Și nu în ultimul rând, am spune că, într-o perioadă în care discuțiile despre tezele de doctorat în România se poartă mai ales în presă, găsim în această lucrare un argument care ne întărește speranța pentru viitor.

Monica Șerban

³ Portes, A. & M. Zhou (1993). The New Second Generation: Segmented Assimilation and its Variants, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 530: 74-96

Introducere

Această lucrare are ca principal obiectiv aprofundarea câtorva dintre schimbările fundamentale din societatea românească de după 1989. Procesul de transformare a societății românești început o dată cu înlăturarea regimului Ceaușescu este încă în plină desfășurare, iar pentru a înțelege ce și cum s-a schimbat în societatea românească analiza nu poate fi decât una multidimensională. Economicul, politicul, culturalul și socialul pot genera o multitudine de teme centrale prin care cercetătorul societății românești poate înfățișa fețe diferite ale schimbării. Dimensiunea politică a societății românești s-a schimbat semnificativ de-a lungul celor 25 de ani de când sistemul democratic a deschis un nou drum de evoluție pentru România. Importanța acordată acestei deminensiuni de către cei interesați de tranziția românească i-a asigurat un loc privilegiat în ceea ce privește numărul analizelor focalizate asupra aspectelor politice. Din punct de vedere economic, societatea românească a intrat treptat în ritmul capitalismului globalizat ceea ce face ca amprenta pe care marile corporații transnaționale o așează asupra societății românești să nu poate fi ignorată. De asemenea, procesul de globalizare are implicații directe și în plan politic, cultural și social. Acordând atenția necesară aspectelor menționate, lucrarea de față propune cititorului un excurs exploratoriu în două dintre mecanismele schimbării societății românești. Aparent fără legătură, antreprenoriatul și migrația sunt două dintre fenomenele a căror dezvoltare a influențat semnificativ modul în care România arată astăzi. Pe de o parte, o dată cu trecerea la economia bazată pe libertatea pieței populația României a redescoperit posibilitatea de a decide singură dacă să continue cu statutul de angajat al vechilor întreprinderi și instituții ale statului (mai mult sau mai puțin reformate) sau dacă să-și asume trecerea spre sectorul privat al economiei (în postura de angajat, persoană auto-angajată sau angajator). Modul în care această alegere a apărut nu a ținut în toate cazurile de nivelul opțiunilor libere individuale. De multe ori, întreprinderile de stat au fost restructurate, privatizate sau chiar lichidate ceea ce a generat situații în care cel puțin o parte din forța de muncă a fost obligată să se îndrepte spre mediul privat. Pe de altă parte, deschiderea granițelor și dobândirea graduală a unui nivel tot mai mare al libertății de mișcare a generat o serie de oportunități de investire a resurselor individuale în alte țări decât România (în principal, resurse ce pot fi găsite sub umbrela conceptuală a capitalului uman). Pe linia trasată de analizele sociologice ale migrației românești, lucrarea noastră așază migrația internațională motivată de rațiuni economice în rândul

„strategiilor de viață” pe care cetățenii României le-au adoptat pentru a-și îmbunătăți situația economică individuală și familială.

Linia teoretică principală utilizată pentru a analiza modul în care indivizii își construiesc strategiile de viață pornește de la perspectiva individualist-subiectivistă trasată de socio-economistii Școlii Austriece. Perspectiva acestora asupra pieței, a individului și a modului în care comportamentul antreprenorial apare este transpusă în limitele teoriilor formelor de capital. Întreaga analiză este construită în zona de graniță dintre sociologie și economie, respectiv în ceea ce apare ca fiind etichetat drept *sociologie economică*. Departe de a fi redus la limitele modelului *homo economicus*, antreprenorul individual este prezentat ca fiind o persoană capabilă să sesizeze oportunitățile de obținere a profitului economic din investirea variatelor tipuri de resurse pe care le deține sau pe care le poate accesa. Formele de capital individual din sfera economică, socială și umană sunt principalele tipuri de resurse asupra cărora analiza noastră se focalizează, iar tipul de migrație care se află în centrul interesului nostru este cel internațional.

Prima parte a lucrării urmărește să evidențieze cum au evoluat, de-a lungul timpului, câteva dintre principalele unelte teoretice de analiză a antreprenoriatului. Astfel, primul capitol este construit într-o notă comparativă și creionează câteva dintre răspunsurile la o serie de întrebări esențiale pentru analiza antreprenoriatului și a relației dintre antreprenoriat și migrație. Redau sumar câteva dintre întrebările la care capitolul încearcă să ofere răspunsuri, urmând ca, în interiorul secțiunii, fiecare dintre acestea să fie detaliată și aprofundată.

Care este cea mai potrivită perspectivă de analiză sociologică a antreprenoriatului?

O astfel de întrebare are calitatea de ajuta cercetătorul social să conștientizeze existența mai multor perspective de analiză a antreprenoriatului. De-a lungul timpului s-au conturat două principale corpuri teoretice pentru analiza practicilor antreprenoriale (Thornton, 1999). Prima abordare face referire la caracteristicile și atributele individuale ale actorilor sociali care manifestă comportamente antreprenoriale și subliniază prin ce se diferențiază aceștia de populația non-antreprenoare, iar cea de-a doua abordare folosește premisa potrivit căreia în studiul antreprenoriatului ceea ce contează ține de caracteristicile structurale ale mediului socio-economic. Astfel, în timp ce prima perspectivă stabilește ca principal obiect de studiu al

antreprenoriatului individul, cea din urmă consideră că în studiul antreprenoriatului trebuie accentuate caracteristicile structurale ale societății.

Care sunt conceptele cheie în analiza sociologică a antreprenoriatului?

În funcție de momentul istoric și de perspectiva folosită în analiza antreprenoriatului au fost evidențiate o serie de concepte relevante: *inovatia* (Schumpeter, 1939; 1976; 2008), *incertitudinea și riscul* (Knight, 2006; Mises, 1994), *cunoașterea* (Hayek, 1958; 1990a; 1990b) sau *oportunitățile de piață* (Casson, 1990; Casson, 2003; Kirzner, 1973; Kirzner, 1992) sunt doar câteva dintre conceptele care au stat în centrul unora dintre cele mai relevante cercetări asupra antreprenoriatului. Lucrarea noastră urmărește să scoată în evidență atât evoluția pe care aceste concepte au avut-o de-a lungul timpului, cât și relațiile care pot fi stabilite între acestea.

Inovația sau invenția este cea care fundamentează un act antreprenorial?

Relevanța acestei întrebări a fost subliniată de Schumpeter (1939); (2008), în condițiile în care invențiile tehnologice s-au dovedit a fi insuficiente pentru asigurarea câștigurilor economice celor care le-au promovat. În concepția acestuia, atât timp cât invențiile nu sunt introduse în piață, acestea sunt irelevante din punct de vedere economic. Acest tip de abordare a relației dintre inovație și antreprenoriat l-a făcut mai apoi pe Drucker (2006) să adauge necesitatea unui caracter inovativ *systematic* pentru caracterizarea activităților antreprenoriale. Fără a intra aici în detaliile perspectivei schumpeteriene asupra inovației, ar trebui să menționăm încă de la început că aceasta este văzută ca o activitate de stabilire a unor „combinații noi” în procesul de producere și comercializare a bunurilor.

Poate fi imitația o formă de comportament antreprenorial?

Această întrebare apare în condițiile în care *imitarea* unui competitor care pare să aibă succes se poate dovedi la fel de riscantă ca *inovarea*. Zinam (1974) remarca rolul semnificativ pe care îl are *ruptura* individului față de un comportament cu care acesta este obișnuit. Astfel, imitația, chiar dacă nu aduce elemente noi în piață, se poate dovedi utilă în analiza antreprenoriatului, în principal dintr-o *perspectivă subiectivistă*. Folosind premisa potrivit căreia comportamentele inovative sunt descoperite, cunoscute și se răspîndesc la nivel social într-o anumită perioadă, acceptăm implicit existența unei temporizări a adoptării noilor

comportamente. Difuziunea acestora reprezintă principalul punct de interes pentru această secțiune, mai ales în contextul în care migrația internațională permite indivizilor să aibă acces la cel puțin două contexte socio-economice diferite, iar transferul de practici, valori, comportamente dintr-unul în altul a devenit un subiect central în studiile de migrație (vezi conceptul de *social remittances* - Levitt (1999)).

De unde apare incertitudinea în cazul unui comportament antreprenorial?

Cercetând aspectele relevante în analiza antreprenoriatului, Kirzner (1973); (1990 -c); Lachmann (1990); Mises (1994) ș.a. se întreabă dacă *incertitudinea* ar trebui să fie conceptul central în cazul unei astfel de analize. Utilizând o perspectivă subiectivistă în analiza antreprenoriatului, aceștia atrag atenția că orice individ care alocă o cantitate de resurse unei activități, în condițiile unei cunoașteri imperfecte a liniilor definiției relevante pentru o situație socio-economică, nu poate avea certitudinea corectitudinii acțiunii sale. Astfel, acest tip de raportare la antreprenoriat nu accentuează doar impredictibilitatea viitorului (la fel de important în condițiile investirii în producerea unor bunuri sau servicii pentru o piață viitoare), ci și cunoașterea limitată asupra prezentului. Joseph Stiglitz a câștigat recent Premiul Nobel pentru științe economice (2001) tocmai pentru o serie de publicații care accentuează că informațiile pe care actorii le dețin despre piață sunt imperfecte și asimetrice.

Ce fel de stocuri de cunoaștere sunt relevante pentru reușita unui act antreprenorial?

Multe dintre cercetările sociologice contemporane ale antreprenoriatului folosesc o perspectivă simplificată asupra cunoașterii de care dispune un antreprenor (de multe ori acestea înregistrează doar numărul anilor de școală ai persoanei sau pregătirea formală a acesteia într-un domeniu specific). Pe de altă parte, Hayek (1958); (1990a) a fost printre primii care au subliniat că unul dintre cele mai importante aspecte ale antreprenoriatului ține de capacitatea individuală de a recepta de la piață acele semnale care sunt cele mai relevante într-un moment dat. De asemenea, acest tip de cunoaștere (bazat pe experiența pieței) trebuie să fie însoțit de capacitatea individuală de schimbare a comportamentelor în funcție de condițiile pieței. Această sferă de „cunoaștere practică” este un obiect de analiză greu accesibil cercetătorului social, atât din cauza dificultăților de măsurare și comparare a rezultatelor, cât și pentru că de multe ori aceasta nici nu

este percepută în mod conștient de către antreprenori. În termenii lui Hayek, piața este singurul mediu în care antreprenorul poate verifica utilitatea cunoașterii pe care o deține.

Există oportunitățile în mod obiectiv pe piață sau acestea sunt rezultatul interpretării subiective pe care antreprenorul o are asupra realității?

Prezența oportunităților în mod obiectiv pe piață ar conduce spre o interpretare a antreprenoriatului în termenii unei bune cunoașteri a datelor relevante din piață, ceea ce ar scoate în evidență capacitatea indivizilor de „alertă” la oportunitățile nedescoperite încă de ceilalți competitori (Kirzner, 1973; Kirzner, 1990 -b). Perspectiva potrivit căreia acestea nu există în mod obiectiv pe piață, ci sunt rezultatul interpretării diferite a realității scoate în evidență capacitatea *imaginativă* a antreprenorului (Lachmann, 1990), dar aceasta nu este caracterizabilă în termeni de *fantezie*, ci poate fi descrisă drept o capacitate de a imagina scenariile posibile și a acționa în conformitate cu cel care se va dovedi că a fost cel mai apropiat de realitate..

Unul dintre motivele pentru care o analiză a antreprenoriatului în acești termeni ține de cercetarea sociologică poate fi asociat abordării *procesuale* pe care aceasta o conturează. Antreprenoriatul, văzut ca *proces socio-economic*, permite evidențierea caracteristicilor individuale ale actorilor sociali și reușește să ofere o perspectivă amplă asupra *instituțiilor* sociale care reglementează aceste comportamente, oferind totodată posibilitatea de a studia *interacțiunea* rezultată din întâlnirea indivizilor pe piață în condiții de competiție.

În cel de-al doilea capitol, lucrarea de față evidențiază câteva dintre punctele de întâlnire dintre studiul antreprenoriatului și cel al migrației. În acest sens, secțiunea conține numeroase referiri la liniile teoretice trasate deja în primul capitol, dar acestea sunt îmbogățite cu câteva dintre perspectivele consacrate în domeniul migrației. Mai întâi, vom introduce în analiză clarificările necesare asupra tipului de migrație pe care îl găsim relevant în cazul României, respectiv migrația internațională motivată de rațiuni economice. Ulterior, capitolul propune un cadru conceptual de analiză sociologică a relației dintre antreprenoriat și migrație. De asemenea, capitolul analizează principalele diferențe dintre imigranți și nativi în ceea ce privește comportamentele de tip antreprenorial. În acest sens, lucrarea evidențiază avantajele și dezavantajele structurale pe care poziția de imigrant le poate asigura antreprenorilor. Totodată, acest capitol asigură fundamentarea teoretică pentru analizele comparative prezentate pe larg în

capitolele trei și patru, respectiv analizarea propensiunii spre antreprenoriat a migranților români care trăiesc în Austria, Germania, Spania, Italia și Marea Britanie. Dacă într-o primă fază relația dintre antreprenoriat și migrație este tratată din punct de vedere al inițiativei individuale (abordare bazată pe cercetarea calitativă), în cea de-a doua etapă lucrarea evidențiază posibilele condiționări structurale care influențează intensitatea comportamentelor antreprenoriale în rândul unei populații (abordare bazată pe date cantitative).

Cel de-al treilea capitol al volumului - O istorie subiectivă a etapizării migrației românești de după 1989 - se constituie într-un studiu al modului în care a fost trăită prima experiență a străinătății de către cetățenii români cu un grad ridicat de transnaționalism. Acesta prezintă așteptările și experiențele asociate primelor călătorii în străinătate în diferite perioade istorice. Prima perioadă analizează călătoriile care au avut loc înainte de revoluția din 1989 – *perioada granițelor închise*. Cea de-a doua perioadă de referință se întinde între 1990 și 2006 – *perioada deschiderii limitate a granițelor*, iar ultima dintre acestea face referire la acele prime călătorii în străinătate care au avut loc după 1 ianuarie 2007, eticheta pe care o considerăm reprezentativă fiind *perioada libertății de mobilitate intra-europeană*. Principalele dimensiuni ale analizei primei călătorii în străinătate sunt asociate: (1) perioadei istorice în care aceasta a fost întreprinsă, (2) duratei perioadei petrecute în străinătate și (3) motivului pentru care călătoria a avut loc. Din punct de vedere al relației dintre antreprenoriat și migrație un loc aparte în această secțiune îl ocupă călătoriile cu scopuri comerciale realizate în principal la începutul anilor 1990 către destinații precum Turcia, Ungaria, Cehia, Polonia etc. Așa cum vom vedea, acestea au reprezentat un stimul puternic pentru adoptarea comportamentelor de tip antreprenorial și pentru căutarea unor oportunități de folosire a variatelor tipuri de capital acasă sau în străinătate. Pentru a acoperi varietatea de prime călătorii în străinătate, capitolul este construit pe o cercetare calitativă care reunește peste 60 de interviuri realizate cu cetățeni români care trăiesc în șase țări din Uniunea Europeană (Danemarca, Germania, România, Italia, Marea Britanie și Spania). Secțiunea evidențiază consecințele la nivel individual pe care le-a produs prima călătorie în străinătate, iar în acest sens este construită o tipologie pe baza criteriilor enumerate anterior.

Cel de-al patrulea capitol al lucrării are în vedere două obiective principale. Prima parte a capitolului trasează câteva dintre liniile generale ale evoluției fluxului de migrație dintre România și Austria, analizează răspândirea geografică a populației cu origine etnică română în

interiorul Austriei și scoate în evidență caracteristicile pieței muncii din Austria, focalizând atenția asupra imigranților. Cel de-al doilea obiectiv este centrat asupra analizării relației dintre antreprenoriat și migrație pornind de la cazul românilor care trăiesc în Austria. Secțiunea are ca punct de pornire o cercetare calitativă desfășurată de autor în perioada octombrie 2011 – mai 2012 în interiorul comunității românilor din Graz. Aceasta parte a lucrării este structurată pe patru dimensiuni distincte: (1) comportamentele și atitudinile antreprenoriale ale românilor din Austria orientate spre mediul economic al țării de destinație; (2) comportamentele și atitudinile antreprenoriale orientate spre mediul economic al țării de origine; (3) comportamentele și orientări antreprenoriale transnaționale; (4) factorii inhibitori pentru apariția comportamentelor antreprenoriale ale romanilor din Austria.

Cel de-al cincilea capitol al lucrării este construit astfel încât să ofere o imagine asupra diferențelor semnificative existente între migranții români în funcție de țara de destinație în care aceștia trăiesc. În acest sens, mai întâi este construită o prezentare succintă a principalelor caracteristici ale contextelor de destinație în cazul migranților români din Germania, Italia, Marea Britanie și Spania. Dimensiunile luate în calcul de această secțiune țin de evoluția numărului cetățenilor români care trăiesc în aceste state, dispersia lor teritorială și acolo unde este posibil analizarea raportului dintre genuri. Pe de o parte, lucrarea prezintă evoluția numărului de cetățeni români rezidenți în alte state europene la momente diferite de timp (pre și post criza economică), iar pe de altă parte dorim să evidențiem în interiorul acestor state de destinație care sunt regiunile în care cetățenii români dețin ponderi ridicate din totalul imigranților. Astfel, folosind date de la institutele naționale de statistică din Germania, Spania și Italia putem să vedem care sunt acele regiuni atractive pentru cetățenii români. După realizarea acestui scurt portret de țară, analiza folosește datele de sondaj culese în cadrul proiectului EUCROSS⁴ – *Europenizarea vieții cotidiene: practici transfrontaliere și identități transnaționale în rândul cetățenilor UE și ai țărilor terțe*, proiect finanțat de către Comisia Europeană, ca parte din Programului Cadru 7. Pe fondul unei relative sărăcii a datelor despre migrația românească, proiectul de cercetare EUCROSS oferă date sociale despre migranții români culese simultan din cinci state europene. Aceste date sunt folosite pentru a analiza comparativ propensiunea cetățenilor români și a cetățenilor țării gazdă spre comportamente antreprenoriale. Cetățenia,

⁴ EUCROSS - „*The Europeanisation of Everyday Life: Cross-Border Practices and Transnational Identities among EU and Third-Country Citizens*” (site-<http://www.eucross.eu/cms/>).

genul și nivelul de educație sunt principalele elemente pe care secțiunea le folosește în trasarea categoriilor de populație care sunt comparate. Comparația dintre imigranții români și cetățenii țării de destinație este realizată pentru fiecare dintre țările menționate, iar analiza oferă unul dintre răspunsurile posibile la întrebarea: *cât de importantă este țara de destinație în adoptarea unor comportamente antreprenoriale de către migranții români?* Cititorul va avea o imagine asupra nivelului de propensiune către comportamentele antreprenoriale în funcție de țara de rezidență și cât de mult diferă migranții români de cetățenii țării gazdă.

Ultima parte a lucrării este rezervată concluziilor, discutării rezultatelor și identificării direcțiilor principale de aprofundare a tematicilor analizate în cadrul cărții. De asemenea, această parte a lucrării se preocupă și cu principalele limite pe care o astfel de lucrare le are atât din punct de vedere teoretic, cât și metodologic. Obiectivele asumate sunt analizate punct cu punct pentru a evidenția contribuțiile la analiza antreprenoriatului, migrației precum și la analizarea relației dintre cele două fenomene. Secțiunea permite sintetizarea rolului pe care antreprenoriatul și migrația îl joacă în transformarea societății românești. Multitudinea de fațete pe care cartea le analizează este acum prezentată într-un mod sistematic, cititorul fiind invitat să reflecteze asupra importanței pe care cele două mecanisme ale schimbării (antreprenoriatul și migrația) o dețin în peisajul românesc contemporan. Alegerile prezidențiale din 2014 și întreaga discuție asupra modului în care diaspora dorește să se implice în realitatea țării de origine reprezintă un exemplu excelent în această linie de analiză. Cu siguranță este important numărul mare de cetățeni români care trăiesc în străinătate, dar la fel de importantă este și înțelegerea faptului că nu vorbim de o singură migrație românească (idee subliniată în numeroase contexte de Dumitru Sandu), ci de mai multe tipuri de migrație iar acestea sunt foarte diferite între ele – în funcție de perioada în care persoanele au plecat din țară, în funcție de țara de destinație, nivelul de educație și statutul pe piața muncii.

Capitolul I. Fundamentele teoretice ale analizei antreprenoriatului. Diferențe teoretice între Școala de economie austriacă și perspectiva schumpeteriană

Introducere

În acest capitol ne propunem să delimităm câteva aspecte teoretice esențiale în studiul antreprenoriatului pornind de la două dintre abordările recunoscute pentru contribuțiile aduse acestui domeniu⁵. Avându-și fundamentele în economie, acest tip de gândire și analiză a antreprenoriatului a fost preluat mai apoi în mai toate științele sociale, cu atât mai mult cu cât personalități de seamă din cele două perspective de analiză economică au semnat și o serie de texte care mai degrabă pot fi încadrate în domeniul sociologie. Acest capitol este construit pe baza liniei de gândire care promovează o analiză multidisciplinară a antreprenoriatului, întrucât modul de privire asupra antreprenoriatului dintr-o perspectivă pur economică poate reprezenta o serioasă limitare a câmpului analitic pentru o serie de elemente de natură psihologică și socială și astfel poate genera distorsiuni semnificative asupra rezultatelor.

Modul în care au fost alese reperele conceptuale asupra cărora această analiză insistă este în legătură cu dorința configurării unei scheme teoretice de aprofundare a relației dintre migrație și antreprenoriat. În acest sens, unul dintre principalele obiective ale acestui capitol este de a delimita câteva unelte teoretice care își pot dovedi utilitatea abordării acestei relații în contexte sociale diferite. Linia austriacă de analiză se dovedește favorabilă unui asemenea demers sociologic în principal datorită accentelor pe care le-a pus pe *subiectivitatea oportunităților de piață*, pe *competiție*, *văzută ca un proces de adaptare* constantă la noile contexte, dar, mai ales, prin importanța pe care o configurează *procesului de învățare a antreprenoriatului* prin experimentare. Nuanțele introduse de modul în care antreprenorul este creionat din această perspectivă pot fi privite ca unghiuri complementare de abordare a importanței pe care experiența de migrație internațională o poate avea în inițierea unor comportamente de tip antreprenorial.

Perspectiva de analiză etichetată în general sub umbrela largă a Școlii Austriece (Austrian economics) este departe de fi considerată una unitară, iar nuanțele introduse de diferitele linii

⁵ Capitolul I al acestei cărți este construit pe baza a două texte publicate de autor în limba engleză. Vezi detaliile la bibliografia lucrării: Croitoru (2012, 2013a).

consacrate în interiorul acestui curent de gândire sunt numeroase. Acest lucru a fost scos în evidență într-o manieră elegantă de către Shackle, unul dintre economiștii influențați de Școala Austriacă: „încă de la începuturile sale din anii 1870 Școala Austriacă a fost succesiv modelată de un număr de minți strălucite, fiecare dintre acestea fiind dimensionată de o concepție individuală pronunțată” (Shackle, 1988: 204, traducere proprie). Ținând cont de acest aspect, modul în care Școala Austriacă este prezentată în acest capitol poate fi asemănat cu un puzzle sau cu o imagine compusă din multe fragmente. Acolo unde este posibil, aceste fragmente vor fi prezentate în mod complementar, având însă permanent conștiința nuanțelor individuale introduse de către reprezentanții Școlii Austriece. De asemenea, perspectiva schumpeteriană asupra antreprenoriatului va fi fundamentată pe liniile trasate în prima jumătate a acestui secol de către reputatul istoric al economiei, economist și sociolog Joseph A. Schumpeter, fără însă a se mărgini la lucrările semnate de acesta. În acest sens, am selectat o serie de autori și lucrări ce sunt sub influența sistemului schumpeterian de analiză.

Făcând o scurtă incursiune în istoria Școlii Austriece, această lucrare va scoate în evidență abordarea „*subiectivistă*” prin care Carl Menger a influențat modul în care Școala Austriacă a teoretizat acțiunea umană. Caracterul subiectivist al Școlii Austriece a fost subliniat de către Kirzner (1992) care a accentuat amprenta puternică pe care Menger a lasat-o asupra acestui tip de gândire promovat mai întâi de Eugen von Böhm-Bawerk și Friedrich von Wieser și dezvoltat, mai apoi, de către Ludwig von Mises și Friedrich von Hayek. Această linie de gândire a fost de asemenea influențată în mod substanțial de către economiști ca Israel Kirzner, Ludwig Lachmann, Lawrence White și Nicolai Foss. Modalitatea constantă în care reprezentanții Școlii Austriece au subliniat importanța *acțiunii individuale* în inițierea, dezvoltarea și definitivarea unei activități de tip antreprenorial a influențat ulterior modul în care unul dintre cele mai importante curente a fost creionat, respectiv noua sociologie economică „the new economic sociology” (Boettke și Storr, 2002; Fillieule, 2010).

Unul dintre principalele scopuri ale acestui capitol este de a aprofunda câteva dintre cele mai importante repere conceptuale folosite de reprezentanții celor două curente în discursurile asupra antreprenoriatului. Din acest punct de vedere, abordarea nu va avea fidelitatea unei analize de tipul istoriei economiei, care ar pune accentul pe evoluția fiecărui concept luat în considerare, ci acestea vor fi întrebuițate ca puncte cheie de diferențiere între cele două

[MSerban1]perspective asupra antreprenoriatului. În urmărirea acestui scop, prima parte a capitolului va fi centrată asupra modului în care a fost privit „individul” ca element central al acestor linii de gândire încă din cele mai timpurii faze ale lor. Acest lucru este făcut prin sublinierea liniei subiectiviste de gândire infuzată de Școala Austriacă în gândirea economică. Următoarea secțiune va conduce discuția asupra antreprenoriatului în termenii „oportunităților antreprenoriale”, „incertitudinii” și „con competiției”. În mod particular în această secțiune lucrarea va scoate în evidență câteva diferențe dintre Școala Austriacă și perspectiva schumpeteriană asupra antreprenoriatului. Această parte a lucrării utilizează aspectele analizei antreprenoriatului fundamentate pe baza interacțiunii în interiorul categoriei producătorilor, categoriei consumatorilor, cât și la nivelul interacțiunii dintre producători și consumatori în contextul pieței. În completare, lucrarea va acorda atenție metodologiei Școlii Austriece de diferențiere între caracterul *obiectiv* și cel *subiectiv* al oportunităților antreprenoriale și atenția pe care aceasta o acordă naturii „dinamice” și „adaptative” a actorilor sociali. Această perspectivă va fi ilustrată prin utilizarea unor puncte de contrast cu abordarea sistemică schumpeteriană asupra antreprenoriatului definit în termenii procesului de „distrugere creativă”. Consider semnificativ pentru clarificarea modului în care această prezentare comparativă este construită a menționa încă de la început că cele două perspective analizate în acest capitol au și o serie de elemente comune. De altfel, tocmai existența unor elemente comune face posibilă comparabilitatea celor două direcții de analiză. Punctele de contrast la care lucrarea face referire trebuie văzute mai degrabă ca nuanțări capabile a genera fundamente pentru constituirea unor direcții diferite în analiza antreprenoriatului.

Partea finală a capitolului menține perspectiva comparativă și este concentrată asupra relației dintre antreprenoriat și cunoaștere. Analiza perspectivei conturate de reprezentanții Școlii Austriece va scoate în evidență dimensiunile diferite ale cunoașterii, în timp ce pentru creionarea noțiunii schumpeteriene de antreprenoriat, această abordare dimensională își pierde din relevanță.

I. 1 Perspectiva subiectivistă ilustrată de analizele antreprenoriatului elaborate de către reprezentanții Școlii Austriece.

Scopul acestei secțiuni este să evidențieze câteva dintre cele mai semnificative aspecte ale perspectivei subiectiviste⁶ configurate de către reprezentanții Școlii Austriece, așa cum reies din modul în care aceștia au conceptualizat *acțiunea* de tip antreprenorial. Având aceste lucruri în vedere, trebuie să menționăm că lucrarea nu va intra într-o expunere în detaliu a aspectelor ce țin de tradiția filosofică⁷ pe care a fost construită abordarea de tip subiectivist elaborată de Menger și adoptată ulterior în diferite forme de către reprezentanții Școlii Austriece.

Putem iniția acest demers analitic folosindu-ne de distincția lui Gunning (1991: 17); (Gunning, 1997: 174) dintre „subiectivismul vechi”, asociat cu concepția ilustrată de Menger și „subiectivismul nou”, asociat în mod particular cu lucrarea lui Mises „Human Action”(1949). Astfel, poate deveni accesibil conceptul de individ autonom, conștient de scopurile și acțiunile sale. Din perspectiva „subiectivismului vechi”: „preocuparea oamenilor pentru satisfacerea nevoilor devine astfel o încercare de a veni în întâmpinarea cerințelor lor viitoare; prin urmare, vom denumi cerințele unei persoane ca fiind acele cantități de bunuri care sunt necesare pentru satisfacerea nevoilor sale în acea perioadă pe care planurile sale o acoperă” (Menger, 1994: 60; traducere proprie). În acest tip de analiză, Menger scoate în evidență importanța capacității individuale de conștientizare a nevoilor prezente și viitoare, dar, totodată, un alt aspect al procesului primește o semnificație deosebită, respectiv cunoașterea pieței sau a contextului – informații despre cantitatea de bunuri care sunt și vor fi disponibile pentru satisfacerea nevoilor individuale. În acest mod de conceptualizare, indivizii sunt capabili de a alege dintre diferitele bunuri existente pe piață bazându-se pe perceperea nevoilor actuale și viitoare (Menger, 1994: 61-66). Această abordare evidențiază faptul că bunurile sunt evaluate din perspectiva nevoilor consumatorilor. În cuvintele lui Kirzner (2001: 109-110) „Menger a fost pionierul teoriei prețurilor pieței guvernate la ambele niveluri, atât la nivelul producției, cât și la nivelul resurselor, de către cerințele consumatorului. Valorizarea de către consumator (fiind dată

⁶ Cu limitările de rigoare, consider că demersul meu este încadrabil în linia trasată de lucrările semnate de Kirzner, 1990 –a, 1990-b ; Gunning, 1991, 1997; Wubben, 1997; Oakley, 1999.

⁷ Pentru o analiză aprofundată asupra dezbaterilor privitoare la fundația filosofică pe care Menger și-a clădit viziunea subiectivistă de analiză economică, cei interesați pot consulta Oakley (1999). Acesta scoate în evidență argumentele prezentate atât de cei care susțin linia aristoteliană de influență, cât și cea susținută de cei care consideră mengerianismul ca fiind construit pe linia de gândire kantiană. De asemenea, pentru o enumerare succintă a principalelor influențe Aristoteliene asupra Școlii Austriece poate fi consultată lucrarea semnată de Smith (1994).

configurația disponibilității resurselor) determină valoarea resurselor producției”. Astfel, pe de-o parte avem resursele, nevoile și planurile individuale, iar de cealaltă parte există un context de competiție al pieței unde indivizii interacționează. În viziunea Școlii Austriece, principalul produs al acestor interacțiuni dintre indivizii participanți este caracterul procesual al pieței, astfel analiștii sunt constrânși să trateze realitatea economică în termenii unui mediu aflat într-o continuă transformare. Unul dintre lucrurile esențiale care poate fi desprins din scrierile lui Menger și care ulterior poate fi găsit în forme diferite în multe dintre lucrările încadrate în Școala Austriacă este capacitatea indivizilor de a-și îmbunătăți cunoașterea și, implicit, performanța prin participarea în piață.

Într-un context mai larg asupra discuției dintre timp și activitatea economică, dintre trecut, prezent și viitor și procesul producției, Menger afirmă că (Menger, 1994: 68): „pe baza experiențelor din trecut, văzute ca nevoi resimțite și ca proces al producției, oamenii își îmbunătățesc în mod continuu abilitatea de a estima mai exact cantitățile de bunuri care le vor fi necesare pentru a-și satisface nevoile, dar și perioadele în timpul cărora solicitările pentru aceste bunuri variate vor apărea”. Vom vedea în paginile următoare cât de important s-a dovedit a fi pentru Școala Austriacă această capacitate individuală de îmbunătățire a abilităților și cunoașterii, dar afirmația lui Menger scoate în evidență și importanța semnificației pe care această capacitate individuală o are în evaluarea viitorului dintr-o perspectivă realist, în condițiile unei cunoașteri imperfecte a prezentului.

Perspectiva austriacă atribuie un grad înalt de autonomie individului; totuși, acesta nu este la fel de ridicat ca cel al modelului *homo economicus*. Scrierile lui Wieser, unul dintre fondatorii Școlii Austriece, asupra relației dintre individ și mediul socio-economic în care acesta operează pot reprezenta un aspect cheie al clarificării acestui subiect. Wieser susține că „mediul social în care agenți se găsesc și în care ei operează este compus în parte din instituții” (Oakley, 1999: 34). Această viziune este clădită pe o conceptualizare a instituțiilor ca rezultat al cooperării de lungă durată între indivizi, iar acesta este unul dintre principalele aspecte care generează capacitatea instituțiilor de a-și schimba forma, conținutul, scopurile etc. Subiectivismul lui Wieser scoate în evidență capacitatea individului de a acționa, dar ține cont de limitările pe care acțiunea individuală le are. „Pentru Wieser nu apare modelul agenților ca ființe izolate, omnipotente și pur raționale ca fiind responsabili pentru generarea fenomenelor economice. Ei

sunt, precum cere realismul în abordarea economică subiectivistă, întotdeauna cu o capacitate limitată și supuși greșelii, dar în același timp situați social, instituțional și condiționați în modalități care îi abilitază să tranșeze unele deficiențe asociate condiției de indivizi activi” (Oakley, 1999: 36, traducere proprie).

Acest tip de abordare a relaționării dintre individ și mediul social⁸ s-a dovedit, de-a lungul timpului, una dintre cele mai fertile căi de analiză a sferei socio-economice. În sociologie există întregi curente de gândire construite în jurul unei astfel de viziuni asupra relației dintre individ și mediul în care acesta trăiește. De exemplu, George Homans (1958); (1964) a fost unul dintre primii sociologi care s-a revoltat împotriva modului în care structural-funcționaliștii vedeau individul ca fiind determinat de mediul social, iar titlul discursului susținut în 1964 din calitate de președinte al *American Sociological Association* poate fi un exemplu ilustrativ în acest sens - „*Bringing Men Back In*”. Construite pe o viziune neo-utilitaristă textele acestuia au accentuat importanța interacțiunii în apariția, dezvoltarea și menținerea diferitelor forme de ordine socială. Într-o astfel de perspectivă individul și grupurile de mici dimensiuni ar trebui să reprezinte centrul de interes al cercetătorului social pentru că doar de acolo poate fi înțeleasă ordinea socială. Individul este caracterizat de scopuri, rațiune și putere de negociere, iar raporturile dintre indivizi nu pot să fie înțelese în cazul în care aceste aspecte definitorii sunt ignorate. Astfel, acțiunea socială reprezintă adevăratul obiect de studiu al sociologiei datorită cauzelor și implicațiilor sociale pe care aceasta le are. În articolul semnat de Homans în 1958, acesta se uită la comportamentele individuale prin instrumentarul conferit de teoria schimbului. Termenul în care o astfel de teorie se uită la acțiunile individuale și la procesul de interacțiune este cel de profitabilitate văzută ca diferență între costurile și recompensele implicate.

Revenind la distincția pe care o face Gunning (1991); (1997) între „vechiul” și „noul subiectivism”, putem vedea că momentul cristalizării liniilor principale pentru „noul subiectivism” a fost cel care a asigurat cu adevărat proeminența rolului antreprenoriatului în analiza mediului economic. Un aspect interesant al abordării pe care Gunning o are asupra subiectivismului propus de Mises poate fi asociat modului în care el distinge între liniile de

⁸ „În timp ce Austriecii își construiesc modelul economic pe o fundație încorporată social din care întrebările instituționale reies în mod natural, „noii instituționaliști” – fac referire adesea la costurile de tranzacționare pentru a așeza accentul asupra faptului că instituțiile implică o reducere a costurilor afacerilor într-o lume a incertitudinii și a viitorului incognoscibil – tendință de a altoi o teorie a instituțiilor (și a evoluției instituționale) într-o ramă neoclasică.” (Boettke and Storr, 2002: 163; traducere proprie)

influență reprezentate de Weber și Menger. În acest sens, Gunning consideră că subiectivismul lui Mises este mai apropiat de reperele trasate de Weber, decât celor ale “vechiului subiectivism” identificabile în textele lui Menger (Gunning, 1991: 17). Perspectiva noului subiectivist dezvoltată de Mises susține că „tipul semnificativ de incertitudine este *intersubiectiv* – incertitudinea referitoare la dorințele, abilitățile și cunoașterea *celorlalți* actori” (Gunning, 1997: 174; italicizele adăugate). Ceea ce distinge acest tip de analiză este faptul că subliniază nu doar cunoașterea imperfectă asupra prezentului și a viitorului, ci evidențiază și importanța subiectivității celorlalți indivizi care sunt prezenți și acționează pe piață. Una dintre soluțiile propuse de reprezentanții Școlii Austriece în fața acestui tip de incertitudine este asociată cu capacitatea antreprenorilor de a se adapta la schimbarea constantă a datelor relevante pentru întreprinderea unei acțiuni. Antreprenorii individuali nu pot lucra pe baza unui scenariu definitiv imaginat asupra viitorului și de asemenea ei nu pot urma pașii stabiliți într-un astfel de scenariu, ignorând semnalele schimbătoare recepționate de la ceilalți participanți în piață. Această modalitate de operare va conduce inevitabil către eșec economic. În condițiile subliniate anterior – imposibilitatea dobândirii cunoașterii perfecte asupra pieței (Hayek, 1990b: 170-172) – actorii trebuie să-și schimbe în mod constant comportamentale, în funcție de datele cele mai relevante pentru fiecare moment al desfășurării activității antreprenoriale. Faptul că Mises a văzut acest nou subiectivism al „teoriei acțiunii economice” ca unul dintre principalele repere distinctive ale Școlii Austriece (Kirzner, 2001: 95), ne aduce mai aproape de perceperea și încadrarea antreprenorului în poziția de componentă principală a abordării „procesuale” a pieței. Acest tip de percepere a acțiunii individuale are, fără îndoială, repere echivalente în sociologie, iar din acest punct de vedere, ne putem uita la semnificațiile pe actorul social le acordă acțiunilor sale pornind de la G. H. Mead, C. H. Cooley și ajungând la H. Blumer. Fără îndoială, există diferențe majore între aceste perspective, dar, dincolo de acestea, la toți acești autori putem identifica accentul mutat de pe acțiunea individuală spre sensurile pe care actorul le investește în aceasta.

Caracterul competițional pe care interacțiunile îl au într-o piață este una dintre temele privilegiate în scrierile reprezentanților Școlii Austriece, iar, în acest context, este esențial a înțelege că acțiunea antreprenorială este una de tip competitiv (prin esența sa). Complementar, putem extrage o altă caracteristică fundamentală a modului în care Mises se raportează la piață ca la un mediu prin excelență competitiv, în care actorii se află într-o stare de rivalitate indiferent dacă operează, sau nu, în aceeași nișă economică. Incertitudinea văzută din acest unghi teoretic

trece dincolo de contextul în care antreprenorul interacționează în mod direct pe piață: „competiția nu are loc doar între acei indivizi care oferă spre vânzare același item, dar și între cei care doresc să vândă articole diferite. Suma pe care un consumator o cheltuiește pe cumpărarea oricărui bun reduce suma pe care acesta o poate utiliza pentru cumpărarea oricărui alt bun. Toți antreprenorii fac eforturi semnificative pentru a atrage în caseria proprie cât de mult posibil din banii aflați la dispoziția cumpărătorilor. Toate bunurile și serviciile sunt în competiție cu toate celelalte bunuri și servicii” (Mises, 1994: 154). Astfel, eforturile individuale de a obține o îmbunătățire constantă a abilităților, resurselor și cunoașterii devine un aspect esențial al analizei. Din perspectiva Școlii Austriece, succesul sau eșecul activității antreprenoriale este rezultatul direct al capacității individuale de a identifica și interpreta semnalele emise de către ceilalți participanți în piață. Indivizii pot percepe și interpreta în moduri diferite aceste semnale prezente în contextul pieței⁹, la fel de bine cum pot percepe sau nu existența oportunităților antreprenoriale. Conștientizarea importanței unui asemenea fapt oferă acces cercetătorului spre relația care apare între antreprenariat și procesul de piață, iar în acest sens Kirzner subliniază: „caracterul acestui proces pentru Mises este configurat decisiv de către leadership, de către inițiativă și de către activitatea de conducere expusă și exercitată de către antreprenor (Kirzner, 1990 -c: 122). Antreprenorul este cel care își asumă un rol esențial în evoluția pieței văzută în termeni procesuali, iar forma concretă de manifestare a influenței sale poate fi identificată la nivelul interacțiunii. Lărgind puțin sfera analizei dincolo de piață și acțiune antreprenorială, ne putem întreba *de unde vine această posibilitate a unei interpretări diferite pe care indivizii să o dea semnalelor receptate?* Modul de înțelegere a contextului în care individul se află este unul individual, iar Mead este unul dintre primii care pune accentul pe modul particular în care *sinele* se formează ca produs al interacțiunii. Sinele este ceea ce individul crede despre propria persoana, iar ceea ce acesta crede nu poate fi decât rezultatul seriilor de întâlniri pe care acesta le-a avut până la un moment dat. Fiecare interacțiune are potențialul de a pune o amprentă identitară asupra acestuia, iar grupurile sau comunitățile de care acesta aparține au un rol aparte în formarea sinelui. Acest lucru este important pentru abordarea comportamentelor antreprenoriale pentru că scoate în evidență posibilitatea schimbării propensiunii individuale spre

⁹ Pornind de la perspectiva pe care Kirzner a construit-o asupra piețelor, Lavoie (2002: 104) remarcă faptul că: „circumstanțele obiective ale actorului nu sunt importante în sine, dar oportunitățile specifice și constrângerile pe care el le percepe sunt importante. Acțiunea, spune Kirzner, nu este o confruntare directă cu o realitate obiectivă în sine, ci întotdeauna aceasta are loc într-un cadru interpretativ.”

adoptarea unui astfel de comportament. Astfel, caracterul unei astfel de acțiuni antreprenoriale, precum și capacitatea recunoașterii unei oportunități de tip antreprenorial pot fi văzute ca fiind de natură socială chiar dacă acestea sunt trecute prin filtrul personalității (sinelui) individului.

I. 2 Caracteristicile antreprenorului și rolul pe care-l ocupă acesta în sistemul schumpeterian

Încă de la prima publicare, din 1911, „The Theory of Economic Development” a devenit una dintre cele mai influente cărți de analiză socio-economică. Lucrarea publicată de Joseph Schumpeter la vârsta de 28 de ani era considerată de autor ca fiind cea mai importantă carte a sa, iar prin publicarea acesteia, Schumpeter a primit reputația de „profet al inovației” (McCraw, 2007). Cu doar câțiva ani în urmă, una dintre personalitățile contemporane ale sociologiei economice, Richard Swedberg (2007), scria că „dintre toate teoriile antreprenoriatului care există, teoria lui Schumpeter este încă, după părerea mea, cea mai fascinantă și, totodată, cea mai promițătoare teorie a antreprenoriatului pe care o avem”. Nu în ultimul rând, este de menționat că această lucrare conține o serie de elemente recunoscute astăzi ca fundamente pentru analizele încadrabile în sfera sociologiei economice (Martinelli, 1994: 478-480).

Joseph Schumpeter s-a născut în 1883 și s-a specializat în drept și economie la Universitatea din Viena. În această perioadă „Schumpeter a studiat cu Friedrich von Wieser, Eugen von Philippovitch și Eugen von Böhm-Bawerk în Viena, însușindu-și o cunoaștere profundă asupra contribuțiilor lor” (Kurz, 2008: 263). Cariera sa academică a început în 1909 la Universitatea din Cernăuți și doi ani mai târziu Schumpeter s-a mutat la Universitatea din Graz. Între 1914 și 1925 a existat o pauză în viața sa academică, iar în această perioadă, tânărul economist a fost printre altele președinte al unei bănci private din Viena și pentru scurt timp a fost ministru de finanțe al Austriei. Faza următoare a vieții sale academice a început în 1926 și s-a sfârșit la începutul anilor 1930 fiind asociată cu Universitatea din Bonn. După 1930, a acceptat să ocupe un post de profesor la Universitatea Harvard unde a rămas până la moartea sa din 1950¹⁰.

¹⁰ Informațiile sintetizate în acest paragraf sunt preluate din introducerea pe care John Elliot o semnează la ‘The Theory of Economic Development’ (2008) unde sunt prezentate într-o manieră mult mai elaborată. Alte informații referitoare la biografia lui Schumpeter pot fi găsite de către cititor în McCraw (2007); Kurz (2008, 2010) sau în Hanusch (1999).

Sistemul schumpeterian de analiză a fost construit astfel încât să reprezinte o simbioză între elementele economice, istorice, sociale și politice ale dezvoltării și funcționării lumii capitaliste. Toate aceste aspecte specifice ale societății capitaliste pot fi analizate ca entități distincte pentru că aceasta era, în viziunea lui Schumpeter, cea mai potrivită cale de a avea acces la aspectele economice ale realității. Cu siguranță, dintr-un astfel de punct de vedere, fenomenele economice nu sunt izolate și nedeterminate, dar aceasta nu înseamnă că lumea economică trebuie explicată doar prin factori exogeni. „The Theory of Economic Development” a fost un prim pas pe care Schumpeter l-a făcut în demersul său de a genera uneltele și conceptele teoretice necesare pentru abordarea sferei economice, atribuind o importanță secundară pentru fenomene ca războaiele, revoltele politice și elementele culturale sau spirituale¹¹. Importanța acestora din urmă nu este ignorată, dar Schumpeter reușește într-o manieră elegantă să focalizeze analiza dezvoltării lumii capitaliste asupra elementelor economice ale procesului. Argumentul central al sistemului său de gândire economică gravitează în jurul rolului antreprenoriatului și a inseparabilei naturi inovatoare a acestuia.

Aspectele teoretice ale fenomenelor economice asupra cărora Schumpeter s-a concentrat încă din prima sa lucrare de amploare, respectiv cea din 1911, au fost apoi aprofundate și detaliate de Schumpeter în alte două lucrări semnificative: *Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process* (1939) și *Capitalism, Socialism and Democracy* [1942] (1976). Ambele volume din lucrarea *Business Cycles* oferă cititorului o incursiune interesantă în istoria procesului de apariție și construirii lumii capitaliste. În această carte, Schumpeter expune o viziune ciclică asupra evoluției economice focalizând analiza asupra rolului important pe care „inovația” îl joacă pentru inițierea unei noi faze a dezvoltării economice. În acest sens, sunt folosite o serie de date statistice pe care autorul le consideră importante nu doar pentru accentuarea caracterului evolutiv stadial al economiei, ci și pentru scoaterea în evidență a acelu element care este capabil de a iniția un nou ciclu economic. În sistemul schumpeterian acest element este „inovația”, iar celelalte elemente ale lumii economice și ale societății ca ansamblu gravitează în jurul acesteia. Starea de echilibru pe care orice sistem economic o atinge periodic nu poate fi perturbată decât prin forța inovației, iar aceasta este

¹¹ În anul 1911 trecuseră doar câțiva ani de la prima publicare a lucrării „Etica protestantă și spiritul capitalismului”. Analiza lui Max Weber asigurând un loc privilegiat elementelor de natură spirituală pentru explicarea apariției tipului de societate capitalist.

văzută ca fiind un factor endogen al sistemului economic. Cea de-a doua lucrare amintită anterior, *Capitalism, Socialism and Democracy*, a fost publicată pentru prima dată în 1942 și expune viziunea lui Schumpeter asupra doctrinei marxiste încercând să răspundă la două întrebări fundamentale pentru acea perioadă istorică: (1) *poate supraviețui capitalismul?* și (2) *poate funcționa socialismul?* Redau un scurt extras din această lucrare pentru a vedea consecvența modului de gândire schumpeterian în ceea ce privește rolul atribuit inovației: „Impulsul fundamental care stabilește și menține motorul capitalist în mișcare provine *din noile bunuri de consum, noile metode de producție și transport, noile piețe, noile forme de organizare industrială pe care le crează întreprinderea capitalistă*” (Schumpeter, 1976: 83; italice adăugate).

În „The Theory of Economic Development”¹² și apoi în toate lucrările sale importante, unul dintre cele mai importante aspecte ale analizei este fundamentat pe distincția dintre factorii exogeni și cei endogeni ai unui sistem economic. Schumpeter a manifestat o deosebită atenție față de analizele altor economiști asupra evoluției unui sistem economic, iar, din acest punct de vedere, putem aminti raportarea sa la F. Wieser (referitor la importanța ‘experienței’ pentru acțiunile economice individuale), A. Marshall, E. Böhm-Bawerk (asupra rolului pe care-l ocupă introducerea unor aspecte tehnice noi), J.S. Mill (referitor la nivelul scăzut de satisfacție ce poate fi obținut din distincția acestuia dintre producție și distribuție) și C. Menger (despre clasificarea bunurilor în ‘ordine’). Succinct, am putea spune că natura activității economice poate fi văzută la Schumpeter (2008: 10) astfel: „activitatea economică poate avea orice motiv, chiar și unul spiritual, dar înțelesul său este întotdeauna dat de satisfacerea nevoilor”.

Problemele economice și cele tehnologice pe care indivizii le întâmpină în procesul de producție au caracteristici de naturi diferite; din acest motiv, acestea necesită răspunsuri specifice și tipuri diferite de cunoaștere de care actorii economici trebuie să țină cont. Pe de o parte, natura contrastivă a relației dintre problemele economice și cele tehnologice, iar pe de altă parte natura complementară a acestor aspecte ale procesului de producție sunt principalele nuanțe folosite de Schumpeter pentru a introduce unul dintre cele mai importante elemente ale sistemului său de analiză, respectiv conceptul de „combinație”: „Atât din punct de vedere tehnologic, cât și economic, a produce mijloace pentru a combina lucruri și forțe se află la îndemâna noastră.

¹² Pentru cititorii interesați a vedea un extras din materialul publicat în 1911 în ediția germană a lucrării și care apoi a fost omis constant în traducerea în engleză, articolul publicat de Becker și Knudsen (2002) poate reprezenta o lectură interesantă.

Metodele diferite de producție pot fi distinse doar după maniera combinațiilor, aceasta înseamnând fie după obiectele combinate, fie după relațiile dintre cantitățile folosite. Fiecare act concret de producție încorporează pentru noi, o astfel de combinație... O întreprindere și chiar condițiile de producție ale întregului sistem economic ar trebui, de asemenea, privite drept combinații” (Schumpeter, 2008: 14). Cele două tipuri de combinații nu sunt similare, iar urmând linia de gândire schumpeteriană logica economică este cea care are prioritate. Faptul că producătorii pot alege între tipuri diferite de combinații implică costuri diferite pentru producerea unui anumit bun pentru diferiți producători. În plus, o întreprindere poate produce tipuri diferite de bunuri utilizând tipuri și cantități identice de factori.

Schumpeter distinge între două tipuri diferite de risc: primul este asociat dimensiunilor tehnice și comerciale ale producției, dar în viziunea sa profitul nu decurge din asumarea acestui tip de risc pentru că acestea fac parte din stocul de cunoaștere comună a producătorilor; al doilea, în cazul în care riscul nu este prevăzut sau nu este luat în considerare, atunci apar posibilitățile pentru câștig și pierderi. Această situație este asociată cu schimbarea datelor relevante din piață, iar o astfel de situație nu poate fi creată decât de *inovatori*. În general, modul în care sunt combinate diferitele tipuri de resurse este stabil într-o societate, iar ajustările pe care indivizii sunt nevoiți să le facă sunt de mici dimensiuni. Din această situație rezultă că orice schimbare majoră este capabilă să le perturbe universul. Pe de o parte, aceasta se întâmplă pentru că o astfel de situație nu face parte din rutina lor, iar pe de altă parte, tipul de cunoaștere de care aceștia dispun își pierde din utilitate în noul context al pieței. În raport cu aceasta, munca poate fi diferențiată în „conducătoare sau condusă” și în „muncă independentă sau salariată”. Accentul lui Schumpeter este asupra naturii creative a muncii independente și conducătoare pentru că aceasta este cea care poate trece dincolo de rutina pieței.

În ceea ce privește comportamentul consumatorilor și preferințele acestora, Schumpeter asumă o atitudine categorică. Într-o astfel de viziune asupra economiei comportamentul producătorilor este important pentru că aceștia au capacitatea de a influența și schimba preferințele consumatorilor. Un punct de vedere interesant asupra ‘naturii adaptive’ a preferințelor și asupra tipului de relație care se construiește între producători și consumatori poate fi găsit în Weizsäcker (2011). Într-o analiza neo-schumpeteriană asupra preferințelor, acesta scoate în evidență faptul că prin introducerea noțiunii schumpeteriene de *inovatie*

perspectiva asupra preferințelor se schimbă . Astfel, preferințele nu mai pot fi analizate doar prin luarea în considerare a pattern-urilor de consum din trecutul individului, ci trebuie luat în calcul comportamentul dinamic al celor care reprezintă oferta de bunuri: ”este important să înțelegem că procesul de decizie descentralizat generează posibilitatea unor opinii divergente asupra viitorului. *A avea o opinie diferită de a majorității în ceea ce privește preferințele viitoare de consum* poate fi unul dintre cele mai importante roluri sociale ale antreprenorului schumpeterian” (Weizsäcker, 2011, III: 9; traducere proprie și italice adăugate – cititorul interesat de o prezentare mai detaliată a viziunii lui Weizsäcker poate vedea și Croitoru, 2011). Modul în care Schumpeter descrie procesul poate fi desprins din următorul extras: „producătorul este cel care inițiază schimbarea economică și consumatorii sunt educați de către acesta dacă este necesar; aceștia sunt învățați să dorească lucruri noi” (Schumpeter, 2008: 65). Această perspectivă asigură validitatea focalizării atenției asupra producătorilor pentru că aceștia sunt principalul motor al schimbării în piață. În acest fel „*noile combinații*” primesc un rol privilegiat pentru înțelegerea și explicarea mecanismul dezvoltării economice. Conceptul de „*noi combinații*” este asociat în mod uzual viziunii lui Schumpeter asupra antreprenoriatului și dezvoltării economice. Pentru o mai bună înțelegere a detaliilor pe care Schumpeter le-a imprimat acestui concept redăm mai jos unul dintre cele mai citate paragrafe din opera acestuia:

„Acest concept acoperă următoarele cinci cazuri: (1) Introducerea unui bun nou – acesta este unul cu care consumatorii nu sunt încă familiari – sau o nouă calitate a unui bun. (2) Introducerea unei metode noi de producție, aceasta este una netestată încă în ramura de producție în cauză, aceasta nu necesită prin niciun mijloc să fie o descoperire științifică nouă și poate, de asemenea, exista ca un nou mod de a gestiona comercial o marfă. (3) Deschiderea unei noi piețe, aceasta este o marcă în care ramura de producție specifică a țării în cauză nu a pătruns până atunci, indiferent dacă această piață a existat sau nu anterior. (4) Cucerirea unei noi surse de furnizare, a unor noi materii prime sau a unor bunuri semi-fabricate din nou, indiferent dacă această sursă exista deja sau dacă aceasta trebuie să fie creată întâi. (5) Realizarea unor noi moduri de organizare a oricărei ramuri, asemenea obținerii unei poziții de monopol (de exemplu prin crearea unui trust) sau prin spargerea unei poziții de monopol” (Schumpeter, 2008: 66).

Clarificarea conceptului de „*noi combinații*” are atașată o întrebare importantă: *cine sunt oamenii capabili să genereze aceste noi combinații?* Sistemul Schumpeterian rezervă acest rol

economic antreprenorilor. Aceștia au capacitatea de a iniția acțiuni inovative, iar aceasta este modalitatea prin care un sistem economic evoluează. Antreprenorii nu trebuie să fie în mod obligatoriu și posesorii capitalului economic folosit pentru realizarea noilor combinații, acesta poate fi atras prin mecanismele de credit de la capitaliști sau bănci. Acest lucru face ca „apariția creditului” să fie etichetată drept momentul în care sistemul capitalist a început să se formeze (Schumpeter, 1939: 223-224). Legătura dintre credit și inovare este foarte strânsă, iar creditul este unul dintre principalele mecanisme văzute ca asigurând apariția unor inițiative antreprenoriale. Din acest punct de vedere, rolul asociat „economisirii” în procesul de realizare a noilor combinații este relativ insignifiant pentru că „antreprenorul nu trebuie să facă economii cu scopul de a obține mijloacele de care are nevoie, nici să acumuleze bunuri înainte de a produce” (Schumpeter, 2008: 136). Tot ceea ce o persoană trebuie să aibă pentru a deveni antreprenor dintr-o astfel de perspectivă poate fi descris în termeni de „voință și acțiune”. În acest sens, tipul de conducere antreprenorial diferă de alte tipuri de conducere pentru că individul aflat într-o astfel de situație nu trebuie să-i convingă pe ceilalți de viabilitatea viziunii sale, ci prin abilitățile pe care le deține acesta este capabil să „îndrepte mijloacele de producție spre noi canale” și adesea singura persoană care trebuie convinsă este cea care îl finanțează.

Considerăm util ca în finalul acestei scurte secțiuni dedicate antreprenorului schumpeterian să scoatem în evidență două dintre modalitățile în care acesta a fost analizat. Astfel, Reisman (2004: 65-68) subliniază că antreprenorul creionat de Schumpeter nu este un inventator, ci este un inovator; el nu este cel care își asumă riscul pentru că acest rol este rezervat bancherilor și capitaliștilor; demersul antreprenorial nu este unul de corectare a erorilor existente în piață - aici se încadrează și punctul de diferențiere principal dintre antreprenorul schumpeterian și cel teoretizat de Kirzner (1973) - activitatea antreprenorială este diferită de administrarea de rutină a unei firme; iar profitul antreprenorial constituie un „fenomen independent conectat în mod fundamental cu rolul de conducere dintr-un sistem economic” (Schumpeter, 2008: 147). Cea de-a doua perspectivă poate fi găsită în lucrarea elaborată de Carlin (1999). Acesta pornește de la comparația dintre „antreprenorul” lui Schumpeter și „liderul charismatic” descris de Weber și scoate în evidență câteva dintre asemănările și diferențele existente între cele două „tipuri construite” pentru analizarea evoluției societăților capitaliste. Acest tip specific de antreprenor este influențat de câteva dintre aspectele particulare ale sistemului economic: „accesul antreprenorului la resurse”, „dimensiunea pieței” și „independența

sistemului bancar”. Consumatorii trebuie să fie flexibili, iar pentru producători și ofertanți există necesitatea posibilității de calcul. Această „lege a calculabilității nu este similară cu o lege a condițiilor neschimbabile, dar direcția generală a schimbării poate să fie estimată” (Carlin, 1999: 163). Tipul de analiză folosit îl face pe acesta să concluzioneze că „dacă tipul antreprenorului poate fi văzut ca un sub-tip al liderului carismatic weberian pot fi obținute avantaje certe pentru procesul de analiză” (Carlin, 1999: 166).

I. 3 Oportunitățile antreprenoriale, sursele incertitudinii și competiția văzute din două perspective diferite.

Așa cum am detaliat anterior, Școala Austriacă tratează antreprenoriatul dintr-un punct de vedere subiectivist. În această lumină, oportunitățile antreprenoriale pot fi identificate în interpretările subiective pe care antreprenorul le are asupra contextelor socio-economice (Lavoie, 2002: 104). Această perspectivă este diferită de cea creionată de Joseph Schumpeter și preluată mai apoi de o serie de analize ale antreprenoriatului. Astfel, cu toate că și acesta consideră acțiunea antreprenorilor individuali ca cel mai important factor într-un sistem economic (Schumpeter, 1939: 102; Schumpeter, 1976: 132), el operează cu o viziune mult mai obiectivă asupra caracteristicilor mediului socio-economic. Această secțiune explorează aspecte ale ambelor perspective centrându-se asupra modului în care sunt tratate oportunitățile antreprenoriale, asupra varietății surselor pentru incertitudinea acțiunilor antreprenoriale, asupra relației existente între ofertanți și cumpărători, în contextul pieței libere, și asupra importanței competiției pentru procesul pieței.

Este util a menționa faptul că în această lucrare nu ne vom preocupa în mod principal cu teoria economică, ci vom lăsa economiștilor sarcina de a scoate în evidență reperatele pe care aceste două perspective le-au așezat în dezvoltarea teoriilor economice și a rolului semnificativ pe care îl joacă antreprenoriatul în explicarea unui sistem economic. Această delimitare de spectrul teoretic pur economic permite trecerea într-un plan secund a unor elemente precum cele detaliate de Kirzner (1973: 81): „ceea ce antreprenoriatul dobândește în interiorul sistemului schumpeterian este întreruperea fluxului circular, crearea dezechilibrului în afara echilibrului. Pentru mine, din contră, rolul antreprenorial, bineînțeles în afară de a fi sursa mișcării în interiorul sistemului este unul de influență echilibrantă, este starea de alertă antreprenorială la oportunități necunoscute care generează tendința înspre starea de echilibru a fluxului circular.”

În primul rând, putem examina câteva dintre aspectele propuse de cele două linii de gândire asupra existenței *obiective* a oportunităților antreprenoriale. Încă de la început trebuie să menționăm că există puncte de vedere diferite asupra acestui subiect, atât între curentele din interiorul Școlii Austriece cât și între acestea și linia de gândire schumpeteriană. Acest aspect aduce în discuție faptul că indivizii folosind capacități, resurse și cunoștințe diferite își dezvoltă imagini individualizate asupra situațiilor care pot fi transformate într-o acțiune antreprenorială de succes. Folosim termenul „capabilități” ca traducere pentru cel de „capabilities” dezvoltat de Loasby (1999: 50) pe fundamentul așezat de Richardson (1972). Acesta subliniază că termenul „capacități” nu poate fi interpretat în termeni de „alegere rațională” pentru că “abilitatea (skill), și astfel calitatea performanței este atât importantă, cât și problematică.” Pentru o parte a reprezentanților Școlii Austriece, este important în mod particular a lua în considerare distincția dintre „descoperirea și interpretarea” oportunităților antreprenoriale (Lavoie, 2002). „*Perspectiva dinamică*” asupra oportunităților, preferată de „economiiști austrieci” se focalizează asupra caracterului procesual al piețelor și asupra modului în care înțeleg indivizii autonomi acest caracter în condiții de interacțiune și transformabilitate a contextului pieței. Într-o astfel de grilă interpretativă, oportunitățile au o importanță ridicată nu doar în faza de motivare și inițiere a acțiunii antreprenoriale, ci trebuie urmărite în mod constant de către indivizi. Ceea ce poate fi perceput de către actorul individual la un moment dat ca o șansă de a realiza profit beneficiind de pe urma unei oportunități antreprenoriale, odată cu trecerea timpului și ca rezultat al acțiunii celorlalți indivizi aflați pe piață, poate conduce la înregistrarea unui eșec în plan individual. Ca rezultat, individul neputând anticipa cu certitudine viitorul acțiunilor pe care le inițiază la un moment dat, este obligat a-și reconfigura constant imaginile cu care lucrează asupra contextului prezent și viitor (Kirzner, 1973: 9-11). Acest aspect al antreprenoriului văzut ca proces a condus analizele economice încadrabile sub eticheta Școlii Austriece spre accentuarea importanței „incertitudinii” în interpretarea comportamentelor individuale de urmărire a profitului.

O nuanță aparte în linia de analiză a oportunităților antreprenoriale este introdusă de către (Kirzner, 1973), iar aceasta este legată de capacitatea de alertă¹³ a indivizilor. Această abordare oferă posibilitatea de a distinge între „*descoperirea*” oportunităților (Kirzner, 1973; Kirzner,

¹³ Traducerea termenului „alertness” folosit de Kirzner prin „capacitate de alertă” cred că este satisfăcătoare fără însă a reda în totalitate valențele pe care acesta le conferă asupra acestui concept.

1990 -c) și capacitatea de „*a imagina*” oportunități de piață așa cum a fost ea trasată de Shackle (1979) și alți reprezentanți ai Școlii Austriece după el. Insatisfacția lui White referitoare la modul în care Kirzner „vede activitatea antreprenorială reactivă și neambiguu echilibratoare” (White, 1990: 87) și dorința lui de a reconcilia această perspectivă cu cea a antreprenorului schumpeterian aflat într-o „gală de distrugere creatoare” îl conduc pe acesta spre o perspectivă nouă asupra incertitudinii. În cuvintele lui „incertitudinea omniprezentă cu care se confruntă antreprenorii, accentuată de către Mises, dar minimalizată în mod deliberat de către Kirzner, sugerează speculația sau imaginația mai degrabă decât capacitatea de alertă ca fiind caracteristica antreprenoriatului” (White, 1990: 88). Continuând pe linia de conceptualizare a lui Shackle (1979), acesta consideră oportunitățile ca fiind rezultatul „*capacității imaginative*” a individului. Pentru Kirzner, oportunitățile există pe piață și trebuie descoperite, pe când White referindu-se la oportunitățile antreprenoriale spune că „nu poate fi spus cu siguranță (cel puțin *ex ante*) a exista în orice sens obiectiv” (sublinierea prezentă în original). În preocuparea lor pentru descoperirea sau imaginarea oportunităților viitoare, autorii influențați de Shackle au alocat o importantă componentă dimensiunii temporale a acțiunii în analiza antreprenoriatului și pe acest fundament au diferențiat între „antreprenor” și „the arbitrageur”. În analiza sa asupra incertitudinii, White atrage atenția asupra faptului că: „incertitudinea, la fel ca alți numeroși termeni din economie, poate fi înțeleasă în două sensuri, unul subiectiv și celălalt obiectiv. Primul desemnează o atitudine sau o stare de spirit din parte celui care ia decizia, în timp ce cel de-al doilea semnifică imposibilitatea determinării sau a prezicerii stărilor viitoare ale afacerilor” (White, 1990: 91). Antreprenorul înfruntă incertitudinea generată, în principal, de calitatea slabă a cunoașterii pe care o are asupra viitorului, pe când „the arbitrageur” nu are această problemă deoarece acesta/aceasta speculează diferențele din interiorul pieței sau între piețe, la un moment dat.

Chiar dacă unealta conceptuală reprezentată de incertitudine¹⁴ nu aparține exclusiv Școlii Austriece, unii dintre reprezentanții acesteia au adus contribuții importante evoluției acestui concept și modului în care acesta este și a fost folosit în studiul antreprenoriatului. Observația lui Mises, citată anterior, potrivit căreia procesul competitiv dintre actorii prezenți pe piață nu se

¹⁴ Încă de la publicarea din [1921] (2006), lucrarea semnată de Frank Knight „*Risk, Uncertainty and Profit*” a adus contribuții semnificative analizei economice a incertitudinii. Acesta a evidențiat diferența dintre „incertitudinea măsurabilă și cea nemăsurabilă”, și a asociat conceptul de risc incertitudinii măsurabile. Această parte a lucrării mele face referire la caracteristicile conceptului de "incertitudine" așa cum au fost trasate de reprezentanții Școlii Austriece fără a-și propune a realiza o comparație între aceștia și modul în care Knight a folosit acest concept.

termină acolo unde pot fi trasate granițele fiecărei nișe în cadrul căreia antreprenorii operează, poate fi văzută acum într-o nouă lumină. În condițiile unei interconectări generalizate, antreprenorii nu vor putea fi niciodată complet conștienți asupra numărului și a caracteristicilor competitorilor aflați pe piață, aceștia neavând acces permanent la totalitatea informațiilor relevante, iar acest lucru generează o nouă dimensiune a incertitudinii acțiunii antreprenoriale. Indiferent de nivelul investițiilor făcute în cunoașterea pieței, niciunul dintre participanți nu poate avea o „cunoaștere perfectă” asupra mediului în care acționează, aceasta conducând spre situația în care incertitudinea devine inevitabilă (Hayek, 1990b; Kirzner, 1973: 38-39). Bineînțeles, faptul că nu există o cunoaștere perfectă nu implică inexistența unor diferențe semnificative între cunoașterea pe care o au indivizii. Văzută din această perspectivă relația dintre incertitudine și antreprenor poate genera o serie de interpretări, printre care și cele două care urmează: (1) incertitudinea poate fi văzută ca un factor care scade posibilitatea unei activități antreprenoriale de succes pentru că indivizii au o cunoaștere limitată asupra condițiilor în care acționează, (2) incertitudinea poate asigura o sporire a probabilității pentru o acțiune antreprenorială de succes pentru că ceilalți competitori au o cunoaștere limitată asupra contextului pieței și asupra acțiunilor pe care individul urmează a le întreprinde. Pentru o clarificare a acestui aspect cred că poate fi utilă redarea unui scurt paragraf din Kirzner (1973: 67): „Doar introducerea ignoranței deschide posibilitatea unor astfel de oportunități neexploatate (și oportunitățile pentru profit pur care le sunt asociate acestora) și posibilitatea ca primul care descoperă adevărata stare a afacerilor să-și poată însuși profitul asociat prin inovare, schimbare și creație”.

Așa cum am arătat anterior, acest aspect devine posibil în termenii kirznerieni ai analizei prin capacitatea individuală de alertă referitoare la oportunitățile antreprenoriale. Schimbând perspectiva dinspre mediu spre individ, Școala Austriacă scoate în evidență ideea că individul nu poate avea un plan suficient de elaborat pentru a iniția o activitate antreprenorială decât în cazul în care acesta se caracterizează printr-un nivel ridicat de maleabilitate, în sensul că antreprenorul trebuie să fie constant atent și receptiv față de semnalele prezente în piață¹⁵. În acest tip de interpretare, oportunitățile antreprenoriale din momentul inițierii unei acțiuni, păstrează potențialul de obținere a profitului scontat doar dacă antreprenorul are capacitățile individuale și

¹⁵ Acest aspect al analizei poate fi susținut chiar dacă antreprenorul alege cum să acționeze și acesta are un plan imaginat pentru activitatea desfășurată (Shackle, 1979).

abilitățile necesare pentru a accesa în mod constant informațiile relevante din piață (ceea ce presupune atât actualizare și selecție, cât și îmbogățirea stocului de informații).

Tipul de analiză ce poate fi identificat în linia de gândire configurată încă de la începutul secolului trecut de către Schumpeter așază accentul analizei antreprenoriatului într-o altă sferă. Caracterul eminent inovativ atribuit de acesta acțiunii antreprenoriale devine comprehensibil în momentul în care vedem că antreprenorul creionat de Schumpeter nu trebuie privit prin apelul la incertitudine, aceasta pierzând caracterul inevitabil. Abordarea schumpeteriană este construită utilizând un grad diferit de stabilitate și un model evolutiv diferit al sistemului economic. În termenii lui (Loasby, 1999a: 175) „rutinele fluxului circular oferă un fundament stabil care este necesar calculelor antreprenorilor schumpeterieni”. Astfel, putem afirma, că antreprenorul schumpeterian nu operează sub condițiile incertitudinii enunțate de reprezentanții Școlii Austriece, ci, mai degrabă, într-un mediu economic stabil¹⁶. Folosind o abordare diferită asupra acestui subiect putem observa că pentru Schumpeter „numărul combinațiilor posibile este aproape infinit și de aceea antreprenorul nu poate trece prin toate acestea în modul rațional ... Antreprenorul nu face o alegere rațională, cât una intuitivă; și ceea ce separă un antreprenor bun de un antreprenor rău este capacitatea sa de a intui alegerea corectă” (Swedberg, 2007: 10). Dificultatea activității antreprenoriale reiese pentru Schumpeter nu atât din incertitudine, cât din limitările individuale și sociale¹⁷.

Din perspectiva de analiză consolidată pe bazele teoretice ale Școlii Austriece, capacitatea individului de a-și modela comportamentele în conformitate cu semnalele pe care le percepe în piață, reprezintă un element fundamental pentru o activitate antreprenorială de succes. Pentru (Lachmann, 1990: 82) aceasta este dependentă de abilitatea individului de a diferenția între „cunoștințele vechi” și „cunoștințele noi” și de a menține o balanță optimă între aceste două

¹⁶ „De ce este activitatea inovatoare cea mai favorizată de către starea de echilibru? O comparație a dificultăților și riscurilor inovării în stagii diferite a unui ciclu cu două faze arată o balanță înclinată în favoarea acestei situații. Stabilitatea condițiilor de afaceri, la fel ca lipsa completă a profiturilor, este mult mai favorabilă pentru inovație decât poate fi orice alt stagi al ciclului. Din moment ce riscul de eșec este la un minim și presiunea de inovare la un maxim, ar trebui să ne așteptăm ca activitatea de inovare, sub condiții capitaliste, va fi deosebit de mare.” (Clemence and Doody, 1966: 54)

¹⁷ „În primul rând, în cazul în care ceva nou este încercat, mediul opune rezistență în timp ce-l privește cu cel puțin neutralitate binevoitoare la repetarea actelor familiare ... În cel de-al doilea rând, pentru repetarea actelor de rutină mediul oferă premisele, în cazul lucrurilor noi uneori acestea lipsesc, alteori acesta refuză ... cumpărătorii achiziționează cu un grad mai mare de libertate ceea ce înțeleg. În cel de-al treilea rând, mulți oameni se simt inhibați în momentul în care posibilitatea călcării pe o cale nouă se oferă de la sine.” (Schumpeter, 1939: 100).

sfere ale cunoașterii. „Cunoștințele vechi” și „cunoștințele noi” coexistă în procesul individual de construire a reprezentărilor asupra contextului acțiunii, astfel antreprenorul poate face alegerea celui mai potrivit tip de cunoștințe în funcție de situația în care acesta se află. Chiar dacă oportunitățile există în piață, aceste reprezentări individuale sunt principalele mijloace prin care acestea pot fi transformate în comportamente antreprenoriale (Kirzner, 1973). În acest context devine posibilă examinarea din ambele perspective a rolurilor diferite ale semnalelor pe care antreprenorul le primește din piață. În viziunea Școlii Austriece, semnalele primite din piață pot fi percepute ca adevărate indicatoare pentru antreprenor, iar acesta trebuie să-și schimbe comportamentul pentru a oferi un răspuns mai potrivit competitorilor și pentru a se adapta într-un grad cât mai ridicat preferințelor consumatorilor¹⁸. În cadrul perspectivei schumpeteriene, semnalele negative pe care antreprenorul le primește dinspre competitori sau consumatori pot reprezenta un semn al naturii puternic inovative al actului întreprins și al provocărilor pe care acțiunile de tip antreprenorial le reprezintă la adresa cunoștințelor vechi și a comportamentelor puternic înrădăcinate¹⁹ (rutinale). Abia din acest punct de vedere, importanța poate fi asociată capacității intuitive a antreprenorului (Swedberg, 2007), mai degrabă, decât semnalelor recepționate de la ceilalți participanți pe piață.

Momentul introducerii în discuție a preferințelor consumatorilor indică un nou punct de contradicție între cele două perspective pentru că acestea asumă puncte de vedere diferite asupra naturii relației dintre principalii jucători de pe piață, respectiv vânzătorii și cumpărătorii. Am menționat anterior că pentru reprezentanții Școlii Austriece, antreprenorul trebuie să-și adapteze comportamentul la semnalele primite de la ceilalți participanți pe piață (Kirzner, 1973; Lachmann, 1990; Shackle, 1979). În acest context, putem vedea modul în care antreprenorul schumpeterian modifică într-un mod fundamental coordonatele mediului în care acționează prin „noile combinații” pe care le realizează. Consumatorii trebuie influențați să cumpere bunurile și serviciile vânzătorului chiar și în cazul în care acest demers presupune avântarea pe un drum contrar celui trasabil pe baza preferințelor de consum prezente la un moment dat pe piață. Un

¹⁸ Carl Christian von Weizsäcker (2011) ilustrează tipul de abordare Schumpeteriană a preferințelor și oferă o analiză utilă asupra naturii preferințelor consumatorilor scoțând în evidență distincția dintre preferințele fixe/stabile și cele adaptabile. Acesta scoate în evidență capacitatea antreprenorului Schumpeterian de a schimba preferințele.

¹⁹ „De fapt, este ușor a realiza că acele perturbări trebuie să fie în mod necesar „mari”, în sensul că acestea vor întrerupe sistemul existent și vor genera un proces distinct de adaptare care ar trebui să apară ca atare cu fiecare serie temporală. Acest lucru este independent de dimensiunea firmei sau *de importanța efectelor imediate pe care aceste acțiuni le implică în sine. În urma oricărei inovații într-o primă fază pot fi văzute o multitudine de reacții care nu sunt ușor de urmărit.*” (Schumpeter, 1939: 100-101; italice adăugate)

scurt exemplu poate fi ilustrativ în acest sens: „să vizualizăm situația unui om care ar dori, la timpul prezent, să ia în considerare posibilitatea de a iniția o nouă afacere pentru producerea unor aeroplane ieftine, afacere care ar fi rentabilă doar dacă oamenii care conduc în acest moment mașini ar putea fi făcuți să zboare (Schumpeter, 1939: 100). Diferența dintre cele două perspective poate fi identificată cu ușurință în momentul în care privim cu atenție spre sensul procesului de influențare (proces care apare la nivelul relației dintre consumatori și vânzători). Pe de o parte, Școala Austriacă propune o variantă analitică în care ofertantul este influențat din cel puțin două direcții distincte în manifestările sale, respectiv de către ceilalți competitori și de către comportamentele cumpărătorilor bunurilor și serviciilor sale. Pe de altă parte dintr-o perspectivă schumpeteriană ofertantul devine capabil a se impune pe piață, adică acesta este cel care modelează așteptările și preferințele consumatorilor și inițiază o nouă fază în cadrul mediului în care acționează, iar competitorii acestuia sunt obligați să se adapteze noii realități pentru că altfel sunt condamnați să dispară de pe piață.

„*Competiția*” este văzută de către reprezentanții ambelor perspective ca fiind esența antreprenoriatului, fără a înțelege prin aceasta că cele două școli de gândire economică folosesc definiții similare ale acestui concept. Kirzner (1973: 16-17) este reprezentativ pentru Școala Austriacă în momentul în care afirmă că „activitatea antreprenorului este în mod esențial competițională. Astfel, competiția este inerentă în natura procesului de piață antreprenorial” (traducere proprie). Viziunea kirzneriană implică definirea competiției prin evidențierea importanței acelor mici și constante schimbări comportamentale care sunt rezultatul capacității de alertă a antreprenorului la acele detalii ale contextului care i-ar permite o poziționare mai avantajoasă în interiorul pieței. Procesul antreprenorial conceptualizat de către Schumpeter poate fi înțeles doar dacă accentul este mutat dinspre adaptare spre inovare, aceasta (inovația) fiind cel mai important aspect al competiției. Modelul de analiză schumpeterian atrage atenția asupra diferențelor existente între modul în care acesta definește competiția și abordările tradiționale ale competiției (incluzând printre acestea și modelele asociate „competiției prețurilor”). În termeni de piață, competiția este tratată din punctul de vedere al eficienței iar amploarea diferită pe care el o acordă competiției bazate pe inovație poate fi dedusă și din următoarea exprimare „ca un bombardament în comparație cu forțarea unei uși” (Schumpeter, 1976: 84-85). Diferența dintre cele două perspective asupra competiției reiese, așa cum am menționat succint anterior din caracterul distinct asociat relației dintre antreprenoriat și evoluția sistemului economic. În

termenii lui Kirzner, antreprenoriatul are rolul de a reglementa distorsiunile apărute pe piață și a conduce sistemul spre faza de echilibru, pe când pentru Schumpeter inovația ca element central al antreprenoriatului este responsabilă pentru introducerea sistemului într-o nouă fază, iar caracterul acesteia este unul descris în termenii „distrugerii creatoare”.

I. 4 Relația dintre antreprenoriat și cunoaștere

Conceptul de „cunoaștere” este abordat în termenii *stocurilor de cunoaștere*, a *sferelor cunoașterii* sau a *procesului de cunoaștere*, iar ambele perspective se raportează la acesta ca fiind unul fundamental pentru analiza comportamentelor antreprenoriale. Această secțiune se va raporta, în principal, la nuanțele introduse de Școala Austriacă în definirea „cunoașterii” acordând atenție modului în care este condiționat succesul actului antreprenorial de cunoaștere.

Urmărind premisa utilizată de către economiștii austrieci potrivit căreia niciunul dintre participanții într-o piață nu poate avea o cunoaștere completă²⁰ a tuturor condițiilor relevante la un moment dat, o mai bună cunoaștere a contextului socio-economic al acțiunii este posibilă, iar aceasta poate diminua, fără însă a eradica, incertitudinea de la nivelul individual (Gunning, 1991). Cunoașterea pe care antreprenorul o deține asupra realității în care operează este într-o constantă stare de degradare (învechire) în condițiile în care piața este de asemenea într-o constantă transformare (înnoire). Stocurile individuale de cunoștințe pe care individul le deține la momentul intrării pe piață sunt cu siguranță importante, dar păstrează un rol decisiv doar în condițiile în care acesta are abilitățile necesare de a le actualiza la intervale de timp rezonabile, astfel încât să fie permanent într-o poziție avantajoasă în piață. Astfel, în linia de analiză a Școlii Austriece există două sfere diferite ale cunoașterii. În primul rând, stocurile de cunoaștere de care individul dispune la inițierea unei acțiuni antreprenoriale, care pot fi mai utile sau mai puțin utile pentru obținerea profitului. În cel de-al doilea rând, cu adevărat decisivă din perspectiva Școlii Austriece, este cunoașterea pe care individul o dobândește în timpul participării în piață.

²⁰ Pentru Hayek “cunoașterea completă” este una dintre trăsăturile stării de „competiție perfectă” și această stare nu este posibilă într-o economie reală. „În acord cu vederea generală, competiția perfectă presupune: (1) Un bun omogen oferit și solicitat de un număr mare de vânzători și cumpărători relativ mici, niciunul dintre ei nu se așteaptă să exercite prin acțiunile sale o influență perceptibilă asupra prețului (2) libera intrare în piață și absența altor restricții asupra mutării prețurilor și resurselor (3) cunoașterea completă a factorilor relevanți din partea tuturor participanților în piață.” (Hayek, 1990: 172)

Cunoștințele celei de-a doua sfere sunt „*învățate*” prin participarea²¹ în piață și sunt fundamentate pe semnalele primite de la ceilalți participanți în piață. Aceasta nu poate fi analizată în termenii informațiilor obiective, deoarece, după cum am remarcat reprezentanții Școlii Austriece subliniază tocmai caracterul subiectiv al reprezentărilor despre piață pe care antreprenorul le utilizează.

Piața devine în acest mod singurul loc unde antreprenorul își poate testa valoarea "cunoașterii" (Hayek, 1990a: 188), iar în termenii lui Kirzner, aceasta este posibilă prin testarea „planurilor în piață” (Kirzner, 1973: 10). Pornind de la caracterul subiectivist al cunoașterii putem observa că oameni diferiți învață lucruri diferite în piață (Lachmann, 1990: 83), iar această cunoaștere dobândită și extrasă în mod individual din piață, prin filtrul propriilor reprezentări, va configura scheme viitoare distincte de acțiunea antreprenorială. Succesul poate fi considerat ca fiind „hârtia de turnesol” care probează capacitatea antreprenorului de a selecta și interpreta semnalele receptate în piață. Definitivarea unei acțiuni antreprenoriale de succes este edificatoare în privința abilităților, în timp ce înregistrarea unui eșec scoate în evidență o serie de deficiențe. Cu toate acestea, trebuie să ținem cont că eșecul este mult mai dificil de interpretat în piață de multe ori acesta neputând fi asociat unor cauze directe și exacte (White, 1990: 100). Este esențial să ținem cont de faptul că abilitățile individuale sunt produse ale mediului social care și-a pus amprenta distinctivă asupra personalității individului în momente diferite ale existenței acestuia, iar principalul mijloc prin care acest proces s-a desfășurat a fost asociat seriei de interacțiuni pe care individul a avut-o până în momentul respectiv.

O altă distincție scoasă în evidență de către economiștii austrieci este cea dintre sfera „științifică” și cea „practică” a cunoașterii. Swedberg interpretează discuția lui Hayek asupra sferelor cunoașterii astfel: „tipul cunoașterii care a devenit cunoscut drept „cunoaștere științifică” în economie, argumentează Hayek, s-a distanțat în sine prea mult de „cunoașterea practică”, ceea ce este văzut cu un amestec de neîncredere și nemulțumire. Cunoașterea practică ... este definită de Hayek drept *cunoașterea circumstanțelor practice de timp și loc*” (Swedberg, 2002: 10). Cunoașterea științifică referitoare la trăsăturile definitorii ale pieței poate avea un rol relevant în

²¹ În termenii analizei lui Kirzner această sferă a cunoașterii trebuie asociată capacității de alertă (alertness) individuale.

faza de inițiere a unei acțiuni antreprenoriale²². Acest lucru devine vizibil în special dacă facem referire la aspectele evidențiate de către Shackle (1988: 64) și White (1990: 93). Perspectivele creionate individual de către aceștia arată „capacitatea de imaginare” apropiată de o viziune realistă asupra viitorului, mai degrabă decât o capacitate bazată pe fantezie. Shackle susține că planurile folosite pentru acțiunile indivizilor sunt alese (selectate) după ce aceștia evaluează posibilele obstacole pentru alte potențiale planuri. În cursul acestui proces, antreprenorul face eforturi pentru a elimina imaginile nerealiste asupra viitorului. Faptul că antreprenorul nu poate evalua încă din primul moment nivelul propriu de cunoaștere asupra pieței și nici care parte din aceasta se va dovedi utilă este expus de Lachmann în următoarea manieră: „toată cunoașterea utilă tinde probabil să fie difuză, dar în aplicarea ei pentru scopuri specifice aceasta este posibil să-și schimbe caracterul, de aici și *dificultatea* de a o identifica” (Lachmann, 1990: 81; italicizele autorului). Astfel, devine clar că antreprenorul folosește date noi din piață pentru a-și îmbunătăți cunoașterea, dar în același timp acesta dobândește o nouă perspectivă asupra datelor cunoașterii preexistente – acele date pe care le avea încă din momentul inițierii acțiunii antreprenoriale. Acest aspect al cunoașterii conține o provocare atât pentru antreprenor, cât și pentru cercetătorul social al acestui fenomen²³. Individul își îmbogățește, prin interacțiune, atât nivelul cunoașterii, cât și capacitatea de interacțiune viitoare. Sinele acestuia se schimbă odată cu fiecare nouă serie de interacțiuni, reprezentările sale asupra mediului se schimbă, astfel schimbându-se atât capacitatea de recunoaștere sau imaginare a unor noi oportunități antreprenoriale, cât și capacitatea de a acționa. În sociologie este vorba despre genul de cunoaștere reflexivă asupra realității și despre acea capacitate a individului de a-și actualiza constant informațiile pe care își fundamentează acțiunile.

Din perspectiva schumpeteriană distincția dintre „cunoașterea de tip vechi” și cea de „tip nou” poate fi privită într-o nouă lumină. Dacă, din punctul de vedere austriac, procesul de îmbunătățire a cunoașterii este făcut într-o manieră constantă și graduală, în sistemul

²² Acordând importanța corespunzătoare acestui fapt este necesar să notăm faptul că ceea ce contează pentru antreprenorul kirznerian este capacitatea sa de alertă: „Aspectul cunoașterii care este de o relevanță crucială pentru antreprenori nu este așa de mult cunoașterea de substanță a datelor pieței, cât capacitatea de alertă, *cunoașterea locurilor unde pot fi găsite datele despre piață*.” (Kirzner, 1973: 67, italicizele autorului).

²³ „Într-adevăr, chiar dacă este posibil a utiliza stimulente corespunzătoare pentru ca agenții individuali să releveze ce tip particular de cunoaștere posedă, aspecte importante ale cunoașterii personale nu vor fi transferate către operatorul central. De fapt, acești biți de cunoaștere pot fi folosiți doar de agenții individuali în sine. Însuși Hayek se referă la Michael Polanyi menținând că a cunoaște cum să faci ceva se referă în principal la abilități și poate fi considerată o cunoaștere tacită (Polanyi, 1958; Hayek, 1997: 43-5).” (Zappia, 1997:273).

schumpeterian de gândire, schimbarea la nivelul cunoașterii este una radicală și este corelată în mod nemijlocit cu procesul de „distrugere creativă”. În termenii folosiți de Kurz, aceasta implică o stare de conflict între cele două sfere ale cunoașterii: „cunoașterea nouă folosită economic este frecvent inamicul cunoașterii vechi. Cea nouă nu crește în mod simplu din cea veche, *ci o înlocuiește și o elimină în competiție*” (Kurz, 2012: 5; italice adăugate). Complementar, poate fi observat că actul de inovare este legat în mod intrinsec de crearea cunoașterii de tip nou. Loasby argumentează că „antreprenorul lui Schumpeter este creatorul noilor date”(Loasby, 1999a: 172). „Gala creatoare” în care antreprenorul se află, schimbă relevanța datelor de pe piață. În momentul în care inovația pe care acesta o introduce în piață se dovedește a avea amploarea cu care Schumpeter o creditează, atât piața cât și sistemul economic se schimbă în esență.

O scurtă privire asupra modului și sensului în care se structurează procesul de influență scoate în evidență o diferență semnificativă asupra celor două școli de gândire socio-economică. Din acest punct de vedere, principala diferență poate fi redată succinct astfel: antreprenorul creionat de către reprezentanții Școlii Austriece este influențat de către informația pe care o primește dinspre piață, în timp ce antreprenorul de tip schumpeterian prin actul său inovator influențează în mod radical cunoașterea disponibilă în și asupra pieței.

Discuție asupra capitolului

Obiectivul propus încă din partea introductivă a acestui capitol includea scoaterea în evidență a unor diferențe semnificative de analiză a antreprenoriatului așa cum reies ele din lucrările semnate de către reprezentanții a două dintre cele mai influente curente în acest câmp de analiză. Fără a insista asupra aspectelor exclusiv economice, respectiv fără a aprofunda diferențele generate de conceperea sistemului economic în stare de echilibru sau dezechilibru, această analiză a subliniat diferențe de concepție asupra unor aspecte ale antreprenoriatului, cum ar fi: natura obiectivă sau subiectivă a oportunităților antreprenoriale, sursele și rolul incertitudinii în desfășurarea activității antreprenoriale, modalitățile în care se structurează competiția și cunoașterea în contextul pieței. Dincolo de toate aceste diferențe, lucrarea a marcat, acolo unde a fost cazul, și o serie de elemente de similitudine între aceste două perspective. Modul în care punctele de interes pentru analiză au fost alese este în legătură directă cu obiectivul general al lucrării din care acest capitol este parte, respectiv analizarea relației dintre experiența de migrație internațională și adoptarea unor comportamente antreprenoriale. În acest

sens, importanța care îi este acordată fiecărui concept analizat trebuie văzut ca fiind un pas pe drumul delimitării unei scheme conceptuale ce poate fi folosită pentru aprofundarea relației menționate anterior.

În primul rând, unul dintre aspectele de diferențiere scoase în evidență în acest text este asociabil modului în care cele două Școli de gândire socio-economică definesc și operează cu conceptul de proces. Reprezentanții Școlii Austriece definesc conceptul de proces în analiza antreprenoriatului în termenii *interacțiunii care are loc între indivizi autonomi* în contextul pieței. Pe de altă parte, noțiunea schumpeteriană este în principal asociată cu *introducerea de către individ a unei inovații în piață*. Aceasta distincție a fost urmată de o discuție asupra modului în care cele două perspective își construiesc viziunea asupra relației dintre antreprenor și ceilalți participanți în piață. A fost arătat că în timp ce Școala Austriacă vede relaționarea în termenii interacțiunii între indivizi (relații multiple inter-individuale), antreprenorul de tip schumpeterian se raportează la ceilalți ca la un tot prin intermediul inovației pe care o introduce în piață.

În cel de-al doilea rând, modalitatea în care oportunitățile antreprenoriale sunt tratate de către reprezentanții celor două linii de analiză reprezintă un important punct de distincție între acestea. Procesul *descoperirii oportunităților antreprenoriale în reprezentările individuale* asupra contextelor de piață, sau procesul construirii și alegerii planului adecvat în conformitate cu o realitate „imaginată” sunt perspective configurate de către reprezentanții Școlii Austriece, iar acestea diferă semnificativ de *procesul de „distrugere creativă”* analizat și conceptualizat de Schumpeter și cei care au mers pe linia de gândire inițiată de acesta. În acest moment poate fi amintit faptul că mulți dintre gânditorii austrieci au expus puncte comune cu definiția largă pe care Schumpeter o dă conceptului de „combinații noi” (new combinations).

În final, analiza a arătat că pentru cel puțin două aspecte esențiale ale analizei antreprenoriatului, respectiv *relația dintre antreprenor și consumatori* și *relația dintre cunoaștere și antreprenoriat*, cele două perspective folosesc fundamente diferite. Pentru Școala Austriacă aspectul fundamental în explicarea acestor două relaționări poate fi identificat în procesul de adaptare constantă a antreprenorului la realitatea schimbătoare a pieței. Astfel, antreprenorul în viziunea Școlii Austriece își schimbă comportamentele pentru a fi în acord cu semnalele recepționate din piață. Antreprenorul inovativ schumpeterian, pe de altă parte, este

capabil de a modela atât preferințele și comportamentele consumatorilor, cât și de a influența relevanța cunoașterii existente în piață. *Succesul actului antreprenorial este asociat de către economiștii austrieci procesului de învățare din piață, în timp ce antreprenorul schumpeterian este cel care predă o lecție celorlalți competitori despre modul în care lucrurile trebuie a fi făcute.*

Capitolul II. Repere teoretice pentru analizarea relației dintre migrație și antreprenoriat

Introducere

Ultimele decenii au adus schimbări semnificative în întreaga lume în ceea ce privește fenomenele de mobilitate spațială²⁴. În Europa vorbim de o serie de procese de mare anvergură care și-au pus amprenta asupra noilor tipuri de societate dezvoltate. Dintre acestea o importanță deosebită o au cele legate de dezintegrarea fostului bloc comunist, extinderea granițelor Uniunii Europene și acordarea dreptului la libera circulație pentru cetățenii noilor state membre, extinderea spațiului Schengen etc. Amploarea pe care o cunoaște fenomenul migrației internaționale îi asigură acestuia o vizibilitate aparte atât în lista tematicilor din științele sociale, cât și pe agenda publică. Fie că discuția este concentrată asupra statelor de origine ale migranților sau asupra celor pe care aceștia le aleg ca destinații, fenomenul migrației internaționale are o serie de implicații care nu pot fi trecute cu vederea. *Pot fi văzute efectele migrației ca fiind corelate creșterii economice pentru comunitatea de origine sau pentru cea de destinație? Au imigranții o predispoziție mai ridicată pentru adoptarea unor comportamente antreprenoriale? Sunt cu adevărat imigranții un pericol la adresa identității naționale a țării de destinație, sau altfel spus procesele de integrare culturală trebuie focalizate asupra asimilării sau asupra păstrării specificului cultural al celor care aparțin unui grup etnic diferit?* Acestea sunt doar câteva întrebări introductive într-o tematică atât de bogată și controversată cum este cea a migrației internaționale contemporane.

Este important ca încă de la început să delimităm o arie tematică a cărei întindere este mult peste ceea ce permite demersul la care ne angajăm în acest scurt capitol. Astfel, o primă mențiune pe care o considerăm necesară este asociată faptului că tipul de migrație care face obiectul acestei analize este cea internațională, iar acest aspect îl considerăm relevant pentru obiectivul asumat, respectiv de aprofundare a relației dintre migrație și antreprenoriat. Din acest punct de vedere este important ca analiza să poată aduce în discuție două economii naționale, două identități culturale și două tipuri de societăți între care diferențele să fie semnificative. Cu toate că în plan individual migrația internă poate reprezenta un eveniment de amploare, cu

²⁴ Textul acestui capitol este construit pe baza unui articol publicat anterior de autor. Vezi bibliografia lucrării pentru detalii Croitoru (2014a).

consecințe majore asupra traiectoriei de viață a individului, în plan economic, cultural și social dificultățile pe care acesta le experimentează considerăm că sunt de natură diferită de cele asociate actului de migrație internațională. În cazul migrației internaționale, unul dintre procesele care prezintă interes pentru științele sociale este acela de asimilare (înțeleasă ca o încadrare a imigranților în sfera cultural-valorică a societății gazdă). Pentru analizele focalizate asupra aspectelor economice ale migrației definirea procesului de asimilare este mult simplificată și se rezumă în general la urmărirea diferențelor de venit dintre imigranți și nativi, considerându-se că un grup de imigranți este asimilat în momentul în care aceștia ating paritatea veniturilor cu populația nativă (Bodvarsson și Van den Berg, 2009: 57; Longva și Raaum, 2004: 99). Privit din această perspectivă, antreprenoriatul este unul dintre mijloacele care pot asigura asimilarea mai rapidă a imigranților. În acest context este potrivit să amintim că procesul de asimilare se constituie pe două direcții distincte, respectiv dimensiunea politicilor publice elaborate pentru asimilarea și/sau integrarea imigranților, iar, pe de altă parte, accentul poate fi așezat pe eforturile individuale sau colective ce vin din interiorul populației de imigranți.

Cea de-a doua distincție majoră pe care trebuie să o facem în momentul în care vorbim de migrație, iar în cazul nostru de migrație internațională, ține de natura motivațiilor asociate actului de emigrare. Din acest punct de vedere delimităm sfera analizei noastre la actele de migrație internațională motivate economic, iar în opoziție cu acestea le așezăm pe cele motivate politic²⁵ (cazul refugiaților este unul aparte). În cazul României, o astfel de distincție are un prag temporal vizibil, iar acesta poate fi asociat anului 1989. Dacă până la căderea regimului comunist o mare parte din plecările românilor din țară conțineau și un pronunțat caracter politic (manifest în cazul dizidenților sau latent în cazul celor mai multe dintre plecări), după acest moment motivațiile asociate actelor de emigrare au început să aibă un caracter economic din ce în ce mai pronunțat. Bineînțeles că linia dintre motivațiile economice și alte tipuri de motivații care pot fi asociate actului de migrație este departe de a fi atât de ușor de trasat, dar pentru tipul de demers pe care ni-l propunem, respectiv cercetarea relației dintre migrație și antreprenoriat o astfel de distincție se poate dovedi a fi importantă. Alte tipuri de acte de migrație care nu se află în obiectivul

²⁵ În momentul în care vorbim de migrație motivată politic suntem nevoiți să distingem între actele voluntare și actele de migrație forțată. În cazul României sunt celebre actele de migrație forțată ale evreilor (în perioada celui de-al doilea război mondial) și ale populației cu origini germanice (după încheierea războiului) care a fost deportată spre destinații din URSS. Migrația motivată de rațiuni politice dar cu caracter voluntar a fost o practică întâlnită mai ales în cazul dizidenților anticomunisti.

analizei noastre sunt cele ale căror motivații țin de sfera turismului sau de cea educațională. Acest tip de acte de migrație intră în aria noastră de interes doar în momentul în care se transformă în migrație orientată economic²⁶, iar prin aceasta înțelegem exclusiv acel tip de imigranți care lucrează în țara de destinație fie ca angajați, fie ca antreprenori. Astfel, perspectiva asupra migrației economice este una relativ largă, în sensul că include imigranții aflați în țara de destinație în măsura în care șederea acestora în acel loc are motivații ce țin de obținerea unor avantaje economice pe piața muncii (indiferent dacă vorbim de angajați, auto-angajați sau angajatori). De asemenea, o astfel de definiție poate include și persoanele care au emigrat din motive politice, dar a căror motivație s-a schimbat de-a lungul timpului.

Cel de-al treilea aspect căruia dorim să-i acordăm o importanță deosebită ține de *temporalitatea actului de migrație*. Analiza semnată de Dustmann și Mestres (2010) este concentrată asupra modalității în care remitențele economice sunt influențate de caracterul temporar sau permanent al migrației. Folosind date din GSOEP *Panelul Socio Economic German* (1984-1994) aceștia demonstrează că există o serie de factori care influențează atât amploarea fluxului de remitențe, cât și scopurile pentru care sunt trimiși banii în țara de origine (pentru sprijinirea familiei, pentru economisire și achiziționarea de bunuri sau pentru alte scopuri nespecificate). Cel mai important dintre determinanți este considerat a fi caracterul *temporar al migrației*, respectiv imigranții care intenționează să se întoarcă în țara de origine remit mai mult decât cei care nu au astfel de intenții, iar acest lucru este valabil atât în cazul remitențelor măsurate ca sume de bani, cât și ca volum din veniturile totale ale gospodăriei. Cu toate că Dustmann și Mestres (2010) au arătat că există diferențe semnificative între comportamentele economice ale imigranților în funcție de prezența sau absența intenției de revenire, materialul nostru nu va insista asupra acestui aspect. Din acest punct de vedere ne interesează atât actele de migrație al căror caracter definitiv este asumat de la început de către migrant, cât și cele cu caracter temporar în condițiile în care acest interval de timp nu este prestabilit în momentul inițierii actului migrației. Ceea ce dorim să excludem din analiza teoretică pe care o facem

²⁶ Fourage și Ester (2009: 54) scot în evidență câteva repere conceptuale ale analizei actelor de migrație orientate economic: „Conform literaturii din domeniu, *îmbunătățirea situației economice proprii este probabil cel mai influent determinant al alegerii migrației*. Atât angajarea imediată și oportunitățile salariale în țara gazdă (Harris and Todaro 1970) , cât și așteptările salariale viitoare și perspectivele de angajare par să conteze (Sjaastad 1962). De fapt, decizia de a migra sau nu a fost demonstrat că depinde în mod crucial de creșterea percepută asupra câștigurilor în țara gazdă (Chiswick 1978). În acest sens, se așteaptă ca stocul de capital uman să fie un determinant puternic al migrației (Sjaastad 1962)” (italicele adăugate).

acestui fenomen este acea categorie de persoane care pleacă din propria țară pe baza unui contract cu perioada determinată și care, la finalizarea acestuia, se întorc în țara de origine. Motivația ce stă în spatele unei astfel de distincții ține de probabilitatea foarte scăzută a manifestărilor antreprenoriale în cadrul acestei categorii de imigranți. În momentul în care locul de muncă este asigurat, iar plecarea se face în termeni relativ stricți, posibilitatea ca un astfel de imigrant să-și construiască o carieră de tip antreprenorial în țara de destinație este foarte scăzută. La fel ca în cazurile menționate anterior, în momentul în care imigrantul venit pe baza unui contract de muncă pe perioadă determinată alege să rămână la destinație sau să se reîntoarcă în țara de destinație după încheierea sau denunțarea respectivului contract, în acel moment acesta intră în sfera de interes a analizei noastre. Vom aprofunda ulterior cât de importantă este durata estimată a șederii pentru alegerea de către imigranți a unor cariere de tip antreprenorial.

Încă din timpul sociologiei clasice orientarea spre activități economice a grupurilor de populație ce se găsesc în situația de a constitui o minoritate etnică sau religioasă a fost un subiect de reflecție. Consider că opoziția pe care Weber o stabilește între serviciile din sfera privată și cea din sfera serviciilor statului se poate bucura încă de actualitate în cazul societăților europene contemporane în măsura în care accentul este mutat dinspre minorități naționale și religioase cu o durată considerabilă și grupurile de imigranți la prima generație în țara de destinație. „Minoritățile naționale sau religioase care se află în poziție de subordonare față de un grup conducător sunt susceptibile, datorită excluderii lor voluntare sau involuntare din pozițiile de influență politică, să fie atrase cu o forță deosebită înspre activitatea economică. Membrii lor cei mai capabili caută să-și satisfacă dorința de recunoaștere a aptitudinilor lor în acest domeniu, de vreme ce nu au nici o oportunitate în serviciile statului” (Weber, 2003: 34; italicele adăugate).

Până acum am delimitat tipul de migrație care este de interes pentru analiza noastră, iar recapitulând atribuitele esențiale ale acestuia ajungem la următoarea definiție a tipului de migrație asupra căruia analiza noastră este focalizată: migrația reprezintă acel act de mobilitate spațială (definitivă sau temporară) în afara granițelor țării, a cărei motivație (inițială sau ulterioară) este de natură economică.

Modul în care au fost alese reperle conceptuale asupra cărora această analiză insistă ține de dorința configurării unei scheme teoretice de aprofundare a relației dintre migrație și antreprenariat. În acest sens, unul dintre principalele obiective ale acestui capitol este de a

delimita câteva unelte teoretice care își pot dovedi utilitatea abordării acestei relații în contexte sociale diferite. Linia austriacă²⁷ de analiză a antreprenoriatului se dovedește favorabilă unui asemenea demers sociologic în principal datorită accentelor pe care le-a pus pe *subiectivitatea oportunităților* de piață, pe *competiție văzută ca un proces de adaptare* constantă la noile contexte, dar mai ales prin importanța pe care o configurează *procesului de învățare* prin experimentare. Nuanțele introduse de modul în care antreprenorul este creionat din această perspectivă pot fi privite ca unghiuri complementare de abordare a importanței pe care experiența de migrație internațională o poate avea în inițierea unor comportamente de tip antreprenorial.

Antreprenoriatul îl vedem ca o activitate conștientă de urmărire a profitului economic în condiții de piață liberă (dar reglementată) prin asumarea riscurilor care decurg din investirea unor forme de capital (economic, uman, social etc.). Ceea ce ne interesează nu ține de tipul de industrie în care antreprenorul operează și nici de dimensiunea pe care afacerea acestuia o are, ci ține de acele avantaje sau dezavantaje structurale pe care statutul de imigrant le poate asigura prezenței pe piață. Cariera de tip antreprenorial este una a cărei specificitate este cunoscută pe piața muncii, iar în cazul imigranților motivațiile pentru a opta pentru o asemenea activitate economică, precum și modalitățile în care aceasta se constituie într-o activitate profitabilă se pot constitui în perspective noi asupra pieței și asupra proceselor ce se desfășoară în cadrul acesteia. Modul în care actorii recunosc oportunitățile în piață ține de cunoștințele pe care aceștia le au, iar acestea sunt condiționate de experiențele anterioare. Din acest punct de vedere inițierea unei activități antreprenoriale într-un context nou de piață presupune ori adaptarea la condiții ale pieței (Kirzner, 1973; Kirzner, 1992), ori capacitatea de a introduce o inovație care să schimbe datele relevante în piață (Schumpeter, 1939; Schumpeter, 2008).

Portretul „tradițional” creionat migranților scoate în evidență o serie de caracteristici prin care aceștia diferă de populația care rămâne în țara de origine sau de populația nativă din țara de destinație. În termenii lui Bodvarsson și Van den Berg (2009: 8) „imigranți tind să fie deosebit de ambițioși, mai dornici în a-și asuma riscuri, mai muncitori, mai deschiși la idei noi și mai

²⁷ Caracterul subiectivist al Școlii Austriece a fost subliniat de către Kirzner (1992) care a accentuat amprenta puternică pe care Menger a lasat-o asupra acestui tip de gândire promovat mai întâi de Eugen von Böhm-Bawerk și Friedrich von Wieser și dezvoltat mai apoi de către Ludwig von Mises și Friedrich von Hayek. Această linie de gândire a fost de asemenea influențată în mod substanțial de către economiști ca Israel Kirzner, Ludwig Lachmann, Lawrence White și Nicolai Foss.

energici”. La aceste atribute putem să le adăugăm pe cele enumerate de Waldinger et al. (1990: 21) care spun că dintr-o perspectivă tradițională „muncitorii care intră în curentul imigrației tind să fie mai capabili, mai bine pregătiți și mai înclinați către risc decât cei care rămân acasă. Aceste caracteristici oferă imigrantilor de asemenea un avantaj în competiția cu grupurile de nativi pe piața muncii a salariilor mici, comparația cu aceștia îi avantajează în termeni de motivație, înclinație spre risc și abilitate de ajustare la schimbare.” Ambele perspective prezentate aduc nuanțări acestei imagini asupra imigranților. Urmărim în acest material să vedem în ce măsură acest tip de caracteristici se poate transforma într-o condiție favorabilă adoptării comportamentelor antreprenoriale de către imigranți.

II. 1 Recunoșterea sau generarea oportunităților pe piață în cazul antreprenorilor imigranți

Analizele socio-economice asupra antreprenoriatului au scos în evidență că dincolo de o serie de calități individuale, inițierea unui act de tip antreprenorial necesită și un cadru structural (economic și social) favorabil unui astfel de demers. Acest lucru devine și mai evident în cazul imigrantilor pentru că în multe dintre cazuri aceștia nu dețin cetățenia țării de destinație și nu se bucură de aceleași drepturi ca cetățenii acesteia. Astfel încât, încă de la început ar trebui să stabilim că o discuție în plan teoretic a relației dintre migrație și antreprenoriat poate fi condusă utilizând premisa potrivit căreia dreptul de acces pe piață este egal pentru ambele tipuri de populație, respectiv populația nativă și populația imigrantă se bucură de drepturi similare în ceea ce privește posibilitatea inițierii unor activități de tip antreprenorial. Doar într-un astfel de caz putem presupune că ceea ce îi diferențiază pe imigranți de nativi poate fi analizat la nivelul indivizilor și la nivelul existenței sau absenței experiențelor de migrație.

Definirea oportunităților o putem face în termenii importanței pe care acestea o asumă pentru inițierea actelor antreprenoriale. Oportunitățile de tip antreprenorial sunt tipuri de situații care permit individului să adopte modele comportamentale care să-i asigure o poziționare avantajoasă pe piață. Nu este momentul pentru a intra în detalii legate de natura oportunităților antreprenoriale, dar putem aminti că pentru Kirzner (1973) *acestea există în piață*, iar datorită antreprenorului este să le sesizeze și să-și adapteze comportamentul astfel încât să profite de acestea, în timp ce pentru Shackle (1979) și White (1990) acestea nu există pe piață *ci sunt mai întâi imaginate de către antreprenor* pentru a fi mai apoi transpuse în comportamente adecvate

contextului pieței. Considerăm că în ambele situații tipul de cunoaștere pe care imigranții o au față de nativi este unul diferit. Nativii pot avea o cunoaștere aprofundată asupra mecanismelor existente în piață, asupra modului în care actorii relevanți sunt distribuiți pe piață și asupra preferințelor de consum deja existente la nivelul cumpărătorilor. Ce le lipsește acestora este capacitatea de a cunoaște preferințele și potențialul de consum al comunităților etnice minoritare. Dincolo de necesitățile și comportamentele pe care întreaga populație le are, minoritățile etnice au o serie de elemente specifice care pot fi cunoscute și recunoscute doar de persoanele din interiorul grupurilor. Astfel, apar două dintre comportamentele antreprenoriale cele mai vehiculate în literatura de specialitate, respectiv antreprenoriatul etnic (Portes, 2010) și economia etnică²⁸. Acesta presupune ca antreprenorul să se adreseze în cvasitotalitate unei nișe de piață ce poate fi distinsă pe baza unor caracteristici etnice, situație care include un potențial de creștere limitat (Waldinger et al., 1990: 21). Recunoașterea unor oportunități antreprenoriale în preferințele pentru anumite bunuri și servicii pe care grupurile de imigranți le au este mai probabilă în cazul celor care fac parte din aceste grupuri, iar aceasta reprezintă o primă cale de acces pe piață pentru imigranți. Analiza influentă dezvoltată de Waldinger et al. (1990) asupra antreprenoriatului etnic aduce în discuție două elemente esențiale, respectiv *structura de oportunitate* și *caracteristicile grupului etnic*. Structura de oportunitate este asociată condițiilor pieței și poate fi privită atât în termeni de acces pe piață, cât și de dezvoltare în interiorul acesteia. În cazul caracteristicilor grupului vorbim atât de acele mărci identitare create de circumstanțele anterioare migrației, cât și de poziționarea grupului în interiorul societății gazdă: „pentru ca o afacere să apară este necesar să existe unele cerințe pentru serviciile pe care aceasta le oferă. Piața inițială pentru antreprenorii imigranți apare în general în interiorul comunității de imigranți – comunitatea de imigranți are un set special de necesități și preferințe care sunt cel mai bine servite de către aceia care împărtășesc aceleași necesități și care le cunosc în mod intim, respectiv de către membrii comunității de imigranți” (Waldinger et al., 1990: 21; italicele adăugate). La fel ca în cazul economiștilor din Școala Austriacă antreprenorul este văzut ca o persoană care răspunde nevoilor pieței. Altfel spus, acesta vine să satisfacă într-un mod mai

²⁸ Analizând evoluția conceptului de economie etnică Wang evidențiază câteva aspecte care merită a fi menționate: „În studii anterioare Portes și Jensen (1989), definesc o economie etnică drept un grup de afaceri deținute și administrate de un grup etnic particular. Light et al. (1994) adaugă la această definiție și prezența angajaților co-etnici. Chaganti și Greene (2002) propun includerea gradului de implicare a comunității pentru definirea afacerilor etnice” (Wang, 2010: 432).

eficient anumite necesități existente deja în piață. Necesitățile există, soluțiile de satisfacere a acestora există, iar antreprenorul este cel care pe baza unui tip specific de cunoaștere (dimensiunea informală și cea încorporată practicilor sunt foarte importante) reușește să-și găsească loc pe piață și să obțină profit. Acest tip de percepere a antreprenorului este diferit de cel creionat de Schumpeter (1939: ; 2008), acesta din urmă investește individul cu capacitatea de a asuma un rol manifest în modelarea necesităților și preferințelor prezente în piață. Revenind la linia în care Școla Austriacă a teoretizat antreprenoriatul putem afirma că oameni diferiți văd lucruri diferite, respectiv oportunitățile antreprenoriale au un caracter *subiectiv* și sunt sesizate doar de anumiți actori din piață. Esențială este atât poziționarea într-o poziție favorabilă pe piață care să-ți permită accesul la acestea, cât și existența acelor calități individuale care să-și permită interpretarea semnalelor existente în piață. Informațiile din piață sunt criptate și pentru interpretarea acestora și transformarea în activități de succes sunt necesare o serie de capacități individuale, iar acestea țin de mediul în care individul s-a format. Bineînțeles, avantajul pe care imigranții îl au în ceea ce privește cunoașterea propriilor comunități se transformă într-un dezavantaj în momentul în care aceștia doresc să inițieze afaceri ce se adresează întregii piețe²⁹, respectiv și altor grupuri etnice.

În momentul în care o afacere etnică este de succes apare necesitatea menținerii acesteia pe piață. Așa cum am văzut potențialul de creștere este limitat pentru astfel de afaceri, iar gradul ridicat al competiției din interiorul sferei antreprenoriatului etnic face ca imigranții să fie nevoiți să adopte comportamente strategice de păstrare a poziției ocupate pe piață. Păstrarea unei poziții privilegiate poate fi văzută doar în termeni de adaptare și eficientizare. Astfel, Waldinger et al. (1990: 47) disting patru tipuri alternative de răspuns pe care antreprenorul le poate adopta din motive strategice: „(1) auto-exploatarea, (2) extinderea afacerii prin mutarea pe lanțul producției (înainte sau înapoi), (3) fondarea și susținerea unor asociații comerciale etnice și (4) consolidarea alianțelor cu alte familii prin mariaj.” Astfel de tehnici nu pot fi luate ca soluții generale nici chiar în interiorul aceleiași piețe. Ceea ce se potrivește într-o anumită industrie de nișă poate fi nefuncțional într-o alta, iar ceea ce se dovedește util la un moment dat poate să-și piardă caracterul de utilitate odată cu trecerea timpului și cu schimbarea datelor relevante din piață.

²⁹ Un caz aparte îl reprezintă restuarantele cu specific etnic, deoarece acestea răspund atât necesităților propriului grup etnic, cât și dorinței de diversitate culinară existentă în societățile postmoderne.

Piața ca entitate într-o constantă transformare, trebuie urmărită în mod constant de către indivizii dornici să învețe din aceasta, iar verificarea strategiilor pentru care aceștia optează, nu poate fi făcută în afara pieței. Light și Rosenstein (1998: 168-169) duc mai departe teoria elaborată de Waldinger, Aldrich și Ward (1990) și afirmă că strategiile antreprenoriale etnice sunt rezultatul interacțiunii dintre structura de oportunitate (existentă la destinație) și caracteristicile specifice grupului etnic. Privită din această perspectivă, acțiunea antreprenorială ține cont atât de cerere cât și de ofertă pentru că trăsăturile mediului economic și necesarul de bunuri sau servicii este la fel de important ca oferta pe care un grup etnic o poate susține pe piață. Performanța antreprenorilor pe piață depinde de gradul de compatibilitate existent între oferta pe care aceștia o fac și cererea existentă pentru bunurile sau serviciile respective.

Un aspect ce trebuie să-l luăm în considerare în momentul în care vorbim de orientarea indivizilor spre activități de tip antreprenorial este legat de intensitatea motivației pe care aceștia o resimt pentru a adopta o astfel de carieră. *Aversiunea față de risc* nu este uniform distribuită la nivelul populației, iar indivizii care și-au asumat o serie de riscuri stabilindu-se într-o altă țară din dorința de a câștiga mai mult este mai probabil să fie mai dornici de a identifica oportunitățile antreprenoriale (și nu numai) existente în piață. În plus, de foarte multe ori accesul acestora spre slujbele bine plătite sau cu un status ridicat este greu accesibil pentru imigranți, nu neapărat din cauza unor bariere legale, ci mai degrabă din cauza unora de tip socio-cultural. În plus față de capitalul uman necesar ocupării unor asemenea slujbe de multe ori este necesar și un stoc semnificativ de capital social (relațional), iar dezvoltarea acestuia necesită un timp îndelungat și accesul la anumite rețele dificil accesibile pentru imigranți. Din acest punct de vedere o carieră antreprenorială de succes poate asigura recunoașterea socială pe care imigrantul nu o poate dobândi prin alte mijloace convenționale pe care populația nativă le are la dispoziție. Un argument în acest sens poate fi găsit în modelul elaborat de Chiswick (1999); Chiswick (2010). Acesta scoate în evidență faptul că imigranții sunt auto-selectați în modalități care îi fac să fie relativ *mai ambițioși, dispuși să muncească mai greu și mai mult, și mai predispuși să reușească în țările lor de destinație*. Toate aceste caracteristici se pot constitui în avantaje în momentul în care aceștia aleg să desfășoare o activitate de tip antreprenorial.

O altă variabilă referitoare la diferențele care pot evidențiate între imigranți și nativi în ceea ce privește oportunitățile antreprenoriale ține de originea etnică a imigranților și de

selectivitatea încorporată acestui proces. Pe de o parte tipul de societate din care imigranții provin influențează stocurile de capital pe care aceștia le dețin, iar pe de altă parte țări diferite pot fi caracterizate prin *modele diferite de comportamente antreprenoriale* (o astfel de afirmație se referă atât la intenșitatea propensiunii spre comportamente antreprenoriale, cât și la tipurile de afaceri pe care indivizii învață să le desfășoare). La nivel mondial cea mai cunoscută cercetare a antreprenoriatului prin sondaje de opinie este *Global Entrepreneurship Monitor*. Cercetarea își propune să analizeze „diferențele dintre nivelele activității antreprenoriale între țări diferite, să identifice factorii care influențează nivelul activității antreprenoriale și să identifice politicile care pot duce la creșterea nivelului activității antreprenoriale” (Györfy et al., 2009: 8). Principalele dimensiuni luate în considerare țin de analizarea antreprenoriatului prin raportarea la instituții, infrastructură, stabilitate macroeconomică, sănătate și educație. Acestea sunt puse în legătură cu gradul creșterii eficienței economiilor și cu gradul de inovare din cadrul acestora. Categoriile de antreprenori luate în considerare sunt construite în funcție de gradul de structurare al afacerii: prima categorie este asociată ideii de „*concepere*” a unei activități antreprenoriale și este formată din indivizii cu potențial antreprenorial (în termeni de cunoștințe și aptitudini), cea de-a doua categorie ține de „*nașterea firmei*” și conține indivizii implicați în înființarea unei firme, precum și proprietarii-manageri ai unor firme cu vechime mai mică de 3,5 ani, cea de-a treia categorie cuprinde proprietarii-manageri ai firmelor cu o vechime peste 3,5 ani și este asociată noțiunii de „*persistență*” a activității antreprenoriale. GEM demonstrează existența unor diferențe semnificative între pattern-urile de comportamente antreprenoriale existente în state diferite.

Originea etnică a grupurilor de imigranți constituie unul dintre elementele principale în ceea ce privește modul în care aceștia performează pe piața muncii la destinație (Borjas, 1992: 45-46; Borjas, 1999: 39). Analizând modul în care compoziția etnică a grupurilor de imigranți a evoluat de-a lungul timpului în America, Borjas (1992); (1999) atribuie acestui factor deteriorarea performanței obținute pe piața muncii de către imigranți. Într-o analiză longitudinală asupra relației dintre imigrație și performanță pe piața muncii Borjas ajunge să concluzioneze că „*Originea națională contează*” pentru că țările sursă diferă în ceea ce privește caracteristicile economice care sunt determinați importanți ai modului în care performează pe piața muncii grupurile cu origini naționale diferite. În special, noile valuri de imigranți își au originea în țări cu populații mai puțin educate, valori mai scăzute ale valorii PIB pe locuitor și o distribuție mai

puțin egalitară a veniturilor. Fiecare dintre acești factori este responsabil pentru o scădere a abilităților și productivității între valurile succesive de imigranți.” (Borjas, 1992: 45-46; italice adăugate). Capitalul uman pe care individul îl deține este un factor important în ceea ce privește modul în care acesta performează pe piața muncii, iar în multe dintre cazurile de antreprenariat în rândul imigranților acesta reușește să ocupe o importanță mai mare decât cea a capitalului economic (financiar). Astfel, analizarea relației dintre origine și destinație în termenii capitalului uman (măsurat ca nivel formal de educație) este descrisă de Borjas (1992: 43) prin următoarea formulă: „teoria economică a auto-selectivității implică faptul că persoanele cu un nivel ridicat de educație în țara de origine sunt mai predispuse să emigreze dacă piața muncii din America recompensează educația lor mai mult decât o face țara de origine. În mod alternativ, SUA vor atrage muncitori mai puțin educați dacă educația este mai bine valorizată în țara de origine.” Light și Rosenstein (1998: 178) ilustrează importanța capitalului uman prin analizarea situației pe care o au imigranții coreeni din diferite orașe americane. Astfel, autorii ajung la concluzia că imigranții coreeni au un nivel mai ridicat de adaptabilitate la nevoile pieței și sunt capabili să treacă de la o nișă de piață la alta tocmai pentru că dețin stocuri semnificative de capital uman (în medie antreprenorii coreeni au mai mulți ani de educație decât ceilalți).

În concluzie, modul în care arată compoziția etnică³⁰ a imigrației dintr-o țară este influențat atât de politicile țării de destinație în ceea ce privește accesul pe piața muncii, cât și de procesele de auto-selecție din țara de origine. Considerăm că o astfel de analiză simplifică mult ideea de capital uman și rezumă totul la diferențele dintre modul în care acesta este răsplătit la origine și la destinație, iar această abordare face abstracție de o serie de factori care pot asuma un rol important în ceea ce privește migrația și modul în care imigranții performează în țara de destinație. Vom încerca în cea de-a treia parte a materialului să introducem o serie de noi

³⁰ Dincolo de importanța originii etnice un alt element importat în migrație ține de ceea ce putem găsi sub denumirea de „efect de val” sau „efect de cohortă”. De-a lungul timpului un flux de migrație dintre două țări se poate structura diferit din numeroase motive. „... politicile de migrație, conflictele politice și militare, dezvoltarea economică mondială este posibil să influențeze stimulentele și oportunitățile potențialilor migranți. În consecință. *Compoziția cohortelor de imigranți se schimbă de-a lungul timpului.* Capacitatea de câștig și efectele schimbării condițiilor macroeconomice este posibil să difere între cohorte, chiar și pentru imigranți care au aceeași țară de origine. De aceea, a controla pentru țara de origine este important, dar poate să nu fie suficient” (Longva și Raaum, 2004: 58, italicele adăugate). Șerban (2011: 811) socotește în evidență rolul pe care îl are dezvoltarea rețelelor de migrație în scăderea selectivității fenomenului. În cazul României, Sandu (2010a: 60, 91-95) arată cum s-a redus de-a lungul timpului selectivitatea emigrării din România.

elemente în ceea ce privește ideea de *cunoaștere* prin abordarea acesteia în termeni de *proces de învățare*.

Așa cum într-o societate orientarea spre comportamente antreprenoriale nu este uniform distribuită în toate straturile sociale, tot așa nu toate grupurile de imigranți dintr-o destinație au o propensiune similară spre antreprenariat. Pornind de la conceptele de clasă socială și grup etnic Light și Rosenstein (1998: 170-172) realizează o interesantă comparație între tipurile de resurse pe care antreprenorii le au la dispoziție. Astfel, cei doi autori arată că orientarea antreprenorială a *burgheziei* este mai ridicată datorită diferențelor culturale dintre membrii acesteia și ceilalți actori sociali. În termenii lor, încorporarea structurală și relațională din clasele superioare și rețele sociale complexe bazate pe școală, religie, afiliere maritală, precum și resursele de încredere sunt câteva dintre aspectele relevante în analiza propensiunii acestora spre antreprenariat. Grupul etnic poate funcționa într-o logică similară, iar în cazul grupurilor etnice cu o puternică orientare antreprenorială resursele etnice pot fi la fel de semnificative ca apartenența la burghezie – „*Rețelele sociale complexe ale unui grup etnic conțin aceeași capacitate economică pe care acestea o manifestă în cazul claselor superioare. Întrădevăr, grupurile etnice și burghezia sunt destul de similare din punct de vedere structural, iar similaritatea este izbitoare în cazul minorităților etnice cele mai antreprenoriale.*” (Light și Rosenstein, 1998: 171). Inițiativele de afaceri inițiate de imigranții depind de capacitatea grupului etnic de a oferi resursele necesare activității antreprenoriale. Privite din acest punct de vedere, resursele pe care comunitatea etnică le are pot fi avea utilitate *specifică* (exemplul oferit de autori este legat de avantajul pe care îl au restaurantele franțuzești în fața celor persane atunci când vorbim de cunoașterea vinurilor – în principal pentru că musulmanii nu consumă alcool) sau *generală* (un exemplu de resursă generală oferit de cei doi autori este disponibilitatea pentru a lucra peste program).

Relația dintre antreprenor și contextul socio-economic în care operează poate fi privită în cel puțin două note complementare. Antreprenorul de tip schumpeterian este capabil să schimbe caracteristicile mediului în care operează prin actul său inovativ. *Inovația* este modul în care individul își pune amprenta asupra mediului socio-economic și totodată principalul mijloc de obținere a profitului. Abordarea centripetică a acestui tip de relație dintre antreprenor și piață presupune că fiecare individ este constrâns să-și ajusteze comportamentul în piață în funcție de

semnalele pe care le percepe, în timp ce o perspectivă centrifugală asupra acestei relații scoate în evidență tocmai tendința individului de a evada din țipare, de a inova, ori de câte ori acest lucru este perceput ca fiind profitabil și posibil (Kurz, 2008). Tendințele centrifugale pot apărea adesea în cazul antreprenorilor imigranți din substituibilitatea formelor de capital, iar aceasta este o formă de inovare schumpeteriană. Indisponibilitatea capitalului economic poate conduce imigrantul către antreprenoriat prin combinarea și accentuarea formelor de capital social și uman: „în absența capitalului financiar și a statusului social în societatea gazdă, imigranții antreprenori își mobilizează abilitățile și capitalul social, căutând noi forme de a depăși regulile cu scopul de a obține avantaje competitive” (Portes, 2010: 180; italicizele adăugate). Din acest punct de vedere, de multe ori jocul antreprenorial se joacă în sfera economiei informale, dar un rol important în acest sens îl joacă atât legislația economică din țara de destinație, cât și modul în care funcționează instituțiile care trebuie să aplice normele legislative existente.

Focalizându-ne asupra potențialului inovativ al relației dintre individ și mediul socio-economic putem remarca faptul că studiile de migrație au fost preocupate de modul în care individul schimbă și este schimbat în noul mediu de muncă și rezidență. De asemenea, în cazul persoanelor cu experiență de migrație reîntoarse în țara de origine se poate observa amprenta de “modernitate” pe care acestea o introduc asupra comunităților în care se întorc (Sandu, 2010b: 284). Acest tip de inovație poate fi identificat în transferul de informații, practici și comportamente între țara de origine și cea de destinație, iar principalul vehicul al schimbării poate fi migrantul. Tipul globalizat de societate contemporană, atenuază impactul acestor transferuri prin importanța asumată în acest proces de dezvoltare a noilor mijloace de comunicație. În acest context, este util să luăm în considerare faptul că majoritatea migranților motivați economic provin din țări mai puțin dezvoltate decât țările de destinație, iar acest lucru este important pentru creionarea imaginii fidele asupra acestui tip de proces. Astfel, în momentul în care vorbim de migrație internațională vorbim de indivizi care au cunoștințe despre piețele din două țări diferite. Acestia pot dezvolta afaceri care să capitalizeze avantajul de poziționare încorporat poziției de imigrant prin transferul unor practici de succes dintr-o piață în alta (transnaționalism³¹), fie că vorbim de dezvoltarea unor practici antreprenoriale în țara de

³¹ Dimensiunea acestui material nu ne permite să insistăm prea mult asupra termenului de transnaționalism. Cu toate acestea, considerăm important să semnalăm amploarea pe care au luat-o studiile dedicate acestui subiect. Transnaționalismul presupune abordarea fenomenului de migrație prin luarea concomitentă în considerare atât a

destinație pe baza modelelor comportamentale deprinse în țara de origine, fie că vorbim de dezvoltarea unor punți comerciale între origine și destinație. În plus, în cazul reîntoarcerii lor în societățile de origine aceștia pot avea un statut privilegiat prin îmbunătățirea stocurilor de capital economic și uman, iar aceasta le poate asigura poziții din care să-și pună amprenta asupra mediului economic din comunitatea de origine. Durata șederii în străinătate și tipul abilităților deprinse este importantă în aceste cazuri.

II. 2 Diferențe între imigranți și nativi în ceea ce privește cunoașterea și învățarea aspectelor relevante pe piață

În analiza antreprenoriatului sfera cunoașterii³² a fost unul dintre principalele repere pentru cei interesați de explicarea obținerii succesului pe piață, respectiv a profitului. Diferențele majore dintre perspectivele construite de-a lungul timpului asupra cunoașterii ne oferă posibilitatea să privim spre natura relației dintre antreprenoriat și migrație din cel puțin două unghiuri diferite. Mai întâi, analiza va distinge între dimensiunile *stocului de cunoaștere* pe care indivizii le dețin la momentul inițierii unei activități de tip antreprenorial. Această etapă este un bun fundament pentru a trece spre o *abordare procesuală a cunoașterii*, respectiv spre analizarea modului în care indivizii deprind noi cunoștințe utile în contextul pieței. *Învățarea* ca proces de participare la activitățile din piață este una dintre principalele lecții pe care reprezentanții Școlii Austriece de economie au predat-o în analiza antreprenoriatului. Cu toate acestea, analiza antreprenoriatului în termenii *cunoașterii* presupune și a răspunde la dilema pe care (Hayek, 1958: 39) o formulează referitor la datele disponibile pe piață și la posibilitatea ca acestea să fie cunoscute de către analist. Chiar dacă ne raportăm la piață ca la un context caracterizabil printr-un set unic de date disponibile aceasta nu înseamnă că indivizii le dau în mod automat interpretări similare. Cu atât mai mult, în cazul antreprenoriatului coordonatele acțiunii care presupune riscuri sunt altfel percepute de cel care trebuie să-și asume riscul față de cel care doar se întreabă care sunt mecanismele pieței și cum funcționează aceasta. Cele două tipuri de cunoaștere sunt fundamental diferite pentru că în timp ce practica își poate asuma subiectivitatea, cunoașterea teoretică încorporează o tendință spre obiectivitate. Echivalența dintre interpretarea

destinației, cât și a originii migrantului. Lin și Tao (2012: 52-53) asociază specificitatea antreprenoriatului transnațional cu abilitățile individuale de a accesa elemente din cele două piețe (țară gazdă și țară de origine) și de a întreprinde activități de obținere a profitului pe baza acestora.

³² Folosim conceptul de *cunoaștere* cu valoare echivalentă pentru termenul din engleză *knowledge*.

subiectivă și existența obiectivă a datelor nu poate fi verificată decât retrospectiv (Hayek, 1958: 48). Complementar, dacă vorbim de practici, atunci nu putem ignora dificultățile care apar în momentul în care acțiunea practică este analizată într-un plan abstract. Acest lucru este valabil indiferent dacă cel care o abstractizează este sau nu cel care îndeplinește acțiunea pentru că *logica practicii* este diferită de *logica pur convențională* (Becker et al., 2013b).

Una dintre principalele provocări căruia imigrantul trebuie să-i facă față este cea legată de transferabilitatea formelor de capital pe care le deține. În momentul în care vorbim de *cunoaștere* și *stocuri de cunoaștere* analiza ajunge în sfera formelor de capital uman, iar modul în care acestea pot fi transferate de către individ dintr-o țară în alta ține atât de factori individuali, cât și de condiționările structurale cărora acesta se supune. Analiza elaborată la nivel individual trebuie să țină cont de faptul că focalizarea asupra *transferabilității capitalului uman* nu poate ignora rolul pe care îl ocupă nivelul de cunoaștere a limbii țării de destinație. Astfel, cu cât individul cunoaște limba țării în care se mută la un nivel mai ridicat cu atât procesul de transferare al capitalului uman acumulat în țara de origine este mai facil. În termenii analizei pe care Chiswick și Miller (2004: 232) au condus-o asupra Americii acest lucru este scos în evidență astfel: „atingerea fluentei în limba engleză apare ca fiind *un mijloc de a crește transferabilitatea internațională a formelor de capital uman* acumulate anterior. Aceasta oferă un stimulent economic mai mare ca persoanele mai bine educate să devină fluente în limba engleză comparativ cu concetățenii lor mai puțin educați” (italicele adăugate). Procesul de adaptare la noul context este unul de durată³³, iar uneori indivizii utilizează mijloace de socializare anticipativă prin dobândirea unor aspecte lingvistice și culturale despre destinație încă de când aceștia se află în țara de origine. Altfel spus, faptul că piața forței de muncă răsplătește în mod diferențiat cunoașterea limbii țării de destinație îi face pe indivizi să aibă șanse diferite pentru realizarea acestor tipuri de investiții (acestea sunt condiționate și de stocurile de capital uman pe care individul consideră că ar avea posibilitatea să le transfere printr-o mai bună cunoaștere a limbii țării de destinație).

³³ Limba nu este singurul mecanism care asigura o mai bună integrare pe piața muncii și un grad mai ridicat al transferabilității cunoștințelor pe care individul le deține: „relația dintre venituri și durata de ședere reflectă în general învățarea despre instituțiile din piața forței de muncă din USA, factorii de reglare culturală, dezvoltarea rețelelor de contacte în piața forței de muncă și investițiile în formele specifice de capital uman care conduc către succes pe piața muncii. Se așteaptă ca aceste efecte (investiții) să fie la cel mai înalt nivel în primii ani și să se diminueze o dată cu creșterea duratei petrecute la destinație” (Chiswick și Miller, 2004: 225).

Un alt element important care condiționează reușita într-o țară diferită decât cea de origine ține de înțelegerea culturii și a modului de viață și relaționare din noul context. În acest sens, putem adăuga faptul că accesul pe piața muncii (atât ca angajat, cât și ca angajator) presupune o serie de *cunoștințe și competențe formale și informale* (Bevelander și Nielsen, 2004: 121-123; Borjas, 1999: 19). Pornind de la cazul pieței forței de muncă din Suedia cei doi autori se întrebă ce a condus la o diminuare treptată a valorii ratelor de angajare în cazul imigranților. Distincția lor între competențele formale și cele informale se dovedește utilă pentru că arată că dincolo de cunoștințele tehnice ce țin de îndeplinirea unor sarcini sau de întreprinderea unui anumit tip de acțiune, există și o serie de cunoștințe care țin de sfera *informalului* și care sunt accesibile într-un grad mult mai scăzut imigranților: „fără a reduce importanța educației formale, importanța competenței informale a crescut. *Competența informală cuprinde, de exemplu, competența în specificul culturii, abilități de limbă și de înțelegere a modelelor comportamentale diferite folosite în munca de echipă și în relațiile cu autoritățile și organizațiile din interiorul pieței muncii.* Aceasta schimbare structurală a făcut mai dificilă obținerea unei slujbe pentru imigranții cu un stoc similar de capital uman formal ca al suedezilor” (Bevelander și Nielsen, 2004: 122; italicizele adăugate). Focalizarea analizei asupra potențialului antreprenorial al imigrantului ar trebui să țină cont de limitările pe care cunoașterea acestuia o are asupra modelelor de comportament din cadrul pieței. Limitarea nu înseamnă însă excludere pentru că așa cum am văzut până acum, una dintre cele mai importante calități ale antreprenorului ține de capacitatea acestuia de *a învăța din piață* și de a-și adapta conduita la semnalele pe care acesta le receptează din piață. Tipul de afacere pe care acesta o dezvoltă este un element important într-o astfel de analiză deoarece gradul de competențe informale necesare antreprenorului diferă în funcție de frecvența și intensitatea relaționării pe care acesta o are cu persoanele din afara propriului grup etnic.

Analizând rolul pe care capitalul social îl ocupă în dezvoltarea comportamentelor antreprenoriale în rândul imigranților Portes (2010) face referire la termenul de enclavă etnică. Tipul de afaceri dezvoltat în cadrul enclavelor etnice este unul specific pentru că se bazează pe puterea legăturilor dintre membrii unui grup etnic. O importantă distincție este făcută între „sursele” și „resursele” capitalului social. Condiția de marginalizare pe care imigranții o au în societățile de destinație nu conduce în mod direct și necondiționat la mobilizarea resurselor de capital social și nici la adoptarea comportamentelor antreprenoriale. Una dintre resursele

importante pe care Portes (2010: 171) le identifică ține de *cunoștințele de practică a antreprenoriatului*³⁴ pe care imigranții trebuie să le aibă, iar din acest punct de vedere cu cât numărul celor care au acumulat expertiză în business în țara de origine este mai mare în rândul imigranților din același grup etnic cu atât apariția unor astfel de enclave este mai posibilă³⁵. Sociologul atrage însă atenția că apariția enclavelor etnice și a formelor de antreprenoriat asociate acestora nu este un fapt generalizat (acestea fiind mai degrabă cazuri excepționale).

Complementar, modul în care Hayek se raportează la *conoașterea existentă în piață* ne ajută să aducem un nou element în analiza relației dintre antreprenoriat și migrație. Astfel, tendința spre echilibru care există în interiorul pieței face ca „așteptările pe care oamenii și în special antreprenorii le au să devină din ce în ce mai corecte (Hayek, 1958: 45)”. Nu toată lumea poate învăța la fel de mult și la fel de corect din piață, iar acest fapt generează grade diferite în care acțiunile antreprenoriale pot înregistra succes, respectiv potențialul indivizilor este diferit. În cazul antreprenoriatului imigranților, Waldinger et al. (1990: 45) scot în evidență un mecanism aparte care îndeplinește această funcție, respectiv *concentrarea grupurilor de indivizi în anumite industrii de nișă*. În acest fel, informațiile relevante asupra derulării afacerilor sunt mai bine cunoscute și monitorizate de către antreprenori. În plus, în circumstanțe potrivite locurile de muncă din aceste mici întreprinderi antreprenoriale funcționează ca adevărate școli de business în care membrii grupului etnic își pot însuși cunoașterea relevantă pentru derularea unei afaceri în țara de destinație. Bineînțeles, o astfel de cunoaștere se face prin intermediul practicilor, iar tipul este mai degrabă încadrabil în linia *învățării situaționale* (Lave, 1996). Liantul acestor comunități este identificabil în solidaritatea pe care acestea trebuie să o manifeste în fața celor din afara grupului și în încrederea care este mai ușor de clădit între indivizii care aparțin aceluiași mediu socio-cultural. În termenii lui Portes (2010) vorbim despre importanța capitalului social ca resursă pentru dezvoltarea comportamentelor antreprenoriale în interiorul enclavelor etnice.

³⁴ Drumul către antreprenoriat al imigranților poate să fie rezultatul combinației dintre cele două tipuri de capital, respectiv capital uman și capital social: „*acest tip de capital uman, combinat cu capitalul social situational asociat imigrației, conduce colectivitatea către auto-angajare și crearea rețelelor de afaceri, mai degrabă decât spre munca salarizată*” (Portes, 2010: 171; italicizele adăugate).

³⁵ Există un punct de saturație la care ajunge enclava etnică în momentul în care vorbim despre numărul oamenilor capabili de a adopta comportamente antreprenoriale. Cumpărătorii și forța de muncă sunt alte segmente de populație care trebuie să fie reprezentate pentru a asigura funcționalitatea antreprenoriatului clădit pe aceste coordonate. În termenii lui Portes (2010: 172), discutăm despre „heterogenitate”, iar „heterogenitatea în comunitățile imigrante este în general o funcție a trecerii timpului.” Acest lucru poate fi corelat cu ceea ce am discutat deja în acest material despre schimbarea structurii din interiorul fluxurilor de migrație.

Discuție asupra capitolului

Antreprenoriatul imigranților, văzut ca mecanism socio-economic de integrare în societatea gazdă, are o serie de limitări care țin de specificul acestui tip de practici. Cu toate acestea, am văzut că există o serie de autori care atribuie imigranților un număr mai ridicat de calități necesare adoptării unei cariere antreprenoriale. Selectivitatea fenomenului de migrație face ca populația de imigranți să poate fi descrisă în termeni diferiți comparativ cu populația nativă din țara gazdă sau cu populația stabilă din țara de origine. În planul vieții individului atât adoptarea unui comportament antreprenorial, cât și inițierea unui act de migrație sunt cu siguranță tipuri de comportamente inovative. Ambele presupun rupțura individului dintr-un pattern comportamental pentru care coordonatele îi sunt familiare cu scopul conștient de adopta o schimbare semnificativă a modului în care acesta își folosește *stocurile de resurse* pe care le are la dispoziție. Atunci când vorbim despre deschiderea unui business sau atunci când facem referire la actul de a pleca pentru a munci într-o altă țară decât cea de origine trebuie luate în considerare o serie de schimbări semnificative în mai multe dimensiuni ale vieții individuale. În primul rând, individul *conștientizează* într-o mai mare măsură stocul de resurse pe care îl are la dispoziție și caută (sau a identificat deja) modalități în care acestea pot fi folosite într-un mod mai productiv, iar din acest punct de vedere caracterul inovativ este asociat modului în care sunt folosite sau ‘recombinat’ resursele. Din acest punct de vedere, analiza noastră s-a concentrat asupra importanței pe care o au stocurile de capital social și uman. În al doilea rând, adoptarea de către individ a unei schimbări încadrabile într-unul dintre cele două câmpuri de analiză nu poate fi disociată de *schimbările de comportament* pe care aceasta le presupune, iar din acest punct de vedere și dacă ne raportăm la liniile care defineau comportamentul individului înainte de momentul schimbării caracterul inovativ al noului tip de comportament poate fi evidențiat cu ușurință. În cele din urmă, fie că vorbim de o acțiune definibilă în termenii succesului, fie că vorbim de una încadrabilă în liniile care definesc eșecul, facem referire la *un nou tip de cunoaștere* pe care individul o acumulează.

Tematica asociată efectelor pe care comunitățile de imigranți le au asupra mediului socio-economic din țara de destinație nu este una nouă. Pe baza unor concepte specifice analizei antreprenoriatului și migrației, materialul a scos în evidență o serie de corespondențe teoretice capabile a facilita explicarea naturii relației dintre acestea. Termenii de strategie, oportunitate și

cunoaștere antreprenorială au fost puși în evidență prin raportarea la specificitatea poziționării structurale a imigranților. În acest sens, materialul a urmărit să diferențieze între pozițiile structurale avantajoase și cele dezavantajoase, dar și să pună în discuție mecanismele socio-economice care pot face trecerea de la un tip de poziție la alta.

Capitolul III. O istorie subiectivă a etapizării migrației românești de după 1989

III. 1. Transnaționalismul și experimentarea directă a străinătății

Pornind de la reprezentările individuale asupra primei experiențe de călătorie în străinătate acest capitol analizează una dintre cele mai importante componente ale transnaționalismului, respectiv experimentarea directă a străinătății³⁶. În acest sens, capitolul este structurat în două părți, astfel încât să ofere o imagine atât asupra principalelor repere teoretice prezente în studiul transnaționalismului, cât și o ilustrare a modului în care acestea pot fi folosite în cercetarea sociologică a modului în care românii cu un grad ridicat de transnaționalism au pornit pe acest drum.

Introdus relativ recent în limbajul de specialitate din studiul migrației, conceptul de transnaționalism înglobează o serie de atitudini și comportamente individuale sau de grup ce depășesc granițele unui singur stat. Abordările transnaționale ale fenomenului migrației au semnalat caracterul deficitar al cercetărilor care analizau migrații fie doar în contextul țării de destinație, fie doar prin raportarea lor la țara de origine. Conceptul de *transnationalism* a fost introdus în științele sociale prin antropologie și este asociat studiului din 1992 ‘Towards a Transnational Perspective on Migration: Race, Class, Ethnicity and Nationalism Reconsidered’ semnat de Nina Glick Schiller, Linda Basch și Cristina Szanton Blanc. Ulterior, conceptul a fost redefinit de autoare într-o serie de studii ca „*Nations unbound: transnational projects, postcolonial predicaments, and deterritorialized nation-states*” (1994) și „*From Immigrant to Transmigrant: Theorizing Transnational Migration*” (1995) și a fost dezvoltat de autori precum Portes (1996), Vertovec (1999), Faist (1999); Faist et al. (2013a) ș.a.

Termenul de transnaționalism nu a fost inventat în 1992 de Glick-Schiller et al., dar acestea au meritul de a asocia termenului un sens clar și utilizabil în analizele studiilor de migrație. Încă de la început, conceptul de transnaționalism a fost desemnat să acopere o arie relativ largă de comportamente sau în termenii folosiți de Schiller et al. (2006: 1-2) „definim transnaționalismul ca fiind procesul prin care imigrații construiesc câmpuri sociale care leagă

³⁶ Secțiunea dedicată analizării primei călătorii în străinătate este construită pe baza unui articol publicat de autor în limba engleză. Vezi detaliile la bibliografie Croitoru (2014b)

țara lor de origine cu țara în care aceștia s-au stabilit. Imigranții care construiesc astfel de câmpuri sociale sunt denumiți transmigranți. Transmigranții dezvoltă și mențin relații multiple – familiale, economice, sociale, organizaționale, religioase și politice care se întind dincolo de granițe. Transmigranții acționează, iau decizii, sunt preocupați și dezvoltă identități în interiorul rețelelor sociale care îi conectează simultan la două sau mai multe societăți.” Atitudinile, comportamentele și identitățile sunt văzute de autoarele citate ca făcând parte din sfera conceptuală a transnaționalismului, dar trebuie să remarcăm în același timp că sensul analitic al acestuia era intim legat de populația imigrantă. De asemenea, este de menționat modul în care rezultatul direct al transnaționalismului devine vizibil în ceea ce autoarele numesc „câmp social”. Așa cum arată analiza acestora, un astfel de *câmp social transnațional* poate fi conturat prin dezvoltarea legăturilor transnaționale dintre origine și destinație atât pe baza rețelelor familiale sau comunitare (prin care imigranții păstrează legătura cu cei rămași la origine), cât și prin implicarea unor instituții oficiale (ambasade, consulate, asociații ale imigranților etc. - care pot stimula implicarea imigranților în activități și evenimente care au loc în țara lor de origine sau pot încuraja vizitarea regulată a țării natale). Acest nou tip de migrație (Schiller et al., 2006: 9) se caracterizează prin existența unui set de legături frecvente între imigranți și țara lor de origine, iar acest lucru este făcut posibil de tipul de societate globalizată în care trăim. Comunicarea instantă (mult mai puțin costisitoare decât în trecut) cu persoanele aflate la mare distanță, ușurința și accesibilitatea din ce în ce mai crescută a călătoriilor dincolo de granițele naționale, iar în cazul Uniunii Europene adoptarea unei politici permissive în ceea ce privește mobilitatea intra-europeană sunt doar câțiva dintre factorii care facilitează dezvoltarea tipului de migrație transnațională. Din punct de vedere identitar, transmigranții îmbină trăsături ale ambelor societăți de referință (destinație și origine) sau din perspectiva creionată de Schiller et al. (2006: 11-12) “în interiorul rețelei complexe de relații sociale, transmigranți crează și folosesc identități multiple și fluide înrădăcinate atât în societatea lor de origine, cât și în cea gazdă. În timp ce unii migranți se identifică mai mult cu una dintre societăți decât cu cealaltă, cei mai mulți dintre ei mențin câteva identități care îi leagă simultan de mai multe națiuni”. Astfel, situația de transmigrant și conectarea simultană a indivizilor și a grupurilor la cel puțin două realități naționale implică un anumit grad de ambiguitate identitară și situații în care indivizii își ajustează identitatea la contextul în care se află (nu este vorba doar de identitate etnică, ci și de auto-poziționare în ierarhia status-urilor sociale). Acest lucru este analizat de Faist et al. (2013a: 35)

în termeni de „identități fluide și multiple”. Un astfel de comportament poate sau nu să fie conștientizat de către individ, dar neconștientizarea acestuia nu reduce gradul de ambiguitate în care persoana se află.

Dimensiunea dinamică a câmpurilor transnaționale este modelată de percepțiile migranților în ceea ce privește aria oportunităților existente atât la destinație, cât și la origine (Schiller et al., 2006: 12). Ulterior, autoarele accentuează dimensiunea organizațională a legăturilor transnaționale pentru că organizațiile întemeiate de imigranți în țara de destinație nu prezintă doar „imagini nostalgice ale țării de origine, ci relații active cu aceasta” (Schiller et al., 1995: 56). Aceste organizații reprezintă instrumente mai puternice decât simplele rețele de familie sau prietenie și pot juca roluri importante în ceea ce privește conturarea vieții economice și politice atât în țara de destinație, cât și în cea de origine. Schiller et al. (1995) ilustrează implicarea politică a transmigranților și leagă acest lucru în mod direct de „deteritorializarea statelor-națiune”, respectiv manifestarea în mod activ a apartenenței la țara de origine a imigranților. La nivel discursiv - imigranții sunt stimulați de către guvernele naționale să se implice în desfășurarea vieții politice, economice și sociale din țara de origine, iar definirea identitară națională nu se mai rezumă la comunitatea care trăiește în interiorul granițelor naționale, ci include persoanele a căror origine este legată de această comunitate indiferent dacă acestea mai păstrează sau nu cetățenia țării respective.

Liniile de analiză empirică și teoretică sunt încă în curs de cristalizare în ceea ce privește transnaționalismul. Unii autori pun la îndoială chiar termenul de transnaționalism considerând că acesta are un caracter ideologic (de ex. Faist et al., 2013a: 9) și propun termenul de *transnațional* pentru analizele de migrație care țin cont într-o măsură similară de destinație și origine. Principalele componente ale transnaționalului pot fi văzute ca ținând de procesul de transnaționalizare – *transnationalization*, spațiile sociale transnaționale - *transnational social spaces* și nivelul de interconectare al destinației cu originea - *transnationality* (Faist et al., 2013a). Diferențele dintre cele două abordări nu sunt doar semnificative pentru că în timp ce Schiller et al. (1995); (2006) conduc analiza în termeni de *câmpuri transnaționale*, Faist et al. (2013a) consideră că din punct de vedere analitic conceptul de *spații sociale transnaționale* este mai adecvat.

Fără a intra în detaliile nuanțelor introduse de curente teoretice din studiul transnaționalismului secțiunea de față propune cititorului un scurt excurs în modul în care au apărut categoriile de migranți români transnaționali. În acest sens, nu vom analiza nivelul de transnaționalism al migranților români, ci discuția va fi concentrată asupra istoriilor legate de primele călătorii în străinătate. Vom prezenta modul în care aceștia și-au început carierele transnaționale și principalele consecințele pe care primele contacte cu străinătatea le-au avut atât la nivel individual, cât și la nivelul societății românești ca ansamblu. Dincolo de dimensiunea descriptivă a acestei secțiuni, cititorul poate vedea o tipologie a primelor experiențe directe cu străinătatea în cazul populației românești cu experiență de migrație. Cel puțin una dintre categoriile prezentate în această capitoleală leagă în mod direct experiența de migrație cu comportamentele de tip antreprenorial, iar celelalte categorii aduc un plus de cunoaștere asupra motivațiilor plecării din țară și a perioadei de acomodare la noul context întâlnit la destinație.

III. 2. Prima călătorie în străinătate

Analiza exploratorie a primei călătorii în străinătate este construită utilizând ipoteza conform căreia *constrângerile și schimbările structurale din România influențează reprezentările individuale pe care cetățenii acestei țări și le construiesc asupra țării pe care o vizitează*. Considerăm că transformările semnificative care au avut loc în România de-a lungul ultimelor decade o fac un teren fertil pentru o astfel de analiză. Dacă până în 1989 cetățenii români traiau într-o societate relativ izolată prin controlul foarte strict aplicat asupra granițelor țării, astăzi, România este o țară cu peste două milioane de cetățeni care trăiesc în afara granițelor proprii. Principalele dimensiuni ale analizei primei călătorii în străinătate sunt asociate: (1) perioadei istorice în care aceasta a fost întreprinsă, (2) duratei petrecute în străinătate și (3) motivului pentru care călătoria a avut loc. Pentru a diferenția între varietatea de tipuri de prime călătorii în străinătate, capitolul este construit pe o cercetare calitativă care reunește peste 60 de interviuri realizate cu cetățeni români care trăiesc în șase țări din Uniunea Europeană (Danemarca, Germania, România, Italia, Marea Britanie și Spania). Tipul de analiză pe care îl folosim în înțelegerea și prezentarea acestor călătorii în străinătate este clădit pe argumentul că alături de durata, destinația și motivul călătoriei, mai există un factor care asumă o importanță cel puțin egală, respectiv contextul istoric în care această primă călătorie a avut loc. Astfel, în cazul experiențelor de călătorie analizate, principalele repere utilizate în ceea ce privește constrângerile

și schimbările structurale sunt asociate anilor 1989 și 2007, iar această abordare ne permite să diferențiem între trei perioade istorice principale. Ambele date alese au implicații directe în ceea ce privește dreptul la liberă circulație în cazul cetățenilor români și sunt legate de momente cu semnificații istorice aparte, respectiv revoluția din 1989 și momentul în care România a devenit stat membru al Uniunii Europene (2007). Prima perioadă conține călătoriile care au avut loc înainte de revoluția din 1989 – *perioada granițelor închise*. Cea de-a doua perioadă de referință se întinde între 1990 și 2006 – *perioada deschiderii limitate a granițelor*. Ultima dintre perioadele analizate face referire la acele prime călătorii în străinătate care au avut loc după 1 ianuarie 2007, iar aceasta o denumim *perioada libertății de mobilitate intra-europeană*.

Alegerea categoriei primelor călătorii în străinătate este motivată de dorința de a centra demersul analitic asupra unui moment cu o semnificație aparte în ceea ce înseamnă începerea unei vieți transnaționale. Considerăm că prima călătorie în străinătate este momentul specific în care individul raportează ceea ce experimentează la societatea în care a trăit până în acel moment, iar din acest punct de vedere procesul de construire a reprezentărilor asupra străinătății înglobează o importantă componentă socială (aceasta aflându-se în relaționare directă cu caracteristicile structurale ale societății de origine). Altfel spus, reprezentările asupra destinației sunt încă înrădăcinate în societatea de origine – așteptările și experiențele individuale ale călătoriei sunt conectate nemijlocit la realitatea politică, economică, socială și culturală din România.

Fenomenul migrației are implicații semnificative asupra unor aspecte diferite din viața românilor. O serie de studii recente au evidențiat câteva dintre efectele acestuia asupra unor dimensiuni ale societății românești – prin remitențe economice (Dăianu, 2001; Sandu, 2012), prin emigrarea persoanelor înalt calificate sau „brain drain” (Reisz, 2010), remitențe sociale cu impact direct în schimbarea normelor și valorilor sociale (Vlase, 2013a; Vlase, 2013b) și prin efectele demografice (Avramescu, 2009; Mihalache, 2008; Mihalache, 2010). Experiența străinătății influențează orientarea oamenilor spre Europa și opiniile pe care aceștia le exprimă referitor la procesul de extindere a Uniunii Europene (Roeder, 2011). În cazul României, Sandu (2010b) subliniază importanța contactului direct (foști migranți) sau indirect (persoane care au în familie cazuri cu experiență de migrație) cu alte țări în schimbarea atitudinilor și comportamentelor. Lucrarea noastră urmează această linie de gândire și încearcă să ilustreze

modul în care străinătatea este percepută la un prim contact și care sunt consecințele acestor călătorii. Trebuie să menționăm că este destul de probabil ca modul în care carierele transnaționale ale românilor s-au construit să fie relativ similar cu cel din alte state central sau est Europene. Trecutul comunist comun, accesul gradual spre destinațiile vestice precum și preponderența migrației orientate economic în totalul numărului de migranți, constituie premise care ne permit elaborarea unei astfel de ipoteze.

III. 3 Aspecte metodologice

O serie de publicații din cadrul proiectului de cercetare EUCROSS³⁷ au propus „practicile transfrontaliere” drept principalul concept pentru analizarea mobilității fizice și non-fizice (Favell et al., 2011; Hanquinet și Savage, 2013; Salamońska et al., 2013). Acest concept este folosit ca un cadru larg pentru înțelegerea comportamentelor transnaționale, cosmopolite, precum și a celor de migrație internațională. Unealta se dovedește a fi utilă în diferențierea dintre dimensiuni specifice ale practicilor cotidiene și extraordinare - „forme care nu mai sunt permanente și din ce în ce mai hibride de trecere a frontierelor s-au dezvoltat în ultimele decade: mobilitatea fizică precum naveta transnațională, afacerile, cumpărăturile transfrontaliere sau stilurile de viață împărțite între mai multe locuri, și formele de mobilitate non-fizică precum transferul de bani și economii, consumul de media internațională, participarea la comunități virtuale formate din oameni de diferite naționalități” (Favell et al., 2011: 24). Este util să menționăm că dintre toate aceste forme de practici transnaționale, secțiunea de față a lucrării analizează doar partea de mobilitate fizică.

Proiectul de cercetare EUCROSS a avut la bază o metodologie mixtă și două etape distincte de cercetare. În prima etapă a fost organizat un sondaj telefonic cu eșantioane reprezentative la nivel național cu cetățeni din Danemarca, Germania, Italia, România, Spania și Marea Britanie – la acestea adăugându-se câte un eșantion de imigranți români și unul de imigranți turci (dimensiunea acestora fiind de 250 de persoane pentru fiecare țară). Această secțiune a lucrării noastre folosește aproximativ 50 de interviuri realizate cu cetățeni români care trăiesc în țările menționate anterior. Din fiecare eșantion de 250 de migranți români intervievați

³⁷ Mai multe detalii despre proiectul de cercetare cu titlul: *The Europeanisation of Everyday Life: Cross-Border Practices and Transnational Identities among EU and Third-Country Citizens* pot fi găsite online la <http://www.eucross.eu/cms/>.

telefonice au fost alese 10 persoane cu care s-au realizat în vara anului 2013 interviuri *față în față* la destinație. Designul de cercetare folosit a permis ca în fiecare grup de migranți să fie incluse opt persoane cu nivel ridicat de transnaționalism și două persoane cu un nivel scăzut de transnaționalism. Complementar, dincolo de țara de destinație și nivelul transnaționalismului în procesul de selecție s-a ținut cont de asigurarea unui echilibru pe categorii de gen și educație (vezi tabelul 1 pentru detalii). Pentru scrierea acestui capitol am ales doar interviurile³⁸ realizate cu persoanele cu un nivel ridicat de transnaționalism, iar acest lucru diminuează măsura în care această ilustrare este reprezentativă pentru migrația românească văzută ca întreg.

Tabelul 1 Distribuția eșantionului în funcție de nivelul de transnaționalism, gen și educație

Nivelul de transnaționalism	Nivel de educație	Gen	Danemarca	Germania	Italia	România	Spania	Marea Britanie
Ridicat	Ridicat	Feminin	2	2	2	2	2	2
		Masculin	2	2	2	2	2	2
	Scăzut	Feminin	2	2	2	2	2	2
		Masculin	2	2	2	2	2	2
Scăzut	Feminin	1	1	1	1	1	1	
	Masculin	1	1	1	1	1	1	
Total			10	10	10	10	10	10

Există anumite limite generate de abordarea metodologică utilizată. În primul rând, doar o parte din persoanele interviuate telefonic în prima parte a cercetării au acceptat să ofere un număr de telefon pentru a participa la interviurile față în față. Astfel, autoselecția a influențat procesul de interviuare din cea de-a doua fază a cercetării. În cel de-al doilea rând, trebuie să menționăm diferențele semnificative în ceea ce privește disponibilitatea celor care au putut fi contactați în ceea ce privește acceptul de a participa la interviuri în funcție de țara în care locuiau. Pe de o parte, cercetarea de teren din Germania și Danemarca s-a desfășurat relativ simplu, iar oamenii au acceptat cu ușurință participarea la interviuri (ca urmare – numărul de refuzuri înregistrate în cea de-a doua etapă a fost scăzut). Pe de altă parte, interviurile realizate în

³⁸ Interviurile cu migranții români din cele cinci țări de interes pentru proiectul EUCROSS au fost realizate de doi cercetători ai Universității din București. Autorul acestei cărți a realizat interviurile din Danemarca, Italia și România, iar interviurile din Germania și Spania au fost realizate de către dr. Monica Șerban. Distribuția geografică a interviurilor a fost una ridicată, incluzând români care locuiesc în Copenhaga, Aarhus, Aalborg și Glostrup (Danemarca), Munchen, Cologne, Mannheim, Stuttgart și Murrhardt (Germania), Roma, Milano, Modena, Viareggio, Lecco, Vicenza, Padova și Lucca (Italia), București, Buzău, Călărași, Timișoara și Câmpina (România), Madrid, Barcelona, Guadalajara, Toledo și Tarragona (Spania) și Londra, Manchester, Romford and High Wycombe (Marea Britanie).

Italia, Spania și Marea Britanie au fost realizate cu mai multă dificultate (în aceste țări au fost numeroase cazurile în care migrații români au refuzat participarea la interviurile față în față cu toate că aceștia acceptaseră să-și lase numărul de telefon și să fie recontactați – de exemplu în Italia și Marea Britanie au fost cazuri în care după ce persoanele au confirmat participarea la interviuri, nu au mai venit la locul de întâlnire).

Interviurile au fost focalizate asupra unor aspecte variate ale transnaționalismului distingând între trei dimensiuni specifice ale acestuia. Prima parte a interviurilor a fost concentrată asupra călătoriilor în străinătate (a fost făcută o distincție clară între prima călătorie în străinătate și experiența de călătorie pe care subiectul o considera ca fiind memorabilă). Cea de-a doua dimensiune a fost asociată cercului social al subiectului și interacțiunii cu persoane de altă cetățenie (secțiunea a adus în discuție relațiile de prietenie/ rudenie cu persoane de o altă cetățenie precum și opiniile persoanelor asupra mediului social din țara de rezidență). Partea finală a cules opinii despre experiența de muncă în străinătate în contextul crizei economice contemporane (tot aici au fost incluse și aspecte referitoare la cetățenia europeană și la modul în care respondenții percep rolul UE în depășirea crizei economice). Această secțiune a cărții este interesată de modul în care au fost trăite primele călătorii în străinătate. Cu toate că cercetarea EUCROSS a cules date calitative similare de la cetățenii turci rezidenți în statele UE de interes pentru cercetare, am preferat să restrângem analiza doar la interviurile realizate cu migrații români pentru că acestea oferă informații care se leagă în mod firesc de problematica centrală a lucrării de față. Evidențele empirice constituie punctul de pornire în construirea unei tipologii referitoare la experiența primei călătorii în străinătate, iar categoriile au fost construite pe baza elementelor accentuate de respondenți în povestirile lor legate de prima călătorie în străinătate. Aceste elemente de natură subiectivă sunt puse în directă legătură cu elemente contextuale obiective (perioada istorică și gradul de deschidere a granițelor, durata călătoriei și țara de destinație). În secțiunile următoare ilustrăm fiecare dintre categoriile construite cu paragrafe din interviurile realizate în cadrul cercetării EUCROSS.

III. 4. Experimentarea străinătății de-a lungul unor perioade istorice diferite

A. Perioada granițelor închise

Foarte puțini români au avut posibilitatea să viziteze o altă țară în timpul perioadei istorice în care regimul comunist a controlat foarte strict orice formă de contact sau comunicare cu străinătatea. În perioada comunistă erau câteva destinații permise românilor, iar marea majoritate a acestora erau țări controlate tot de regimuri comuniste. Acest tip de călătorii în străinătate ne permit să evaluăm modul în care *așteptările* individuale pot fi folosite ca principal cadru de interpretare a călătoriilor făcute în străinătate. În plus, o privire atentă asupra călătoriilor efectuate în această perioadă asigură o mai bună înțelegere a implicațiilor pe care acestea le-au avut la nivel individual. Ar trebui să menționăm încă de la început că vizitarea unei alte țări reprezenta una dintre puținele șanse pe care românii le aveau în perioada comunistă în ceea ce privește contactul direct cu persoane din alte țări sau culturi, sau în cuvintele unuia dintre intervievați:

„În anii 1970 - nu cred că era cineva străin; pentru că nici nu exista ideea aceasta de a veni străini în România. (...) Era o țară închisă care începuse deja să aibă foarte multe probleme în ceea ce privește... produsele care îți trebuie zi de zi să trăiești.” (Radu, 60 de ani, rezident în Germania)

Radu³⁹ este unul dintre cetățenii români care au plecat din țară în anii 1970. El a plecat la vârsta de 17 ani împreună cu părinții săi, iar posibilitatea de a pleca din țară este legată de originile evreiești ale tatălui său care le-au permis mutarea în Israel. După un an petrecut în Israel, ei au decis să se mute în Germania, țară în care s-au stabilit ulterior pe termen nedefinit. Acest caz este ilustrativ pentru acele plecări din țară care au generat apariția unui gol între persoanele în cauză și țara de origine

„Pentru că nu mai ai o țară, ai locuri unde zici, ok, acolo a fost foarte frumos și m-aș mai duce încă o dată. Dar mai mult nu, nu mai ești legat, n-ai nici o legătură.” (Radu, 60 de ani, rezident în Germania)

Acest caz de „migrație forțată” taie rădăcinile naționale ale individului și facilitează apariția tipului de individ cosmopolit. Așa cum urmează să vedem, acest discurs despre identitate este

³⁹ Toate numele folosite în acest text au fost schimbate pentru a asigura anonimitatea persoanelor intervievate.

relativ diferit de cel întâlnit în cele mai multe dintre interviurile realizate cu românii cu un grad ridicat de transnaționalism. Aprofundând modul în care golul dintre individ și țara de origine a apărut, am putea spune că Radu evidențiază rolul important pe care prima călătorie în străinătate îl poate avea pentru că „*prima ruptură este cea mai dificilă*”. Caracteristicile perioadei în care această primă călătorie a fost efectuată și faptul că aceasta a generat o separare totală între individ (sau familia acestuia) și România sunt factori care nu pot fi ignorați pentru înțelegerea consecințelor în ceea ce privește definirea identitară individuală.

Cristian este unul dintre migrații români din Germania, iar cazul său este interesant pentru că în perioada comunistă acestuia i s-a permis să călătorească în străinătate. La începutul anilor 1970, el a făcut parte dintr-o echipă de zece persoane care a plecat în Germania pentru a lucra 14 luni într-o uzină electrică. Câțiva ani mai târziu, în 1988, Cristian a reușit să se mute în Germania chiar înainte de căderea regimului comunist. Rememorând prima sa călătorie în străinătate, acesta afirmă:

„sigur că mă simțeam extraordinar de bine. Vreau să spun că aerul ăsta care l-am simțit, adică, nu are, cum să vă spun? Această eliberare a sufletului și a trupului, bineînțeles, am simțit-o atunci și am simțit-o când am venit în Germania a doua oară. Acuma n-o mai simt. N-o mai simt. De multe ori am încercat să reînvii sentimentul ăla, nu pot. Deci, există numai anumite momente când ești dispus să simți niște... sentimente deosebite. La fel cum și în dragoste sau în astea, nu vine cu oricine și oricând. Sunt momente unice, pe astea două momente unice le-am simțit, eu, atunci prima dată, în clipa în care am intrat deja în Germania și eram acolo la... simțeam că plutesc, mi se părea că este alt aer, mi se părea că este altă societate, parcă nu eram pe pământ.” (Cristian, 71 de ani, rezident în Germania)

Unicitatea primei călătorii în străinătate pare să fie asociată în mod direct sentimentului de libertate. Un exemplu similar ne este oferit de Marian, cetățean român care trăiește în Aarhus (Danemarca) din 1988. Emigrarea coincide în cazul său cu prima călătorie pe care acesta a făcut-o în străinătate. Decizia lui de a pleca a fost luată în condițiile în care părinții lui trăiau deja în țara de destinație. Una dintre principalele diferențe pe care acesta le-a observat încă de la sosirea sa în Danemarca este descrisă astfel:

„totul era liber, totul. (...) În România, în România nu era... în România nu erau multe. Pe vremea aia nu aveai libertatea de a călători, de a te exprima, nu se găseau foarte multe în România; multe erau interzise.” (Marian, 45 de ani, rezident în Danemarca)

Ambele descrieri ale contactului cu străinătatea în perioada comunistă ne arată că indivizii își construiau imaginea asupra destinației prin raportarea la țara de origine. Deficitul de libertate experimentat în România este înțeles într-o nouă lumină în momentul în care persoanele au un reper pentru realizarea comparațiilor, iar din acest punct de vedere trecerea granițelor devine o cale spre libertate.

Ana trăiește și muncește în acest moment în Londra, iar înainte de 1989 a luat parte la un program care permitea persoanelor din sectorul turismului să facă un stagiu profesional de cinci luni în Germania de Est. Această călătorie a fost o oportunitate pentru a experimenta diferențele dintre România și o altă țară. De exemplu, Ana a fost uimită de modul în care germanii se comportau în locurile publice și își amintește:

„chiar dacă nu eram căsătorită am spus - eu când am să mă căsătoresc, am să cresc copiii în stil nemțesc și chiar așa am făcut. Și au ieșit afară, nu a trebuit să le spun de 10 ori. I-am educat de mici, cum să se comporte, ce să facă, cum să se ferească de lumea care nu dă dovadă de... dacă nu se comportă frumos, dă-te la o parte.” (Ana, 55 de ani, rezidentă în Marea Britanie)

Imaginea pe care aceasta o reconstituie despre Germania de Est gravitează în jurul ideii de civilizație, punctualitate și curățenie. Experiența sa este o ilustrare a situațiilor în care experimentarea directă a unui alt stil de viață și contactul direct cu o altă societate determină schimbări atitudinal-comportamentale la nivel individual. Ana a decis să-și modeleze propriul stil de viață (mai apoi să-l transmită și familiei sale) ținând cont de modelul socio-cultural întâlnit în timpul călătoriei în străinătate. Mai mult decât atât, Ana este un exemplu de persoană a cărei experiență pozitivă cu străinătatea a ușurat adoptarea deciziei de a emigra în momentul în care deschiderea granițelor a făcut posibil acest lucru.

Chiar dacă de-a lungul perioadei comuniste România a fost izolată, au existat persoane care au călătorit pentru prima dată în străinătate în această perioadă. Pe baza descrierilor am identificat câteva dintre principalele elemente care pot fi asociate începerii unei cariere transnaționale în timpul regimului comunist. Pe de o parte, avem cazurile persoanelor care au plecat pentru o perioadă nedefinită (posibil definitivă), în principal pentru că aceștia aveau vederi

politice diferite de ale regimului sau aparțineau unor grupuri etnice specifice (ex. evrei, germani), iar în aceste cazuri plecarea lor a fost în mod direct sau indirect influențată de autoritățile comuniste. Pe de altă parte, au existat călătorii în străinătate acceptate de regimul comunist, iar din acest punct de vedere cercetarea ne oferă evidențe empirice despre stagiile profesionale efectuate în Republica Democrată Germană. Persoanele care au călătorit în perioada comunistă în afara țării au putut vedea că există și alte stiluri de viață decât cel promovat de autoritățile comuniste și totodată au observat diferențele economice, politice, sociale și culturale existente între România și statele pe care le-au vizitat. „Excepționalismul românesc” și imaginea distorsionată asupra realității promovate intensiv de autoritățile comuniste deveneau chestionabile pentru persoanele care aveau experiența străinătății. Călătoriile în străinătate efectuate înainte de 1989 au câteva trăsături distinctive. De cele mai multe ori, persoanelor cărora li se permitea să treacă granița le era impusă satisfacerea anumitor criterii, iar în acest sens exista un atent proces de selecție condus de autoritățile comuniste (de exemplu, intervievații au menționat necesitatea de a fi căsătorit, iar familia să rămână în România sau obligația de a avea un cazier politic curat și de a fi considerat eligibil de către securitate). De asemenea, un aspect pe care îl putem deduce din aceste interviuri ține de ideea călătoriei organizate sub forma grupurilor, iar acest lucru este semnificativ pentru că în aceste situații indivizii știau că *sistemul* avea încă puterea de a-i controla sau de a afla modul în care aceștia se comportă în străinătate. Oricare alt membru al grupului putea să fie responsabil de supravegherea celorlalți și să raporteze autorităților comuniste. Din păcate, eșantionul extras pentru efectuarea cercetării calitative nu ne-a oferit șansa de a discuta și cu persoane care au plecat ilegal din România înainte de 1989, dar acest lucru nu înseamnă că această categorie de persoane nu există.

B. Perioada mobilității limitate (1990 - 2006)

După căderea regimului comunist pentru cetățenii români a început o perioadă nouă în ceea ce privește libertatea de mișcare și constrângerile structurale care o limitau. Deschiderea granițelor nu a însemnat automat libertate de mișcare pentru români, deoarece multe dintre state au înăspriț condițiile pentru acordarea vizelor în cazul cetățenilor din fostele state comuniste. Dacă până la revoluție constrângerile structurale care condiționau mobilitatea internațională țineau în mare parte de deciziile autorităților statale din România, ulterior piedicile pentru mobilitate nu mai erau impuse din interiorul, ci din afara acesteia. Totodată, trebuie să menționăm apariția unor destinații noi și motive noi pentru a pleca în străinătate. Așteptările pe

care românii le asociau primei călătorii în străinătate au început să se schimbe, iar sentimentele de „libertate” și „evadare dintr-o societate închisă” au fost gradual înlocuite de motivațiile economice.

De-a lungul primilor ani de mobilitate limitată pot fi stabilite câteva delimitări în ceea ce privește plecarea în străinătate. Mai întâi, România s-a confruntat cu o emigrare consistentă către Germania și Ungaria a cetățenilor români cu origini etnice germane sau maghiare (Sandu, 2010a: 39). Aceste fluxuri de migrație pe termen lung (sau definitivă) au jucat un rol esențial în dezvoltarea emigrării din România în perioada anilor '90, în principal prin oferirea de informații, oportunități și sprijin pentru viitoare acte de emigrare cu caracter temporar (Sandu, 2010a: 79).

La începutul anilor '90 una dintre principalele modalități de descoperire a străinătății a fost asociată excursiilor cu caracter comercial făcute în Turcia (aceste călătorii au avut ca principală caracteristică inițiativele de tip antreprenorial). Relația dintre orientarea antreprenorială și prima călătorie în străinătate generează un tip aparte de experimentare a străinătății. Aceste persoane descoperă oportunitățile existente pe piața bunurilor (Kirzner, 1973; Kirzner, 1990c), iar pentru a scoate profit din acestea, trebuie să treacă dincolo de graniță. Dintr-o perspectivă economică, această activitate este pusă de White (1990) pe baza capacității individuale de a lega două piețe diferite (în cazul nostru acestea sunt clar delimitate de granițele naționale). Această perioadă de intensă vizitare a Turciei a fost posibilă datorită accesibilității geografice și economice a acestei destinații. Ulterior, Turcia și alte destinații comerciale au fost treptat abandonate, iar actele motivate de dorința încadrării pe piața muncii dintr-un alt stat au devenit mai frecvente. Scurtele călătorii pentru aprovizionare cu bunuri care putea fi vândute pe piața românească au fost înlocuite de călătorii pe termen mediu și lung al căror scop era obținerea unui loc de muncă. Pentru a distinge între tipurile de călătorii efectuate în străinătate în această perioadă a mobilității limitate, considerăm că este util să ne uităm la durata, așteptările și experiențele ce pot fi asociate acestor călătorii.

Analizând amintirile celor care au avut ca prim contact cu străinătatea o călătorie cu caracter comercial în Turcia putem să evidențiem modul în care această destinație a reprezentat o poartă de acces către ceea ce însemna diversitate și bogăție fie că vorbim în termeni de bunuri, servicii sau valori sociale și cultural-religioase. O astfel de călătorie a permis persoanelor care au trăit în comunism să conștientizeze existența unor alte sisteme de valori economice, sociale și

cultural-religioase, iar contactul direct cu acestea păstrează încă o imagine vie în memoria multor români. Lipsa unor bunuri pe piața românească a permis răspândirea rapidă a modelului de antreprenor care merge în Turcia și se întoarce cu câteva genți de bunuri pe care le vinde rapid obținând un profit semnificativ (mii de persoane s-au transformat rapid în comercianți). Turcia este un exemplu reprezentativ pentru acest tip de călătorii comerciale, dar trebuie să menționăm că au existat și alte destinații folosite în astfel de scopuri (în timpul interviurilor au fost menționate și Ungaria, Polonia și Cehoslovacia). Acest tip de antreprenoriat transnațional este diferit de cel analizat de Portes et al. (2002) sau de Ban (2009) în cazul migranților români din Italia.

Mihnea trăiește în apropierea Bucureștiului și este una dintre persoanele care au vizitat Turcia la doar câteva luni după revoluție. În prezent, acesta are o experiență bogată în ceea ce privește călătoriile, dar rememorând prima călătorie acesta spune că:

„sigur că venind dintr-o lume în care până în '89, totul era închis la culoare, totul era necolorat, totul era gri, totul era întunecat noaptea. Și ajunși acolo unde, nu știu dacă ați văzut, toate târgurile alea funcționează toată noaptea, ca și la noi acuma, cu becuri multe, cu lumini așa, cumva ne-a... Pe toți, de fapt. Toți eram la prima experiență. (...) În primul rând am cumpărat, din ce-mi aduc aminte, niște dulciuri și o pereche de pantaloni. Fiecare și-a luat blugi. Era chestia cu blugii și, din câte mi-aduc aminte și ca student, plăteai pe o pereche enorm. Sigur, ne-atrăgeau așa tot felul de bluzițe așa pentru soții, pentru prietene. (...) [dulciurile] nu se găseau. După aia, ulterior au apărut. Dar primul an, în '90, nu prea, nu au apărut. Nu. Veneau dulciurile cam pe filiera asta, Turcia. Și noi ce-aveam, ce apăruseră, erau niște dulciuri care nu erau atât de atractive. Ei le împachetau cu diferite culori. Aveau coloranții ăștia de care fugim acuma, la ei erau demult. Și noi nu ne dădeam seama, că eram atrași de culoare. De culoare, de lumină eram atrași.” (Mihnea, 56 de ani, rezident în România)

Complementar, putem adăuga câteva elemente povestite de Flavius care descrie această călătorie în termenii unei aventuri. El este unul dintre cetățenii români care trăiesc în Italia, iar primul său contact cu străinătatea a fost în Turcia. Mai întâi, sunt menționate unele mici diferențe care l-au șocat în acele momente:

„am rămas frapat. De exemplu, când am ajuns în Turcia, prima oară în viața mea, în Turcia... Mi-aduc aminte am coborât în stația de tren. Prima oară am fost cu trenul, nu cu mașina, în

Turcia, și am văzut săpun Rexona la cișmeaua care era pentru toți. Ceea ce în România nu s-ar fi întâmplat.” De asemenea, acesta a fost uimit de modul în care se făcea comerț în Turcia: „Zecile de kg de aur în vitrine. Libertatea care o aveau. După comunism, să te duci într-o țară cât de cât liberă și Turcia... Libertatea, magazinele, îți luau ochii lucrurile astea. Faptul că te duceai să cumperi ceva, sau te duceai să mănânci, te serveau cu cafea sau ceai, fără să plătești lucrul ăla. Erau lucruri cu care noi nu eram obișnuiți.” (Flavius, 40 de ani, rezident în Italia)

O altă persoană ne povestește cum în Turcia a văzut pentru prima dată sticle de ulei de diferite forme și dimensiuni, și tot atunci a observat că oamenii beau apă îmbuteliată și nu de la robinet ca în România. Nu doar aspectele ce țin de piață și spectrul economic, ci și diferențe sociale și culturale au fost evidențiate în timpul acestor călătorii. Anca este cetățean român și în prezent își împarte viața între Italia și Spania (lucrează câteva luni pe an în Spania, dar locuiește împreună cu familia în Italia). Rememorând prima călătorie în Turcia, ea își amintește diferențele care i-au atras atenția la acel moment:

„tipul de vestimentație, modul de a se comporta. În anii 90 era încă perioada în care femeile erau în casă mai mult. Am înțeles că acum s-au schimbat multe și-n Turcia. Nu prea vedeai pe stradă îmbrăcate ca noi, ca europencele. Apoi modul lor primitiv de-a... Modul în care-și vând produsele, în care-și prezintă produsele, ospitalitatea lor - lucruri cu care noi nu eram obișnuiți. Bine, fiind și prima ieșire în afara granițelor României și se părea ceva extraordinar. Nu erau toți îmbrăcați aproape la fel.” (Anca, 45 de ani, rezident în Italia)

Toate aceste extrase din interviuri arată cât de mult se putea învăța dintr-o simplă călătorie în Turcia la începutul anilor 1990. Diversitatea și bogăția produselor este menționată frecvent chiar dacă Turcia nu era una dintre cele mai bogate țări din lume. Raportarea individului la destinație și imaginea lui asupra acesteia se construiește în termeni relativi, prin directă comparație cu ceea ce acesta cunoaște din țara sa de origine. Diferențele economice, sociale și culturale dintre România și alte țări au fost conștientizate prin efectuarea acestor călătorii, iar excursiile comerciale spre Turcia s-au dovedit a fi unul dintre mijloacele cele mai facile de experimentare a străinătății. Principalul aspect comun al acestor călătorii este durata scurtă (măsurabilă în zile), rațiunile antreprenoriale care le-au fundamentat și probabil una dintre cele mai notabile consecințe ține de o nouă perspectivă pe care aceste persoane au dobândit-o asupra ideii de diversitate.

În timpul aceleiași perioade istorice interviurile realizate ilustrează un alt tip de prim contact cu străinătatea, respectiv experiențele acelor persoane care au încercat să obțină statul de azilant într-una dintre țările occidentale. Aceste călătorii au o cu totul altă încărcătură emoțională și ne înfățișează un tip diferit de imagine asupra modului în care destinația este percepută. În general, oameni dezamăgiți de modul în care lucrurile evoluau în România, aceștia au ajuns în mod ilegal în alte state în care au făcut cerere pentru azil. În unele cazuri, existau anumite destinații prestabilite, iar în alte cazuri exista doar dorința de a pleca din România:

„nu știam că o să plec definitiv, din cauză că nu știam dacă ne va reuși, dar intenția era ca să plec și să mă stabilesc undeva, oriunde numai nu acolo [în România]. Eram mult prea dezamăgit.”(Gabriel, 51 de ani, rezident în Danemarca)

În prezent, Gabriel locuiește împreună cu fiul său în Copenhaga și lucrează ca inginer pentru o companie daneză. Acesta povestește cum de-a lungul călătoriei spre Danemarca (loc în care dorea să ajungă pentru a pleca spre Canada) a fost nevoit să lucreze ilegal o scurtă perioadă în Ungaria pentru a strânge banii necesari continuării călătoriei, iar în Cehia i-a fost furată o parte din bagaje și a avut probleme cu poliția. Un alt exemplu pentru prima călătorie în străinătate pentru a obține azil ne este oferit de Cristina. Ea trăiește în prezent în Germania, dar își amintește că prima sa experiență cu străinătatea a fost cea de trecere ilegală a frontierei: *„cât trăiesc țin minte acel moment dat, de frică și teamă.”* La fel ca mulți dintre românii care doreau să ajungă în Germania, ea a plecat cu o excursie în Cehia, iar de acolo a trecut ilegal granița spre Germania. A reușit să rămână în Germania (cu sprijinul unei cunoștințe) pentru aproximativ doi ani, după care a fost trimisă în țară de către autoritățile germane pentru că cererea de azil politic i-a fost respinsă. Acest tip de primă călătorie în străinătate implică riscuri și dificultăți diferite de cele experimentate în cazul altor călătorii. Astfel, *drumul* de la origine până la destinație este cel care primește o importanță deosebită. Revenind la povestea călătoriei făcute de Gabriel putem vedea că destinația în acest caz este văzută dintr-o perspectivă aparte:

„toate chestiile se îmbunătățeau din ce în ce mai mult. Au culminat când am ajuns în Danemarca. Azi Danemarca nu mai e așa, dar atunci ne minunam de nemți ce autostrăzi faine au și asfaltul și vedeam cum mașina parcă zbura și când am ajuns aici, dacă ăla era bun, atunci ăsta era perfect.” (Gabriel, 51 de ani, rezident în Danemarca)

Sentimentele negative față de România, pericolul asociat acestor călătorii și nivelul de bunăstare întâlnit la destinație fac ca imaginea pe care o astfel de primă călătorie în străinătate le-a lăsat-o românilor să fie una pe care și-o amintesc cu intensitate.

De-a lungul acestei perioade de mobilitate limitată, românii au explorat oportunitățile existente și au colectat informațiile asupra destinațiilor disponibile (Sandu et al., 2006: 24). Această situație a fost și rezultatul faptului că tot mai mulți români au decis să profite de oportunitățile de pe piețele forței de muncă din afara granițelor țării. Ca o consecință, durata primei călătorii în străinătate a crescut semnificativ, iar din acest punct de vedere putem distinge între călătoriile care au durat câteva luni și cele de câțiva ani. Prima categorie o asociem migranților circulari, iar aceasta include persoanele care pleacă în străinătate pentru cicluri de muncă cu o durată uzuală de trei luni. Cea de-a doua categorie este formată în principal din persoane care au plecat din România pentru o perioadă nedefinită, aceștia și-au asumat un statut ilegal la destinație ceea ce a făcut ca în cazul lor prima călătorie să dureze și câțiva ani (Italia și Spania au devenit principalele destinații pentru această categorie de migranți).

Migrația cu caracter circular este o temă importantă în studiile de migrație și acoperă tipuri diferite de trecere a frontierelor. În funcție de contextul întâlnit în țara de destinație, aceste tipuri de migranți circulari pot să se transforme în migranți permanenți (Constan și Zimmermann, 2011). În această carte, migrația este prezentată ca o cale prin care migranții români caută securizarea unei vieți mai bune și ca un mecanism de îmbunătățire a nivelului economic la nivel individual și familial (Potot, 2010; Voicu, 2005). Acest context generează situații în care oamenii acceptă un status marginal⁴⁰ fiind motivați de scopul de a strânge o anumită sumă de bani cu care să se întoarcă acasă.

La momentul cercetării, Bogdana își împărțea viața între două state – locuiește și lucrează două luni în Austria și două luni în România (în Austria lucrează ca îngrijitor pentru o persoană în vârstă, iar în România lucrează pentru o fabrică de încălțăminte). Prima sa călătorie în străinătate

⁴⁰ Rostas și Stoica (2007) ilustrează statusul marginal asumat de migranții români. Poveștile unora sunt chiar dramatice, aceștia menționând cum uneori au fost nevoiți să doarmă sub poduri sau în locuri improvizate. În cuvintele unora dintre migranții citați în carte situația în care se află cei care lucrează la negru în străinătate este relativ similară cu cea a sclavilor. Mulți dintre migranții români au un contact limitat cu societatea gazdă sau în cuvintele unui migrant: „*Soția mea a avut grijă de o femeie în vârstă... iar eu nu am avut contact direct cu italienii, cu obiiciunile lor. Eu am văzut Italia de pe blocurile pe care le construim, iar soția mea prin fereastra casei [în care lucra].*” (Rostas și Stoica, 2007: 344).

a fost motivată de dorința de a munci pentru o sumă mai mare decât cea pe care o câștiga în România. În acest sens, în anul 2005 a decis să plece în Italia:

„am aflat de la o vecină de posibilitatea de a pleca ... și mă gândeam că...mă, așa aș pleca dincolo să mai scap de datorii, am bancă, am rată la casă, vă dați seama că-i foarte, foarte greu.” (Bogdana, 43 de ani, rezident în Austria și România).

Prima sa călătorie i-a facilitat învățarea simultană a două lecții. Pe de o parte, a văzut cât de dificil este să lucrezi în sectorul slujbelor dificile dintr-o altă țară, dar pe de altă parte aceasta a câștigat mult mai mulți bani decât ar fi câștigat în țară. Din perspectiva respondentei, cea de-a doua lecție a străinătății a compensat dezavantajele situației de migrant și a convins-o să devină unul dintre mulții migranți circulari pe care România îi are. Cu timpul, analizarea oportunităților de pe piața muncii din străinătate a făcut-o să se orienteze spre o nouă destinație, iar Italia a fost înlocuită cu Austria.

Roxana locuiește la Londra, iar prima sa călătorie în străinătate a fost în anul 1995 când împreună cu soțul său s-au înscris într-un program care permitea studenților români să lucreze pentru câteva luni la ferme din Marea Britanie. Exemplul său poate să fie util pentru înțelegerea frustrării asociate unei slujbe în sectorul necalificat:

„fermierii care erau niște fermieri, aveau o aroganță în ei și un spirit din ăsta de superioritate față de noi care eram angajați. Niște amărăți veniți, că eram studenți din toate țările, în general astea sărace, deci nu eram numai români, erau și polonezi, de prin tot felul de țări de prin Europa de Est. Îmi amintesc și acum și râd cu soțul meu că noi sortam cartofi și veneau cartofi pe bandă și trebuia să-i scoatem pe cei stricați sau tăiați sau așa... și la un moment dat fermierul încântat ia un cartof de pe bandă și îl arată la o bulgăroaică și întreabă plin de superioritate: "La voi în țara voastră, voi aveți cartofi din ăștia?!" (Roxana, 41 de ani, rezident în Marea Britanie)

Pe de altă parte, și în cazul Roxanei poate fi evidențiată cu ușurință importanța banilor câștigați prin munca în străinătate:

„ne-a plăcut libertatea pe care ți-o dă banul, deci la respectivul timp, când eram studenți, nu ne permiteam să ne cumpăram banane, când am venit în Marea Britanie, îmi luam banane, mă puneam la capătul patului, mă sculam noaptea și mai mâncam o banană și mă culcam la loc.

Deci, ne-a plăcut faptul că aveai acea libertate care ți-o dă, până la urmă, am ajuns la concluzia, banul și banii.” (Roxana, 41 de ani, rezident în Marea Britanie)

Chiar dacă aceste persoane au acceptat slujbe relativ prost plătite prin raportare la mediile salariale de la destinație, acestea experimentează o bunăstare relativă - în comparație cu situația de la origine. Aceste călătorii au generat o stare emoțională ambiguă în care se combină frustrarea generată de statusul de la destinație și satisfacția economică rezultată din creșterea veniturilor la nivel individual/familial. Pentru această categorie de migranți, prima călătorie în străinătate a stimulat dorința pentru un câștig economic mai ridicat, iar asumarea strategiei de migrant circular a fost o cale ca acest obiectiv să devină posibil.

Partea finală a acestei secțiuni este dedicată acelei categorii de persoane cu un nivel ridicat al transnaționalismului care și-au început carierele transnaționale printr-o primă călătorie în străinătate cu o durată foarte lungă (măsurabilă în ani de zile). În linii mari, aceasta include acele persoane care au plecat pentru prima dată în străinătate în jurul anilor 2000 și și-au asumat un statut ilegal la destinație. Acest lucru i-a legat de destinație și le-a redus semnificativ numărul de contacte cu țara de origine. Așteptările lor orientate către țara de destinație erau diferite de cele prezentate anterior pentru migranții circulari. Mai ales în acest caz, putem vorbi despre „oameni care trăiesc și crează un spațiu social și cultural nou care necesită un nou nivel de conștientizare a propriei identități” (Glick Schiller et al., 1992: 14).

Alexandra trăiește în Spania din anul 2001. La vârsta de 21 de ani când a decis să se stabilească într-o nouă țară, iar faptul că avea prieteni care locuiau în Madrid a influențat-o să aleagă această destinație. Gândindu-se la prima sa călătorie în străinătate aceasta declară că:

„Aveam iluzii. Mă duc într-o altă țară și o iau de la capăt indiferent de consecințe.(...) am văzut că era speranță de viitor. Ai niște drepturi, am văzut ca femeie erai respectată, aveai drepturile tale ca persoană.” (Alexandra, 34 de ani, rezident în Spania)

Rareș a părăsit România în anul 2004 cu „*visul de a trăi în străinătate*” iar acum trăiește în Londra. Acesta afirmă că încă de la început erau două categorii de persoane care plecau spre Marea Britanie: una decisă să rămână și alta dispusă să se întoarcă.

„Da, la fermă erau în principiu românii cu care m-am întâlnit. Erau împărțiți în jumătate, românii care au venit acolo să rămână în țara asta, românii care erau doar în vacanță, studenți,

cum eram și eu, în anul IV, de altfel. Eu am oprit facultatea, am terminat-o în 2012, după 12 ani de la începere, din 2000, dar jumătate dintre studenți erau acolo doar pentru a merge înapoi acasă. Să-și facă un ban, două luni, bani cu care se întrețineau tot anul la facultate. Eu nu am gândit așa, eu am vrut mai mult, am simțit că facultatea nu o să mă ajute așa de mult (...).” (Rareș, 33 de ani, rezident în Marea Britanie)

În cazul unor astfel de persoane prima călătorie în străinătate a putut ajunge la o durată măsurabilă în ani. Evaluând situația găsită la destinație și având un reper în ceea ce au lăsat în țara de origine - aceștia au decis dacă să rămână sau nu în străinătate. De cele mai multe ori, dacă au rămas, atunci au avut parte de o perioadă cu multe dificultăți, iar dobândirea unor cunoștințe utile despre destinație le-a putut asigura trecerea de la „orice slujbă” spre „o slujbă mai bună” sau chiar spre „slujba visată” (Parutis, 2014). Mai multe persoane au subliniat ajutorul pe care l-au primit în prima perioadă petrecută la destinație, iar din acest punct de vedere rețelele sociale au jucat un rol important (Șerban și Voicu, 2010).

Prima călătorie în străinătate reconstituită din poveștile de viață ale acestor migranți ne permite să evidențiem câteva elemente distinctive. Mai întâi, în multe dintre cazuri, aceasta pare o călătorie într-un singur sens deoarece întoarcerea în România a avut loc după o perioadă îndelungată de timp. În cel de-al doilea rând, persoanele erau foarte decise să se stabilească într-o nouă țară și erau dispuse să facă toate sacrificiile necesare atingerii acestui obiectiv. Mulți dintre ei/ele aveau deja prieteni sau rude în țara de destinație și au beneficiat de pe urma acestei situații. Așteptările de la destinație erau legate de o viață mai bună, iar imaginea asupra primei călătorii în străinătate este trasată în termenii procesului de adaptare la noul context.

În concluzie, perioada dintre 1990 și 2006 nu are un caracter unitar. Analizând acest interval de timp al mobilității limitate putem distinge între cel puțin patru categorii distincte. Prima este construită în jurul ideii de orientare antreprenorială. Cea de-a doua categorie ne permite să evidențiem perspectiva pe care au avut-o asupra destinației persoanele care au încercat să obțină azil. Ultimele două categorii sunt asociate migrației motivate de muncă, cea de-a treia fiind legată de migrația circulară, iar cea de-a patra face referire la migrații plecați pentru perioade îndelungate.

C. Perioada mobilității intraeuropene

Începând cu 1 ianuarie 2007 România a devenit stat membru al Uniunii Europene, iar acesta reprezintă cel de-al doilea moment crucial (primul fiind anul 1989) în ceea ce privește libertatea de circulație a românilor. Principala caracteristică a acestei perioade este că populația care începe să experimenteze străinătatea este mai diversă ca oricând – în termeni de vârstă, educație și motivații pentru care călătoria în străinătate este întreprinsă. Munca, educația, turismul sau afacerile sunt motive cu o importanță relativ egală în înțelegerea acestei perioade, sau altfel spus nu mai există o categorie de motive care să se detașeze semnificativ de celelalte. Călătoria în străinătate devine din ce în ce mai accesibilă în termeni economici (se dezvoltă segmentul de zboruri cu preț scăzut) și sociali (românii au deja numeroase contacte în străinătate). Complementar, trebuie să ținem cont că din cauza crizei economice unele destinații și-au pierdut din atractivitate și apare necesitatea identificării de noi destinații pentru migrația motivată economic, iar din acest punct de vedere lucrarea de față subliniază importanța unor destinații precum Marea Britanie și Danemarca (vezi și capitolul V al lucrării). Activitățile de *leisure* și călătoriile turistice devin "activități mundane" (Pötzschke, 2012) și dobândesc o pondere mai crescută în totalul plecărilor din țară.

Călătoriile cu scop educațional au devenit practici importante care permit tinerilor români să experimenteze străinătatea. Din acest punct de vedere, putem face distincția între cei care merg în străinătate pentru o perioadă scurtă de timp (de ex. un program de vizitare și asistare la cursurile unei școli din străinătate pentru una sau două săptămâni) și cei care urmează un program de studii în străinătate (liceu, licență, master etc.) – interviurile realizate în Danemarca și Marea Britanie ne oferă câteva cazuri interesante în acest sens. Diferențele dintre cele două tipuri de călătorii cu scopuri educaționale sunt majore și fiecare dintre acestea are asociat un set specific de așteptări.

La momentul realizării interviului, Daniel era un tânăr de 18 ani care locuia într-un oraș din România. Acesta a fost în Spania în anul 2013 printr-un program de schimb de elevi în care liceul său era implicat. Săptămâna petrecută în străinătate într-un mediu social internațional în care erau implicați elevi și profesori din opt țări europene l-a fascinat. Oamenii prietenoși, bucătăria spaniolă și atmosfera urbană relaxată sunt principalele aspecte de la care acesta își pornește povestea despre primul său contact cu o altă țară. Astfel de experiențe par să fie

excelentă oportunitate pentru a cunoaște una dintre cele mai plăcute fețe ale străinătății. Interacțiunea socială mult ușurată de cadrul comun oferit de școala gazdă și cazarea în locuința familiei unui elev spaniol l-au ajutat pe Daniel să lege câteva relații de prietenie și l-au determinat ca în vara anului următor să viziteze încă o dată Spania. Un alt exemplu interesant de experimentare a străinătății printr-un astfel de program educațional de scurtă durată îl reprezintă Valentin. Acesta a fost interviuat în Damenarca unde era înscris la cursurile unei facultăți, dar prima lui experiență cu străinătatea a fost cu câțiva ani înainte când a petrecut aproximativ o lună în Germania împreună cu câțiva colegi de școală ca parte dintr-un program finanțat de UE pentru liceeni. Această călătorie a reprezentat pentru el un impuls pentru a încerca să studieze în străinătate:

„să zicem că e experiența care m-a făcut să cred ca viața vest-europeană este mai bună decât viața din România. Am văzut că oamenii au stabilitate deja, înțelegeam chestia asta. Am văzut că tinerii, dacă vor să-și cumpere ciocolata aceea, o cumpără. Și eu nu aveam bani. Cred că este prima dată când am avut și eu niște bani pentru că a fost finanțat de Uniunea Europeană și primeam bani în fiecare zi să-mi fac și treaba la școală, să pot să-mi cumpăr o Cola, de exemplu, în timpul jobului.” (Valentin, 21 de ani, rezident în Danemarca)

Această categorie de persoane este diferită de cele prezentate anterior pentru că s-a bucurat de un tratament privilegiat din partea școlii gazdă, au avut parte de o atitudine primitoare și nu a fost necesar să-și facă prea multe probleme în ceea ce privește hrana sau locul unde au locuit. Prima călătorie în străinătate ca parte dintr-un program de mobilitate internațională de scurtă durată sporește șansele ca experiența străinătății să fie percepută și descrisă în termeni pozitivi.

Cea de-a doua categorie de călătorii cu scop educațional include persoane care au părăsit România pentru a studia în străinătate pentru o durată medie sau îndelungată. Această variantă de experimentare a străinătății este în continuă creștere în popularitate după admiterea României în UE (aici includem atât persoanele care studiază timp de un semestru/an în străinătate prin programe de tip ERASMUS, cât și persoanele care se înscriu pentru un întreg ciclu de educație la o unitate de învățământ dintr-un alt stat). De această dată așteptările pe care persoanele le au de la țara de destinație și modul în care aceștia sunt primiți se schimbă. Cazul lui Eduard este elocvent pentru că aduce în discuție faza de adaptare la contextul țării de destinație. Acesta spune

că la început totul i se părea interesant și nou, dar că relaționarea cu danezii i s-a părut destul de dificilă:

„prima oară am stat destul de departe de danezi din cauză că mi se păreau destul de reci și nu prea aveam nimic în comun cu ei. Și faptul că nu prea m-a atras limba s-o învăț în primul an, n-am avut niciun interes. Și dacă nu vorbești daneza nu prea intri în grupurile lor. Și cum noi eram destui străini nu prea mai aveam timp și de danezi. Avem pur și simplu comunitatea noastră de străini, tot felul de străini. Avem petrecerile noastre, evenimentele noastre... Nu prea avem momente când să colaborăm cu danezii.” (Eduard, 23 de ani, rezident în Danemarca)

Călătoriile educaționale pe termen mediu și lung pot reprezenta o cale pentru a dobândi o cunoaștere mai aprofundată asupra țării de destinație, dar așa cum o arată și exemplul nostru acest lucru nu vine în mod obligatoriu. De multe ori există pericolul ca studentul să caute compania co-etnicilor sau a altor studenți internaționali fără să interacționeze prea mult cu cetățenii nativi ai țării gazdă. Din acest punct de vedere, Sigalas (2010) evidențiază caracterul limitat pe care îl au mobilitățile de tip ERASMUS. Cu toate acestea, există și cazuri în care procesul de adaptare la un nou context de țară generează interes crescut și o mai bună cunoaștere a culturii și valorilor destinației, iar cazul tinerilor polonezi din UK poate fi un exemplu în această linie de argumentare (Akhurst et al., 2014). O altă diferență dintre călătoriile educaționale pe termen scurt și cele pe termen mediu și lung este dată de faptul că în general prima categorie este asociată unor deplasări de grup, pe când cea de-a doua categorie este una asociată nivelului individual.

Ultima dintre categoriile de prime călătorii în străinătate pe care o ilustrăm în această secțiune a cărții este asociată „perspectivei turismului” (Urry și Larsen, 2011). În principal după 2007, a merge în străinătate pentru o vacanță sau o călătorie turistică a devenit una dintre modalitățile importante prin care cetățenii români intră în contact direct cu alte țări. De această dată, întâlnirile pe care persoanele le au în străinătate sunt mediate de interesul comercial din spatele oricărei activități turistice (Hochschild, 2003). Sunt numeroase cazurile în care combinația dintre timpul relativ scurt petrecut la destinație și o imagine falsă prezentată turiștilor face ca persoanele să nu aibă un contact real cu ce înseamnă străinătatea și țara de destinație. Printre cazurile de români cu un înalt grad de transnaționalism sunt și persoane pentru care o primă călătorie turistică în străinătate a reprezentat un puternic imbold pentru emigrare.

Raluca este o tânără româncă de 26 de ani care trăiește în prezent în Copenhaga, iar prima sa călătorie în străinătate a fost una turistică în Spania. Unchiul său locuia deja acolo și ea s-a dus să-l viziteze: „*a fost doar relaxare, distracție și nu am lucrat*” - în termenii lui Faist et al. (2013b) la momentul acestei vizite ea făcea parte deja dintr-un spațiu social transnațional pentru că ținea legătura cu unchiul său care locuia într-o altă țară. Impresia plăcută cu care s-a întors din Spania a făcut ca în anul următor Raluca să se decidă să meargă pentru a lucra câteva luni împreună cu unchiul său. Când acesta a hotărât să se mute din Spania în Danemarca ea l-a rugat să-i găsească și ei un job, iar ulterior a emigrat pe termen nedefinit. Un exemplu complementar ne este oferit de Ruxandra care a plecat pentru prima dată în străinătate pentru a petrece o vacanță în Grecia. Povestea ei este interesantă tocmai pentru că ne arată că termenii pozitivi ai unei experiențe directe cu străinătatea poate determina emigrarea:

„*în Grecia chiar mă gândeam: ce ar fi dacă m-aș muta în altă țară? oare cum ar fi? A fost prima dată când am stat și m-am gândit la chestia asta cu adevărat.*” (Ruxandra, 23 de ani, rezidentă în Marea Britanie)

Aceste două exemple ne-au arătat cum o experiență turistică se poate transforma în punctul de pornire pentru decizia de a emigra.

Discuție asupra capitolului

Povestitile românilor despre primele experiențe de călătorie în străinătate reprezintă un punct de pornire util pentru a analiza modul fundamental în care s-a schimbat percepția asupra străinătății în doar două decenii. De-a lungul diferitelor perioade de timp analizate, persoanele au plecat din țară cu așteptări diferite și și-au încadrat experiențele în termeni specifici. Există transformări importante în ceea ce privește gradul de cunoaștere asupra destinației și mai ales în ceea ce privește implicarea în *spațiile sociale transnaționale*. În timpul regimului comunist și chiar la începutul anilor 1990 cunoașterea asupra străinătății era limitată. Începând din jurul anilor 2000 și mai ales după 2007 românii care au făcut prima călătorie în străinătate aveau deja o cunoaștere indirectă asupra altor state prin intermediul prietenilor, rudelor, mass-mediei și a internetului.

Interviurile realizate în cadrul proiectului EUCROSS ne-au permis să diferențiem pe baza primelor călătorii în străinătate între mai multe tipuri de migranți (cei care au dorit obținerea

azilului, migrații circulari și migrații pe termen nedefinit sau semi-permanenți) și alte tipuri de călători precum antreprenorii, turiștii și cei care au călătorit din motive educaționale. Prima călătorie în străinătate a îmbrăcat forme diferite de-a lungul perioadei istorice analizate și fiecare dintre categoriile prezentate a accentuat anumite elemente cheie în descrierea acesteia. Nu înseamnă că cei care au călătorit pentru prima dată în străinătate în perioada comunistă nu au perceput decât diferențele de liberate dintre România și alte state, chiar dacă noi am accentuat acest element în descriere; este vorba mai degrabă de identificarea acelor elemente distinctive ale fiecărei categorii și sublinierea lor. O serie de exemple prezentate în acest capitol al cărții ne permit să legăm în mod direct începerea unei cariere transnaționale și orientarea către alte valori culturale decât cele naționale de momentul primei călătorii în străinătate.

Tabelul 2 prezintă într-o manieră sistematică tipurile de prime călătorii în străinătate ținând cont de caracteristicile distinctive ale acestora precum și de consecințele lor la nivel individual. Tipologia este construită pe baza evidențelor empirice prezentate în cadrul secțiunii și nu are dorința de a fi una exhaustivă. Privită la nivel individual, prima călătorie în străinătate poate avea o varietate de consecințe dintre care putem menționa reconfigurarea identității culturale și politice, conștientizarea unor noi oportunități antreprenoriale sau de muncă, stimularea deciziei de a emigra etc. Nu putem limita consecințele acestor contacte cu alte state la nivelul schimbării individuale, ci trebuie să conștientizăm că acesta reprezintă un mecanism de schimbare al societății românești ca ansamblu. Deschiderea spre alte culturi, identificarea oportunităților de piață, precum și dezvoltarea de rețele transnaționale vine o dată cu experimentarea directă sau mediată (prin intermediul prietenilor/rudelor) a străinătății. În cazul societății românești, amploarea pe care o are în momentul actual fenomenul migrației internaționale este un exemplu elocvent în acest sens.

Tabelul 2. Caracteristicile principalelor tipuri de prime călătorii în străinătate

	Motivație	Durată	Câteva dintre principalele consecințe la nivel individual
Până în anul 1989	Politică	Perioadă lungă	O nouă încadrare a identității naționale ca rezultat direct al izolării față de țara de origine (contactele cu țara erau întrerupte)
	Economică (legată de muncă)	Perioade scurtă și medie	O mai bună înțelegere a realităților politice, economice și sociale din România și dezvoltarea unei atitudini critice față de comunism
			Deschiderea apetitului individual pentru a locui și a munci într-o altă țară atunci când acest lucru devine posibil
Perioada dintre 1990 și 2006	Economică (antreprenorială)	Perioadă scurtă	Acces la bunuri și servicii, precum și stimularea indivizilor pentru a-și asuma riscuri antreprenoriale
			Sporirea capacității individuale de a căuta oportunitățile existente pe piețe externe (comerciale sau de muncă)
	Economică (legată de muncă)	Perioadă medie	Dezvoltarea practicilor de migrație circulară ca parte a strategiei economice individuale/familiale
			Perioadă lungă
		Migranții au fost puși în situația de a face eforturi consistente pentru a se adapta la contextul de destinație (statutul lor de migrant iregular nu le lăsa alte alternative)	
Obținerea azilului	Perioadă lungă	Migrantul operează cu o distincție clară între țara de origine (asociată cu o imagine negativă) și țara gazdă (descrisă în termeni pozitivi)	
După 2007	Economică (legată de muncă)	Perioadă medie și lungă	S-a îmbunătățit atât statusul economic al migrantului/familiei, cât și accesul la o altă cultură decât cea a țării de origine
			Migranții pot dezvolta vieți transnaționale fără vechile restricții de comunicare și călătorie (aceștia își pot împărți viața între origine și destinație)
	Educațională	Perioade scurte și medii	Acces sporit la informații și programe educaționale variate
			Îmbunătățirea abilităților individuale de a se implica în rețele de prietenie și colaborare cu persoane din alte state
	Turistică	Perioadă scurtă	Creșterea nivelului de cunoaștere despre alte culturi și stiluri de viață (mai ales că de multe ori mobilitatea fizică este precedată de forme de mobilitate virtuală)
În unele situații specifice, experiența se constituie într-un imbold pentru adoptarea unei strategii de emigrare			

Faptul că românii cu un grad ridicat de transnaționalism și-au început în moduri diferite carierele transnaționale este un argument în plus pentru eterogenitatea diasporei românești. Considerăm că această istorie subiectivă a descoperirii străinătății poate aduce un plus în înțelegerea fenomenului migrației românești, iar analizarea primelor călătorii în străinătate reprezintă un instrument util în acest sens. Capitolele următoare vor prezenta cititorului elemente legate de etapele ulterioare descoperirii străinătății - focalizând atenția asupra pieței muncii și a situațiilor specifice pe care migranții români le întânesc în câteva state europene.

Capitolul IV. Despre migrație și practici antreprenoriale (pornind de la o cercetare calitativă asupra migranților români din Graz – Austria)

Reconfigurarea realității economice, politice și sociale din țările care au experimentat tranziția postsocialistă⁴¹ a stimulat apariția unor „strategii de viață” prin care indivizii să-și îmbunătățească condițiile de viață (Nee, 2001: 848). În cazul României, migrația internațională pentru muncă a fost și continuă să fie un astfel de răspuns strategic pe care indivizii îl oferă în fața dificultăților economice pe care le experimentează (Potot, 2010; Toth și Toth, 2006; Voicu, 2005; Sandu, 2000). Una dintre definițiile folosite pentru conceptul de „strategie de viață” face referire la aceasta ca la o „structură rațională de acțiune, relativ durabilă la nivelul agentului care o adoptă” (Sandu, 2000: 6). Analizând tranziția societății românești Voicu distinge între două tipuri strategice de migrație, respectiv cea definitivă și cea circulatorie. „*Emigrația definitivă reprezintă forma protestului total, concretizată prin abandonarea completă a societății de origine (...). Migrația externă circulatorie prezintă caracteristici oarecum diferite. Indivizii migrează temporar în alte țări în căutarea unor oportunități mai bune de câștig*” (Voicu, 2005: 152-153; italicele adăugate). Din acest punct de vedere, vom prezenta principalele motivații care apar în discursurile migranților români, iar „strategiile de viață” dezvoltate de aceștia fiind parte integrantă a unei analize focalizate asupra actelor de migrație internațională pentru muncă. Modul inegal în care munca este răsplătită în țări diferite reprezintă unul dintre punctele centrale ale analizei migrației, cazul migrației internaționale a românilor nefiind o excepție din acest punct de vedere⁴². O astfel de motivare economică a actului de migrație poate fi analizată în termeni absoluți sau relativi (Stark, 1993: 142). Tipul de abordare calitativă bazat pe interviuri în profunzime ne oferă posibilitatea de a creiona modul în care migranții români se raportează în prezent la elementele care le-au motivat plecarea și în același timp ne permite a vedea în ce măsură actul de emigrare mai este perceput ca fiind un răspuns strategic asociat identificării oportunităților.

⁴¹ Capitolul IV al acestei cărți este construit pe baza unui articol publicat de autor în limba engleză. Vezi detaliile la bibliografie: Croitoru, 2013b.

⁴² Caracterul de selecție rațională a tipului de migrație și a destinației spre care indivizii se îndreaptă a fost scos în evidență încă de la primele studii asupra migrației românești. Șerban și Grigoraș (2000) exemplifică cu un studiu asupra comunității din Dobrotești (Teleorman) modul în care indivizii aleg între diferite tipuri de migrație.

Implicațiile actului de migrație internațională depășesc granițele vieții private a individului care optează pentru un astfel de comportament. Dincolo de schimbările majore pe care actul de migrație le produce la nivelul vieții individuale există și o serie de influențe ale migrației asupra comunităților din care indivizii pleacă⁴³ și a celor în care aceștia se stabilesc⁴⁴. Abordarea pe care lucrarea noastră o propune asupra acestei problematici este construită pe fundamente teoretice aflate în sfera sociologiei economice, respectiv analizarea unor fenomene cu un pronunțat caracter economic prin instrumentarul metodologic al sociologiei (Portes, 2010; Swedberg, 2007). În acest sens, analiza este focalizată asupra relației dintre migrație și antreprenoriat. Ținând cont de faptul că ambele universuri de cercetare au o amploare și o complexitate ce trec mult dincolo de liniile în care această analiză este construită, trebuie să menționăm încă de la început caracterul exploratoriu al acestui studiu.

Politicile de emigrație care caracterizează țara de origine a migranților (România) și politicile de imigrație din țara de destinație (Austria) nu sunt analizate de-a lungul acestui studiu din punct de vedere obiectiv al actelor și măsurilor legislative pe care sunt fundamentate, ci mai degrabă devin obiect de interes în măsura în care acestea sunt percepute de către migranți. De exemplu, politica restrictivă de acces pe piața muncii care este adoptată în Austria devine un punct central al analizei doar în măsura în care imigranții de origine română din Austria o percep ca fiind constrângătoare și se raportează la aceasta (căutând adesea modalități pentru a „păcăli” sistemul). Retorica despre strategiile de viață adoptate, precum și reprezentările și atitudinile pe

⁴³ Din acest punct de vedere există cel puțin două abordări distincte, respectiv cei care susțin ca țările și localitățile de origine sunt afectate pozitiv sau negativ de fenomenul migrației internaționale. Pe de o parte, putem aminti efectele pozitive ale remitențelor economice și sociale (Sandu b, 2010; Potot, 2010; Haas, 2007: 3), iar pe de altă parte pot fi aduse în discuție argumente care țin de efectele negative ale remitențelor economice (Funkhouser, 1992: 160; Haas, 2007: 4-5) sau într-o linie distinctă de argumentare efectele nefaste ale fenomenul „*brain drain*”. Un alt set de întrebări ce pot fi asociate discursurilor asupra efectelor migrației țin de relația dintre aceasta și evoluția inegalității sociale în comunitățile de origine (Shen et al., 2010).

⁴⁴ Nici în cazul contextului de destinație lucrurile nu sunt cu mult mai clare. Există cercetători care susțin efectele pozitive pe care prezența imigranților o are asupra economiei țării de destinație, iar cel mai adesea acestea sunt asociate cu scăderea costului cu forța de muncă în sectoarele slab calificate sau cu ocuparea unor slujbe pe care populația nativă nu dorește să le mai îndeplinească (o interesantă explicație a modului în care imigranții gestionează situația îndeplinirii unor sarcini „înjositoare” poate fi găsită în Stark și Fan, 2010). Pe de altă parte, Borjas (1999: 103) susține că deși în cazul Americii din calcule poate fi evidențiat un mic plus economic asociabil prezenței imigranților, problema trebuie pusă altfel. În acest sens, el se întreabă care sunt cetățenii țării de destinație care obțin beneficii economice dintr-o astfel de situație: „există două grupuri distincte, respectiv grupul de învingători și cel al pierzătorilor. *Câștigătorii sunt cei care anagajează sau folosesc serviciile imigranților și își îndeplinesc obiectivele economice cu costuri mai scăzute. Pierzătorii sunt cei care concurează pe piața muncii cu imigranții și înregistrează o scădere a veniturilor*” (traducere proprie; italice adăugate).

care subiecții le au asupra contextului⁴⁵ de origine și a celui de destinație sunt analizate prin raportarea la comportamentele antreprenoriale sau intențiile antreprenoriale pe care subiecții le manifestă.

Reprezentările pe care migranții le au asupra celor două contexte fundamentează atât atitudinile, cât și comportamentele pe care aceștia le adoptă. În literatura de specialitate este cunoscută diferența dintre mecanismele pe care indivizii le folosesc în formarea reprezentărilor asupra originii și destinației (cunoaștere direct vs. cunoaștere mediată). Pe de o parte, reprezentarea asupra *contextului de origine* este influențată atât de experiențele personale (mai recente sau plasate într-un interval temporal mai îndepărtat), cât și de informațiile pe care imigrantul le primește asupra contextului de origine⁴⁶ prin intermediul rudelor, prietenilor sau a mijloacelor mass-media și a internetului. Pe de altă parte, reprezentările asupra *contextului de destinație*⁴⁷ au o importantă componentă rezultată din interacțiunea directă pe care migranții o au cu vecinii, colegii de muncă sau instituțiile din țara gazdă. Așa cum vom vedea, cele două planuri se suprapun constant în raportarea individului la trecut, prezent și viitor. De cele mai multe ori migrantul realizează într-o manieră mai mult sau mai puțin accentuată o serie de comparații între Austria și România, între Graz și Bihor⁴⁸ sau între „noi” și „ei”. Validitatea

⁴⁵ Folosirea termenului de „context” atât pentru origine și pentru destinație este una care asigură ori de câte ori va fi nevoie posibilitatea de a schimba planul de analiză folosit în funcție de reperele la care se raportează subiectul. Astfel, contextul de origine poate să fie uneori satul de origine al imigrantului, iar în alte cazuri țara de origine este mai potrivită pentru a fi desemnată prin termenul de context. De asemenea, orașul de destinație, land-ul sau țara sunt desemnate alternativ prin termenul de context de destinație.

⁴⁶ Din acest punct de vedere, este important să înțelegem dificultățile pe care individul plecat din mijlocul unei comunități le întâmpină în înțelegerea modului în care cei lăsați acasă se schimbă. Alfred Schütz (1945: 369-376) atrage atenția asupra evoluției paralele pe care indivizii din comunitatea de origine o au față de cel care a plecat. Orice plecare presupune o ruptură, iar păstrarea unei legături telefonice sau prin internet nu poate înlocui rolul pe care interacțiunea *face to face* îl are în construirea reprezentărilor asupra realității. Acest lucru, spune Schütz devine vizibil în cazul celor care se reîntorc în comunitatea de origine după o perioadă petrecută în afara acesteia. Problemele de readaptare și de reintegrare în comunitate apar pentru că ambele părți sau transformat de-a lungul timpului, iar schimbările fiecăreia s-a produs în absența influenței directe a celeilalte părți.

⁴⁷ Înțelegerea pe care individul o are asupra contextului țării de destinație este una limitată. Schütz (1944: 499-507) creionează portretul ‘străinului’ aflat într-un pattern cultural nou. Cei care s-au format în liniile unui pattern cultural au posibilitatea de a lua o serie de lucruri ca fiind „de la sine înțelese”, în timp ce individul care vine din afară va chestiona și va reflecta asupra rațiunii care stă în spatele fiecărui lucru. Pentru Schütz (1944: 502) acest lucru provine din faptul că ‘străinul’ și societatea gazdă pot avea cel mult un *prezent* comun și o proiecție comună asupra *viitorului*, în timp ce *trecutul* fiecărei părți rămâne inaccesibil pentru cealaltă.

⁴⁸ Județul Bihor este folosit cu titlu de exemplu în principal datorită supra-reprezentării acestuia în grupul de subiecți cu care am realizat interviurile pentru această cercetare. Așa cum o arată și datele culese prin Recensământul Comunitar al Migrației (Sandu, 2002) județele din vestul țării dețin cea mai ridicată pondere a migrației spre Austria. Din gruparea județelor care dețin cele mai ridicate valori pentru emigrarea spre Austria se află județele Timiș, Bihor, Arad, Satu-Mare, Maramureș, Caraș-Severin, Bistrița-Năsăud, Harghita și Suceava (cele 9 județe cumulează 80% din totalul emigranților înregistrați ca având țară de destinație Austria în 2002).

reprezentărilor este mai puțin importantă pentru interesul lucrării fiind mult mai relevant modul în care acestea generează sau inhibă apariția unor tipuri de atitudini și comportamente. Exemple ilustrative în acest sens sunt oferite în cadrul secțiunii dedicate factorilor inhibitori pentru adoptarea unor comportamente de tip antreprenorial.

IV.1 Aspecte metodologice

Pentru creionarea trăsăturilor generale ale Austriei ca țară de destinație pentru migrație și pentru evidențierea unor repere în ceea ce privește populația cu origine română din Austria am folosit date statistice oficiale disponibile la Statistik Austria, Eurostat și INS România. Datele au fost prelucrate în profil longitudinal pentru a evidenția istoricul de migrație al românilor către Austria, precum și persistența unor diferențe majore în ceea ce privește piața muncii. În regim transversal au fost analizate datele referitoare la răspândirea geografică a românilor din Austria și cele referitoare la câștigurile populației în funcție de originea etnică. Complementar, au fost folosite date din rapoarte publice elaborate de Universitatea Donau și GFK Austria.

Pentru o analiză mai aprofundată a migrației românești spre Austria am completat componenta descriptivă prin realizarea unei cercetări sociologice în țara de destinație. Evidențele empirice care stau la baza acestui studiu au fost adunate pe baza unei metodologii calitative, iar caracterul asumat al studiului este unul exploratoriu. În acest sens, în perioada cuprinsă între decembrie 2011 și mai 2012 am realizat o serie de interviuri în profunzime cu migranți de origine română stabiliți în orașul Graz și în împrejurimile acestuia (pe baza datelor prezentate în tabelul 4 se poate vedea că landul Steiermark înregistrează valorile cele mai ridicate în ceea ce privește ponderea populației cu cetățenie română din totalul populației landului, în ceea ce privește ponderea populației cu origine română în totalul populație cu origine etnică diferită de cea austriacă, cât și în ceea ce privește ponderea persoanelor cu cetățenie română din totalul persoanelor cu o altă cetățenie decât cea austriacă). Subiecții pentru cele 17 interviuri au fost aleși prin tehnica „bulgărelui de zăpadă”, având ca prim punct de plecare 4 persoane care nu se cunoșteau între ele. Unul dintre principalele criterii folosite în selectarea subiecților a fost durata pe care aceștia o au de la stabilirea în Austria, fiind evitate cazurile de migrație recentă. Această opțiune este motivată în principal de focalizarea studiului asupra relației dintre migrație și antreprenariat, iar pentru dezvoltarea unor activități antreprenoriale am considerat că este necesar un interval minim de timp pentru ca individul să se adapteze la realitățile noului context de viață

și eventual să acumuleze un capital economic care să-i permită orientarea spre investiții de tip antreprenorial. În acest sens, Chiswick și Miller (2004: 225) scot în evidență faptul că veniturile dobândite de imigranți cresc o dată cu perioada petrecută în țara de destinație, iar acesta a reprezentat un argument în plus pentru alegerea persoanelor cu o experiență de migrație mai mare. Perioada mai lungă petrecută în țara de destinație și posibilitatea îmbogățirii stocurilor de reurse fac parte din seria de motive pentru care o parte a interviurilor au fost realizate cu persoane care s-au stabilit în Austria în jurul anului 1990. Durata interviurilor a variat în funcție de disponibilitatea manifestată de subiecți între 0:30 h și 2:30 h, iar locurile în care interviurile au fost înregistrate au fost de asemenea variate (locuințele subiecților, restaurante, parcuri publice sau chiar în mașina unuia dintre subiecți). În unele cazuri întâlnirile cu subiecții au fost mai numeroase, dar înregistrarea interviului a fost făcută o singură dată⁴⁹. De asemenea, la unele dintre discuțiile purtate în locuințele subiecților au asistat și alți membri ai familiei, dar ținând cont de obiectivul cercetării nu am realizat decât un singur interviu într-o gospodărie

Ghidul folosit pentru realizarea interviurilor a cuprins o serie de tematici prestabilite pe baza literaturii de specialitate (prezentate în secțiunile anterioare) ca fiind de interes pentru aprofundarea caracterului facilitator sau inhibitor al experienței de migrației asupra comportamentelor antreprenoriale.

- Fiecare din interviuri a cuprins o scurtă introducere referitoare la ocupația pe care migrantul o avea înainte de a pleca, ultima școală absolvită, motivația plecării din țară și caracterul temporar sau definitiv pe care-l asocia propriului act de migrație la momentul plecării.
- Cea de-a doua parte a interviurilor a fost concentrată asupra modului în care migrantul a reușit (sau nu) să se integreze în țara de destinație, respectiv cum și-a găsit locurile de muncă de-a lungul timpului, unde a locuit și cât de mult a investit în formele de capital uman în țara de destinație (spre exemplificare putem face referire la cursuri de limbă germană sau cursuri de calificare/recalificare profesională).

⁴⁹ Așa cum numeroși cercetători din câmpul migrației au semnalat, înregistrarea interviurilor cu migranți nu este o sarcină ușoară. De multe ori a fost necesară o muncă de convingere a subiectului asupra importanței realizării interviului, aceștia neacceptând de la prima întrevedere o înregistrare audio a discuției. În unele cazuri am fost obligat să renunț la realizarea unor interviuri fie pentru că subiectul nu mai răspundea la telefon, fie pentru că amânările constante deveniseră descurajante.

- Ultima parte a interviurilor a fost rezervată intențiilor și comportamentelor de investire în activități antreprenoriale. În cazul în care acestea erau prezente, discuția a fost ghidată către aflarea provenienței sumelor respective (economii vs. credit), asupra motivațiilor pentru alegerea anumitor tipuri de afacere și pentru alegerea locului considerat potrivit pentru o astfel de investiție (Austria sau România). În cazul în care intențiile sau comportamentele antreprenoriale lipseau, discuția a fost ghidată spre evidențierea registrului de motivații în care discursul subiectului poate fi încadrat, respectiv pe evidențierea factorilor inhibitori pentru apariția investițiilor de acest tip.

Creionarea tipurilor de comportamente antreprenoriale și a factorilor stimulanți sau inhibitori pentru acestea este construită pe baza narațiunilor subiecților. Din acest punct de vedere, considerăm potrivit a face recurs la tipul de analiză *subjectivist* așa cum a fost acesta conturat în secțiunea focalizată asupra Școlii Austriece de economie. Oportunitățile de obținere a profitului nu există până în momentul în care nu sunt sesizate de către individ, iar antreprenorii sunt cei care văd ceea ce alții trec cu vederea (Nelson, 1999: 182). Tipul de cercetare folosit pentru analizarea comportamentelor antreprenoriale pe care le găsim la migrații de origine română din zona Graz facilitează accesul cercetătorului atât la sfera formală a comportamentelor antreprenoriale, cât și la sfera informală a acestora. Astfel, analizarea antreprenoriului pe baza unei metodologii sociologice poate pătrunde dincolo de statisticile oficiale referitoare la numărul, dimensiunea sau obiectul de activitate al actorilor economici și poate scoate în evidență modul în care indivizii percep mecanismele socio-economice necesare inițierii și consolidării unei afaceri. Din acest punct de vedere, acest studiu va distinge între formele diferite în care se manifestă antreprenoriul utilizând o linie conceptuală suficient de largă pentru a cuprinde atât sfera formală, cât și cea informală a antreprenoriului. Principalele criterii folosite pentru distingerea diferitelor forme de comportament antreprenorial pot fi asociate: (1) *tipului de resurse utilizate pentru inițierea unei afacerii*; (2) *gradului de structurare al afacerii*; (3) *locului în care este construită afacerea*.

Ținând cont de faptul că ”în științele sociale există doar interpretare. Nimic nu vorbește de la sine” (Denzin, 2009: 85) o analiză a comportamentelor antreprenoriale ale migraților pe baza unei astfel de metodologii are și o serie de limitări. Există mai multe planuri care se suprapun, iar din acest punct de vedere cercetătorul trebuie să fie conștient că nu există un grad de echivalență

completă între modul în care s-au întâmplat lucrurile (în sens obiectiv), modul în care acestea au fost percepute de subiecții cu care aceste interviuri au fost realizate (în sens subiectiv) și modul în care subiecții reflectează la comportamentele din trecut în momentul în care sunt provocați să facă acest lucru. Astfel, interviurile concentrate asupra comportamentelor antreprenoriale ale migranților pot fi văzute mai degrabă ca narațiuni construite din interacțiunea subiecților cu intervievatorul (Miller și Brewer, 2003: 208). Acestea sunt doar într-o oarecare măsură puncte de vedere ale subiecților pentru modul în care interviul este condus și temele abordate fac parte dintr-o negociere tacită purtată între subiect și cercetător. Chiar dacă acestea sunt prezentate ca narațiuni asupra unor fapte din trecutul subiecților trebuie să ținem cont că aceștia au fost puși în situația de a reflecta în prezent la acestea și de a însoți intervievatorul pe un „drum” despre care acesta are mai multe informații anterioare.

Focalizarea analizei doar pe anumite aspecte ale migrației internaționale, respectiv pe caracterul potențiator sau inhibitor al acestui tip de experiență pentru adoptarea comportamentelor antreprenoriale, ne conduce spre situația în care o serie de alte aspecte ale vieții individuale sunt trecute într-un plan secund. Micile probleme zilnice pe care le presupune adaptarea la viața dintr-o țară nouă, aspectele asociate gradului de ostilitate (mai ridicat sau mai scăzut) pe care orice societate îl manifestă față de „străini” sau evenimentele ce țin de viața personală sau familială a individului sunt în mare parte absente din tipul de analiză al migrației pe care îl construim. De fapt, spunem că recunoașterea existenței oportunităților în piață și conștientizarea posibilității de a obține profit de pe urma acestora nu este suficientă pentru a transforma individul în antreprenor, iar multe dintre rațiunile care motivează acțiunea/inacțiunea individului țin cu totul de alte sfere ale vieții.

Limitările metodologice amintite și altele care țin de tipul de metodologie ales în conformitate cu resursele disponibile la momentul efectuării cercetării de teren, conduc spre situația în care pasajele citate din interviuri să fie folosite doar cu titlul de exemple, caracterul ilustrativ al acestora neputând fi transformat într-unul generalizator. Pe de altă parte, așa cum vom vedea folosirea interviurilor permite o pătrundere mai adâncă a modului în care apar comportamentele antreprenoriale și asupra modului în care migranții români cu care am discutat conștientizează sau nu o serie de avantaje și dezavantaje pe care le au.

IV. 3 Austria ca țară de destinație pentru migrații români

Încă de la mijlocul anilor 1960 Austria a devenit o destinație pentru migrația motivată economic. Într-o manieră similară cu ceea ce s-a întâmplat în Germania⁵⁰, Austria a ales să semneze acorduri bilaterale cu Turcia și Iugoslavia pentru a importa forță de muncă pe o perioadă determinată (Kogan și Kalter, 2006: 36-37). Spre deosebire de alte destinații care au apărut în orizontul de alegeri pentru migrații români o dată cu revoluția din 1989, Austria avea în acel moment o imagine conturată în România. Trecutul imperial austriac și perioadele îndelungate de influență pe care le-au resimțit regiuni întregi din actuala Românie au lăsat cu certitudine o amprentă asupra modului în care românii s-au raportat la această țară. De asemenea, gradul foarte ridicat de similitudine culturală existent⁵¹ între Austria și Germania a făcut ca la nivelul mentalului colectiv românesc să existe un transfer puternic de imagine dinspre Germania spre Austria, practic de multe ori cele două țări fiind văzute ca un spațiu comun.

Tabелul 3. Fluxuri de migrație în Austria în perioada 2001-2011

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Imigranți	111998	108125	111869	122547	114465	98535	106659	110074	107785	114398	130208
Emigranți	79034	74831	71996	71721	70133	74432	71928	75638	87189	86703	94604
Migrație netă	32964	33294	39873	50826	44332	24103	34731	34436	20596	27695	35604
Masculin											
Imigranți	49036	62674	61690	69789	65000	55637	58197	59455	59136	62519	72295
Emigranți	41377	46097	46074	44991	40816	43606	44105	44684	50473	49672	54043
Migrație netă	7659	16577	15616	24798	24184	12031	14092	14771	8663	12847	18252
Feminin											
Imigranți	40892	50491	51864	57610	52822	45335	48708	50619	48649	51879	57913
Emigranți	31277	33561	31183	31826	27834	29889	30086	30954	36716	37031	40561
Migrație netă	9615	16930	20681	25784	24988	15446	18622	19665	11933	14848	17352

Sursa: (Biffel, 2012: 22)

⁵⁰ Germania a semnat primul acord cu Turcia la data de 31 octombrie 1961, ambele părți considerând temporar acest schimb de forță de muncă (Hestermann, 2003: 332)

⁵¹ Este interesant modul în care cele două țări se raportează la aceste asemănări culturale. *Se consideră austriecii un tip aparte de germani?* Raspunsul la această întrebare nu poate fi cu siguranță oferit din afară și cu atât mai puțin poate să fie unul tranșant. „*Was wäre Österreich ohne Deutschland?*” (*Ce ar fi fost Austria fără Germania?*) este una dintre întrebările care-i preocupă și astăzi pe austrieci. Un început de problematizare al acesui lucru ar putea să țină cont de diferențele de religie dintre locuitorii celor două state, dar și de influențele moștenite de pe urma trecutului imperial al Austriei. O perspectivă diferită ar putea aduce în discuție faptul că în timp ce unul dintre principalii vecini ai Austriei este Italia, în cazul Germaniei pot fi regăsite numeroase influențe provenite dinspre țările nordice. Detalii despre o astfel de dezbatere organizată de Universitatea Kar-Franzens din Graz în octombrie 2011 pot fi accesate la http://www.uni-graz.at/newswww_detail.htm?reference=223311 (accesat 03.04.2013).

Diferența dintre numărul persoanelor care au venit și cele care au plecat din Austria în perioada 2001-2011 (tabelul 3) a fost constant pozitivă, fapt care a generat un plus de aproximativ 370000 de persoane la finalul acestui interval. Cu toate că numărul imigranților bărbați a fost constant superior celui al femeilor, valorile înregistrate pentru migrația netă feminină sunt depășite pentru prima dată în anul 2011 de valorile pentru migrația netă masculină.

A. Câți români sunt în Austria și unde trăiesc aceștia?

La fel ca în cazul celorlalte destinații de migrație și pentru Austria fluxul de emigranți înregistrați de Institutul Național de Statistică din România este relevant doar pentru numărul celor care și-au înregistrat plecarea definitivă spre această țară (tabelul 4a și tabelul 4b). În multe dintre aceste cazuri, este vorba de persoane care au renunțat la cetățenia română și au optat pentru cetățenia austriacă⁵². Totalul persoanelor înregistrate ca emigranți spre Austria în întreaga perioadă 1990-2011 este de 25360 persoane. Astfel, datele înregistrate la INS arată un mare aflus de emigranți spre Austria în primii ani de după revoluție după care numărul celor care au declarat Austria ca țară de destinație a scăzut la doar câteva sute de persoane anual. Anul 2011 pare să se deosebească de acest tipar înregistrând puțin peste 1000 de plecări oficiale spre Austria.

Tabelul 4 (a). Număr de emigranți cu țara de destinație Austria în perioada 1990-2000

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Austria	3459	4630	3282	1296	1256	2276	915	1551	941	468	270

Sursa: INS (Baza TEMPO)

Tabelul 4 (b). Număr de emigranți cu țara de destinație Austria în perioada 2001-2011

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Austria	167	293	326	491	421	581	313	345	421	569	1089

Sursa: INS (Baza TEMPO)

Dacă analizăm datele din statisticile austriece (tabel 5) putem scoate în evidență importanța pragului din anul 2007, respectiv al momentului în care migrații români au primit dreptul de ședere în Austria. Astfel, dacă din 1991 și până în 2007 numărul migraților cu cetățenie română a crescut de la 18536 până la 21882, abia după anul 2007 înregistrăm o evoluție spectaculoasă a numărului de persoane care dețin cetățenie română și sunt înregistrate oficial ca având rezidența în Austria. La fel ca în cazul altor țări creșterea semnificativă din statisticile

⁵² Austria este una dintre țările care practică exclusivitatea cetățeniei. În acest caz cetățenii români sunt obligați să renunțe la cetățenia română în momentul în care obțin dreptul de a avea cetățenie austriacă.

oficiale poate să fie cauzată de opțiunea pentru oficializarea unei situații de fapt și mai puțin de sosiri realizate cu adevărat după anul 2007. Noul statut, de țară membră a Uniunii Europene, a făcut ca mulți dintre români să-și legalizeze șederea în țările europene pentru a putea beneficia de drepturile care erau generate de noua situație.

Tabelul 5. Evoluția populației cu cetățenie română înregistrată în Austria

	1981	1991	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Populație cu cetățenie română	1253	18536	21882	27646	32341	35962	41739	48470

Sursa: Statistik Austria apud. Medien-Serviceestelle Neue Österreicher/ihnen

O analiză transversală (anul 2012) a distribuției geografice pentru populația cu origine română în interiorul Austriei arată o concentrare masivă pe zona capitalei, din moment ce aproximativ o treime din populația cu origine română trăiește în și în jurul Vienei (tabel 6). Acest lucru nu este deloc surprinzător dacă ținem cont de caracterul cosmopolit al orașului și de oportunitățile de angajare mai numeroase pe care un oraș mare le oferă pentru imigranți. Alte trei landuri ocupă apoi poziții relative similare în ceea ce privește numărul semnificativ de români existenți în zonă (Oberösterreich, Niederösterreich și Steiermark). Dintre acestea Steiermark este land-ul asupra căruia analiza noastră va fi concentrată în cea de-a doua parte a materialului, în special pentru că în capitala land-ului, Graz, și în împrejurimile acesteia am realizat înregistrarea interviurilor cu migrații români stabiliți în zonă. Din totalul de aproximativ 75000 de români care sunt înregistrați în Austria, aproximativ o treime a dobândit cetățenia statului gazdă în timp ce celelalte două treimi păstrează cetățenia română (tabel 6). Land-ul Steiermark are aproximativ 10000 de persoane care sunt înregistrate ca având cetățenie română și alte aproximativ 3500 care sunt de origine română și au cetățenia statului austriac. Atât din punct de vedere al ponderii pe care populația cu cetățenie română o are în totalul populației cu cetățenie diferită de cea austriacă, cât și din punctul de vedere al ponderii pe care populația cu origine română o deține în totalul populației cu origine etnică diferită de cea austriacă, landul Steiermark înregistrează cele mai ridicate valori. Aceasta înseamnă că în termeni relativi comunitatea românească din acest land este cea mai semnificativă pentru că din fiecare sută de imigranți 11 au origine română. De asemenea, în medie la fiecare 1000 de locuitori ai landului Steiermark 11 au origine etnică română (tabel 6).

Tabelul 6. Distribuția geografică în Austria a populației cu origine română

	<i>Austria</i>	<i>Burgenland</i>	<i>Kärnten</i>	<i>Nieder- österreich</i>	<i>Ober- österreich</i>	<i>Salzburg</i>	Steiermark	<i>Tirol</i>	<i>Vorarlberg</i>	<i>Wien</i>
Total populație	8443018	286215	557773	1617455	1416772	534122	1213255	714449	371741	1731236
Populație fără cetățenie austriacă	970541	17369	40724	115881	120176	70682	87713	81870	49750	386376
Total populație cu origine etnică diferită de cea austriacă	1349006	25888	55485	170057	176615	87152	121103	108320	65502	538884
Populație cu cetățenie română	48470	1593	1526	7899	7138	1791	9747	1235	547	16994
Populație cu origine română și cu cetățenie austriacă	26169	1213	653	5775	6548	1105	3441	419	271	6744
Total populație cu origine română	74639	2806	2179	13674	13686	2896	13188	1654	818	23738
Ponderele populației cu origine română în total populație (%)	0.88	0.98	0.39	0.85	0.97	0.54	1.09	0.23	0.22	1.37
Ponderele populației cu cetățenie română în total populație fără cetățenie austriacă (%)	4.99	9.17	3.75	6.82	5.94	2.53	11.11	1.51	1.1	4.4
Ponderele populației cu origine română în total populației cu origine etnică diferită de cea austriacă (%)	5.53	10.84	3.93	8.04	7.75	3.32	10.89	1.53	1.25	4.41

Sursa: Statistik Austria (calculare proprii pentru ponderi)

Clasarea landului Steiermark pe primul loc în topul preferințelor migranților români spre Austria poate avea mai multe explicații ipotetice. Dintre acestea putem menționa faptul că la începutul anilor 1990 fiecare dintre landurile Austriei își stabilea în mod autonom politica față de imigranți și numărul de imigranți pe care îi acceptă, iar din acest punct de vedere persoanele interviuate au menționat o ușurință mai ridicată pentru obținerea dreptului de rezidență și muncă pe teritoriul landului Steiermark. În plus, combinația rezultată din tradiția industrială a zonei și practicarea intensivă a pomiculturii și silviculturii a generat o necesitate pentru segmente de forță de muncă pe care populația cu origine română s-a pliat mai bine decât alte grupuri etnice. Pionierii migrației românești din zonă sunt cu precădere din județele din vestul României (Arad, Bihor, Caraș-Severin, Timiș) ceea ce a făcut ca o parte semnificativă dintre aceștia să fi lucrat anterior în industrie și să se adapteze mai ușor cerințelor de a lucra cu utilaje industriale. Mai mult decât atât, munca sezonieră din agricultură a putut fi practică de persoane care locuiau în România și care se deplasau doar în perioada de culegere a merelor sau a zmeurei, costurile (în timp și bani de transport) nefiind foarte ridicate în acest caz. Ulterior, o parte a acestei migrații

sezoniere a primit un caracter definitiv. O altă explicație reieșită din interviurile realizate în zonă poate fi asociată aproprierii geografice pe care landu-ul o are față de nordul Italiei, ceea ce a facilitat de-a lungul timpului un transfer peste graniță spre Austria în momentul în care au apărut oportunități în acest sens. O ultimă ipoteză poate fi legată de prețul mai scăzut al închirierii unei locuințe în zonă, orientarea unor land-uri ca Salzburg și Tirol spre turism a generat o diferență semnificativă între prețurile de achiziționare și mai ales de închiriere a locuințelor, ceea ce a făcut ca din acest punct de vedere Steiermark să fie o destinație de migrație cu un grad mai ridicat de accesibilitate. Așa cum este de așteptat dezvoltarea ulterioară a migrației românești pe baza rețelelor (Sandu, 2010a: 105; Șerban și Voicu, 2010: 98) a făcut ca zonele în care românii s-au stabilit să devină destinații atractive pentru familiile, prietenii sau cunoștințele migrantilor.

Dintre landurile cele mai puțin interesante pentru migrația românească se remarcă Vorarlberg, Salzburg și Tirol. În aceste zone se înregistrează valorile cele mai mici atât pentru pondera ocupată de români în totalul populației cu cetățenie diferită de cea austriacă, cât și pentru ponderea populației cu origine română în totalul populației cu origine etnică diferită de cea austriacă.

B. Particularități ale pieței muncii din Austria

Austria este din 1993 unul dintre statele membre ale Uniunii Europene reprezentând pe de o parte o țară de destinație dorită de imigranți, iar pe de altă parte una dintre țările cu politici relativ stricte în ceea ce privește dreptul de rezidență și dreptul de muncă pentru cei care nu dețin cetățenia austriacă. În cazul persoanelor provenite din România, odată cu anul 2007 și cu dobândirea statutului de stat membru al Uniunii Europene, acestea au dobândit dreptul de acces liber și dreptul de ședere în Austria. În ceea ce privește dreptul de muncă, libertățile nu sunt depline pentru imigranții proveniți din România și Bulgaria, aceștia urmând să dobândească un statut similar cu cei din celelalte țări ale Uniunii Europene, începând de la 1 ianuarie 2014. Cu toate acestea, la fel ca în multe alte cazuri în momentul în care imigranții doresc să pătrundă pe o piață a forței de muncă pe care o găsesc atractivă, aceștia dezvoltă o serie de comportamente strategice de ocolire a barierelor legale impuse sau se îndreaptă către piața „forței de muncă la negru”. Așa cum poate fi văzut și din tabelul prezentat în anexa 1, Austria a înregistrat în mod constant una dintre cele mai scăzute rate ale șomajului din Uniunea Europeană (în anul 2011 rata șomajului de 4.2% este cea mai mică din cadrul UE). Mai jos (tabelul 7), poate fi găsită evoluția

ratelor de șomaj înregistrate în Austria și România începând cu anul 2000. Acest aspect cred că este elocvent în principal pentru modul în care Austria înțelege să-și gestioneze propria piață a forței de muncă. În cazul României modul în care este raportat șomajul face ca valoarea ratei să nu spună chiar foarte multe lucruri despre funcționarea pieței muncii (prin aceasta fac referire în principal la numărul mare de persoane ocupate în sectorul agricol de subzistență⁵³).

Tabelul 7. Evoluția ratei șomajului la nivelul Austriei și al României în perioada 2000-2011(%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Austria	3.6	3.6	4.2	4.3	4.9	5.2	4.8	4.4	3.8	4.8	4.4	4.2
Romania	6.8	6.6	7.5	6.8	8.0	7.2	7.3	6.4	5.8	6.9	7.3	7.4

Sursa: Eurostat

Una dintre trăsăturile specifice pentru piața muncii din Austria ține de rolul important pe care statul îl asumă în medierea raporturilor dintre angajat și angajator (Biffl, 2012: 6). Camerele de muncă din Austria (Arbeitsmarktservice sau AMS) au o evidență foarte exactă a tuturor persoanelor cu drept de muncă din Austria în funcție de zona de rezidență. Fiecare birou teritorial este obligat să medieze încadrarea cât mai rapidă în muncă a persoanelor care nu lucrează, iar în cazul imigranților sunt oferite cursuri de limba germană, cursuri de calificare și recalificare profesională precum și servicii de plasare în locuri de muncă vacante. Vom reveni de-a lungul materialului asupra rolului pe care AMS-ul l-a jucat în viețile persoanelor pe care le-am intervievat în zona Graz. În momentul de față pentru persoanele cu cetățenie română și fără drept de muncă serviciile acestei instituții nu sunt disponibile. Pentru a accesa legal piața forței de muncă din Austria, migrantul trebuie să găsească un angajator care să solicite AMS înregistrarea acestuia, iar aceasta presupune ca în perioada respectivă persoana să aibă dreptul de a lucra exclusiv pentru angajatorul care a depus această cerere (întreruperea raporturilor contractuale dintre angajator și angajat conduce la pierderea dreptului de muncă pentru migrant). Acest aspect legislativ corelat cu faptul că în Austria angajații cu salarii de până la 1000 de euro nu au obligația de a achita decât contribuțiile la casa de sănătate a angajatului transformă acest mecanism într-una dintre principalele porți de acces pe piața muncă.

⁵³ Într-o analiză focalizată asupra evoluției mediului rural românesc, Mihalache scoate în evidență ponderea însemnată pe care o are numărul persoanelor ocupate în agricultura de subzistență din totalul persoanelor ocupate din mediul rural: „scăderea economică înregistrată de România în intervalele 1990-1992 și 1996-1999 a făcut ca numărul persoanelor ocupate în agricultură să crească pe fondul practicării agriculturii de subzistență ca strategie de viață adoptată de categoriile cele mai sărace ale populației rurale” (Mihalache, 2011: 59-60). De asemenea, lucrarea atrage atenția asupra „statutului incert” pe care aceste persoane îl au, ele neputând fi încadrate în categoria fermierilor așa cum este aceasta definită la nivel european.

O altă posibilitate de acces pe piața muncii este aceea a înregistrării ca *angajat pe cont propriu*, însă această variantă este mai costisitoare, iar legislația austriacă prevede că pentru a dobândi statutul de angajat pe cont propriu într-un domeniu persoana trebuie să prezinte acte de studiu sau certificate de competență care să ateste calificarea în domeniul respectiv. O altă particularitate a legislației muncii din Austria prevede că o persoană care poate dovedi că a lucrat legal un an în Austria se bucură din acel moment de dreptul la mobilitate profesională și spațială în interiorul țării, iar acest drept este transmisibil pentru toți membrii familiei (Biffel, 2012: 7). Astfel, dintre strategiile folosite de români pentru a intra pe piața forței de muncă din Austria putem aminti practica înregistrării ca angajat pe cont propriu pentru a presta servicii de curățenie sau practica muncii la negru până în momentul în care unul dintre membrii familiei reușește să dobândească dreptul la muncă legală. În principal, perioada de început este menționată de migrații români ca fiind cu un grad de dificultate ridicat al muncii sau cu acceptarea unor munci sub-plătite. Din acest punct de vedere, românii care au firme înregistrate obișnuiesc să angajeze persoane din România plătiindu-le salarii sub prețul pieței timp de un an, dar facilitându-le accesul ulterior către angajarea legală prin dobândirea dreptului de muncă (imaginea mai proastă a angajatorilor români în rândul angajaților de origine română are un grad de similaritate cu cea descrisă de Șerban și Grigoraș (2000: 38), pentru angajatorii români din Spania și cu cea a angajatorilor români din Italia, descrisă de Ban (2009: 142).

C. Veniturile populației și asimilarea economică a imigranților

Din punct de vedere economic analizele migrației spun că o populație este considerată ca fiind asimilată în cadrul populației totale a unei țări în momentul în care aceasta ajunge la un raport de paritate al câștigurilor cu populația nativă (Bodvarsson și Van den Berg, 2009: 99; Longva și Raaum, 2004: 57). Diferențele de câștiguri nete medii dintre Austria și România sunt foarte mari și persistă de-a lungul întregii perioade luate în considerare de analiza noastră. Dacă în anul 2000 o persoană din România câștiga anual în medie 1262 euro, una din Austria avea un câștig net anual de 19479 euro (câștigul anual net mediu al unei persoane din România reprezenta 6.5% din câștigul anual net mediu al unei persoane din Austria). Până în anul 2010 evoluția mediei câștigurilor nete din ambele țări a fost una pozitivă. Cu toate acestea, ponderea pe care cei 3567 euro câștigați în medie de un român o reprezintă față de cei 24860 euro pe care îi câștigă în medie un austriac este de doar 14.3% (tabel 6). În acest sens pare plauzibilă construirea unei explicații a fluxului dintre România și Austria în termenii teoriilor focalizate pe

răsplătirea diferențiată a muncii la origine și la destinație, motivațiile de tip economic fiind cel mai des invocate în discursurile migranților români în ceea ce privește luarea deciziei de a pleca din România în Austria.

Tabelul 8. Evoluția câștigurilor nete în perioada 2000-2010 (euro)

	2000	2002	2004	2006	2008	2010
Media Uniunii Europene (27 state)	14909	15844	16407	17235	17975	18456
Media Uniunii Europene (25 state)	15636	16597	17201	18029	18769	19240
Media Uniunii Europene (15 state)	17793	18723	19413	20260	20910	21351
Austria	19479	20008	21267	22690	24027	24860
România	1262	1404	1598	2414	3437	3567
Ponderea veniturilor din România din veniturile din Austria	6.5	7.0	7.5	10.6	14.3	14.3

Sursa: Eurostat (2013) - calcule proprii pentru pondere

Pe baza aceluiași date (tabelul 8) putem remarca și faptul că veniturile din Austria au fost constant peste mediile veniturilor nete din UE 15, UE 25 și UE 27, iar o analiză mai atentă a câștigurilor nete ne arată că există un grad ridicat de corespondență între acestea și cele din Germania (Eurostat). Un raport publicat de Statistik Austria împreună cu GfK Austria în anul 2012 (date prezentate în tabel 9), ne ajută să diferențiem între câștigurile medii înregistrate de grupurile de populație din Austria în funcție de cetățenia pe care membrii acestora o dețin. Agregarea datelor la un nivel superior celui dat de originea națională face ca populația cu cetățenie română să nu fie tratată separat, ci să fie inclusă în totalul populației care deține cetățenia unuia dintre statele care au aderat la Uniunea Europeană în 2004 și 2007. Din acest punct de vedere, există diferențe semnificative între veniturile cetățenilor austrieci și cei care dețin cetățenia altor state, iar pe de altă parte există diferențe majore în interiorul populației de imigranți, respectiv între diferitele grupuri etnice reprezentate pe piața forței de muncă din Austria. În medie, în anul 2010 o persoană cu cetățenie română care lucrează în Austria câștiga aproximativ 80% din ceea ce câștiga o persoană cu cetățenie austriacă, ceea ce o poziționează pe o treaptă medie în ierarhia câștigurilor nete ale diferitelor grupuri etnice - o poziție superioară față de cetățenii fostelor state din Iugoslavia, a turcilor și superioară celor care dețin cetățenia altor state, iar în cazul acesta este în principal vorba de state asiatice și africane (pentru o

structură detaliată a reprezentării grupurilor etnice din Austria poate fi consultată anexa 2- tabel A și B).

Tabetul 9. Câștigurile salariale nete din Austria în anii 2005 și 2010, după cetățenia deținută

	Venit anual net (Euro) - 2005	Pondere din venitul anual al unei persoane cu cetățenie austriacă (2005) -%	Venit anual net (Euro) - 2010	Pondere din venitul anual al unei persoane cu cetățenie austriacă (2010) -%
Cetățenie austriacă	19745		22448	
Altă cetățenie decât cea austriacă	17305	88	18361	82
Cetățenie a unui stat UE de până în 2004	20289	103	21857	97
Cetățenie a unui stat UE 2004/2007	17279	88	18232	81
Cetățenie a unei țări din fosta Iugoslavie (fără Slovenia)	16750	85	17652	79
Cetățenie turcă	17078	86	17526	78
Cetățenie a altor state	15926	81	16080	72

Sursa: Statistik Austria și GfK Austria (2012: 6)- calcule proprii pentru ponderi

În medie un român din Austria câștigă aproximativ 18200 euro anual, ceea ce reprezintă doar 80% din venitul net al unei persoane cu cetățenie austriacă (tabel 9), dar un astfel de câștig este de 5.1 ori mai mare decât câștigul mediu net înregistrat în țara sa de origine. Cu toate acestea, este de remarcat că în perioada 2005-2010 înregistrăm o accentuare a diferențelor de venit între persoanele cu cetățenie austriacă și posesorii tuturor celorlalte categorii de cetățenii luate în considerare de autorii studiului. În cazul grupului în care este inclusă și populația cu cetățenie română diferența dintre cele două momente temporale este de 7 puncte procentuale.

Având liniile generale ale unui portret al migrației românești către Austria și câteva dintre coordonatele principale ale contextului de destinație putem focaliza analiza asupra aspectelor legate de relația dintre migrație și antreprenariat. Principala componentă în acest sens este constituită de cercetarea de teren desfășurată în zona Graz (descrisă în secțiunea dedicată metodologiei).

IV. 4 Forme de comportament antreprenorial ale migranților români din zona Graz

Acest capitol este structurat pe două dimensiuni principale, respectiv o primă parte urmărește a scoate în evidență modul în care s-au dezvoltat intențiile și comportamentele antreprenoriale în cazul în care acestea au fost identificate, în timp ce a doua parte a textului este rezervată analizării principalelor elemente inhibitoare pentru astfel de intenții și comportamente. În ambele cazuri considerăm util a diferenția între contextul de origine și cel de destinație al migranților români.

De-a lungul timpului, tipurile de *resurse* folosite pentru inițierea și dezvoltarea unor comportamente antreprenoriale au fost așezate la baza unor analize clasice ale antreprenoriatului (Kirzner, 1990-b; Portes, 2010; Schumpeter, 2008). Pornind de la percepțiile pe care imigranții le au asupra resurselor de care au dispus și pe care le-au utilizat în construirea unor comportamente antreprenoriale vom face distincția între diferitele tipuri de resurse făcând apel la teoriile formelor de capital. Astfel, principalele *forme de capital* pe care această analiză este construită pot fi identificate în scrierile lui Schumpeter (1939; 1976; 2008) pentru capitalul economic, Becker (1997) și Casson et al. (2010) pentru capitalul uman, și Coleman (1990), Granovetter (2001) și Portes (2010) pentru capitalul social. Specificitatea pe care o imprimă experiența de migrație asupra antreprenoriatului va fi analizată prin apelul la conceptul de transferabilitate⁵⁴ al capitalurilor (Borjas, 1992: 41-42). În țara de origine migranții nu dispuneau de stocuri egale de resurse (*bani, educație, competențe profesionale, rețele de relații, încredere din partea celorlați, prestigiu*), dar natura actului de migrație internațională presupune pierderea unora dintre acestea sau cel puțin pierderea caracterului de utilitate pe care unele dintre aceste tipuri de resurse îl joacă pentru actorii individuali. Din acest punct de vedere, analiza noastră va scoate în evidență diferențele de transferabilitate dintre formele de capital și gradul în care acestea pot fi „convertite” în forme noi de capital adaptate noului context în care indivizii încearcă să se integreze.

⁵⁴ Termenul de „transferabilitate” este folosit în contextul acestui studiu pentru analizarea antreprenoriatului în este unul cu un grad ridicat de cuprindere, dar are și o limitare impusă de specificitatea actului de migrație internațională. Astfel, aria de cuprindere a formelor de capital pe care individul le posedă și pe care încearcă să le transfere cu el din țara de origine în cea de destinație este una numeroasă, dar procesul de transfer al acestora va fi analizat în termeni de utilitate. Pentru ca transferul formelor de capital să fie perceput de către subiect ca fiind unul de succes trebuie ca acesta să fi reușit convertirea formelor de capital din țara de origine într-unele compatibile cu contextul din țara de destinație.

Tipul de migrație ce caracterizează fluxul românesc de migrație de după 1990 este, în general, unul în care indivizii dispun de sume modeste de bani la momentul inițial al plecării. Cu toate că resursele de tip financiar sunt unele dintre cele mai ușor transferabile forme de capital, imigrații români din Austria, care fac obiectul acestui studiu, se caracterizează printr-o limitare semnificativă a potențialului investițional la momentul ajungerii în țara de destinație. Într-adevăr, raportarea acestora la contextul țării de origine ne arată că în general nu au plecat din România cele mai sărace persoane - acest aspect a fost semnalat de (Sandu, 2010a: 13) și de Șerban și Grigoraș (2000: 47-48), dar raportarea acestora la mediul în care aceștia s-au stabilit creionează un scenariu prea puțin favorizant pentru comportamentele de tip antreprenorial. Astfel, chiar dacă în medie aceștia nu erau cei mai săraci oameni din România și din comunitățile lor, în momentul în care-i comparăm cu austriecii am putea afirma fără teama de a greși că acestea erau persoane relativ sărace.

Pentru o mai bună înțelegere a diferențelor dintre resursele financiare ale celor proveniți din România putem menționa că o mare parte dintre aceștia au beneficiat de programele de asistență puse la dispoziția imigranților de către statul austriac. Pentru imigranții din primele valuri au existat o serie de mecanisme de integrare care erau asociate statutului de solicitant al azilului. Din acest punct de vedere, trebuie menționat că indiferent de dobândirea sau nu a statutului de azilant imigranții români din Austria menționează motivațiile din sfera economică drept principale rațiuni ale actului de emigrare. La începutul anilor 90', pentru mulți dintre pionierii migrației spre Austria obținerea statutului de azilant era văzută doar ca o modalitate de facilitare a accesului pe piața forței de muncă (informație reieșită din mai multe interviuri). Ținând cont de aspectele menționate, poate fi introdusă o distincție importantă între imigranții români care au ajuns în Austria în perioada imediat următoare revoluției din 1989 și au beneficiat de un sprijin consistent din partea autorităților austriece, și cei care au ajuns ulterior, când deja atitudinea societății și a autorităților austriece s-a schimbat considerabil față de imigranții români (informație reieșită din interviuri).

În contextul migrației internaționale resursele de tip educațional sunt în general greu transferabile, iar cazul românilor din Austria nu reprezintă o excepție. Principala barieră în acest sens este de natură lingvistică (Chiswick și Miller, 2004: 280), iar recunoașterea sau echivalarea diplomelor de studiu este doar una dintre etapele formale din acest proces. Dincolo de această

recunoaștere a diplomelor obținute în țara de origine există o serie de competențe pe care individul le-a obținut într-un context național specific și care își diminuează gradul de utilitate în noul context de destinație. Utilizând distincția lui Hayek (1990a; 1990b) dintre diferitele sfere ale cunoașterii⁵⁵ putem distinge între cunoașterea teoretică și cea practică și focalizând analiza asupra comportamentelor de tip antreprenorial putem evidenția potențialul diferit pe care cele două tipuri de cunoaștere îl încorporează. Competențele și certificările tehnice s-au dovedit a fi forme de capital uman mai ușor transferabile în noul context, iar indivizii au investit în principal în cunoașterea limbii germane. Acest lucru este văzut de către subiecți ca având caracter obligatoriu. În general, piața muncii din Austria este greu accesibilă persoanelor care nu au cunoștințe de limba germană, singurele excepții identificate fiind muncile sezoniere din sectorul agricol și unele echipe de muncitori ale angajatorilor români din sectorul construcțiilor. Afirmatia unuia dintre migranții intervievați potrivit căreia „*problema cea mai mare este limba pentru că pe ei îi deranjează enorm de mult să nu știi să vorbești corect limba lor*” (Subiect K) scoate în evidență importanța percepută a acestui aspect al integrării pe piața muncii (și în societatea gazdă). Din acest punct de vedere, se poate observa că dincolo de avantajul *obiectiv* pe care îl asigură cunoașterea limbii există și un dezavantaj *subiectiv* asociat de migranții români necunoașterii limbii germane. Reticiența față de cei care nu cunosc limba germană este percepută ca o barieră impusă de către angajatorii austrieci, dincolo de barierele oficiale care reglementează accesul imigranților români pe piața muncii. Dintre cunoștințele tehnice care au asigurat un nivel ridicat de transferabilitate pot fi amintite: cele necesare realizării desenului tehnic (subiectul A avea studii de arhitectură începute în România la momentul plecării ceea ce l-a ajutat să se angajeze ca desenator tehnic), cele necesare lucrului cu utilajele industriale (subiecții C și E au lucrat anterior în întreprinderi industriale din România), cele necesare întreținerii și reparării autovehiculelor (subiecul G avea calificarea de tinichigiu auto, iar acest lucru l-a ajutat să se angajeze relativ rapid într-un service auto din Austria). Cazul subiectului P este unul ilustrativ pentru tipul de cunoștințe teoretice cu un înalt grad de specificitate a căror transferabilitate înspre țara de destinație este dificil de realizat. Fost profesor de istorie în România, acesta a fost căsătorit cu un cetățean austriac (ceea ce i-a asigurat dreptul de muncă), dar nu a reușit să-și găsească un loc de muncă pe măsura calificării. În acest sens, acesta a decis să acumuleze capital

⁵⁵ Distincția dintre diferitele sfere ale cunoașterii și importanța dimensiunii *practice a cunoașterii* pentru dezvoltarea și succesul unor comportamente de tip antreprenorial este discutată și de Swedberg, 2002 și de Zappia, 2007.

uman viabil în contextul de destinație, respectiv la momentul interviului era aproape de absolvirea unui program de master la Universitatea din Graz.

Resursele de tip social reprezintă un model aparte de analizare a formelor de antreprenoriat pe care imigranții le inițiază în țara de destinație. Astfel, fără să vorbim de enclave etnice sau de antreprenoriat etnic (Portes, 2010: 180), analiza poate să scoată în evidență rolul important pe care diferitele tipuri de rețele l-au avut pentru dezvoltarea unor comportamente antreprenoriale în rândul imigranților care au reprezentat universul acestei cercetări. În acest sens, putem aminti că mulți dintre cei intervieuați în zona Graz datorează atât alegerea Austriei, ca destinație de migrație, cât și găsirea unui prim loc de muncă, sau a unei prime locuințe „legăturilor tari” pe care le aveau cu persoane din această țară. Spre exemplu, la întrebarea dacă a fost ajutat să-și găsească primul loc de muncă din Austria subiectul A răspunde: „*Da. Socrul meu (viitorul). Da, el m-a ajutat și cu job-ul ăsta, și cu următorul după aceea, și cu multe lucruri. Fiind de mult timp aici a știut pe unde să întrebe.*” Un alt subiect întrebat cum a ajuns în Austria răspunde astfel: Subiectul O: *Soția mea are un unchi aici ... are un frate aici. A.C.: Deci, prin intermediul lor?* Subiectul O: *Da, da. Ei sunt tot aici, în zona asta...* și exemplele în acest sens pot continua. Indiferent că vorbim de legături de tip familial (membrii ai familiei extinse erau deja stabiliți în Austria sau unii dintre subiecți s-au căsătorit cu imigranți români din Austria) sau de legături de prietenie, interviurile scot în evidență ideea că fluxul de migrație România-Austria respectă din acest punct de vedere liniile generale ale migrației românești post-decembriste. Întrebarea care se pune este dacă „Se poate construi o carieră de tip antreprenorial pe baza unor astfel de legături sociale?” Răspunsul pe care-l oferim este da. Da, dar este nevoie și de anumite abilități individuale. Portretul pe care l-am construit în prima parte a lucrării pentru antreprenor este acela *de individ capabil să recunoască oportunitățile existente în piață și să ofere răspunsurile cele mai favorabile în scopul obținerii profitului economic de pe urma acestora.* În cazul românilor întâlniți în Austria experiențele de tip antreprenorial conțineau în mod explicit sau tacit și trimiteri la importanța pe care au reprezentat-o formele de capital social sau uman în construirea unei afaceri. Lărgim aria de analiză a comportamentelor antreprenoriale prin prezentarea câtorva cazuri identificate în timpul desfășurării activității de teren. Așa cum am menționat accentul nostru este pus *pe mecanismele și procesele* care fac posibilă transformarea relațiilor și a stocului de cunoaștere în profit de tip antreprenorial.

A. Comportamente antreprenoriale orientate spre piața din țara de destinație

Așa cum am văzut, în general ratele de antreprenariat din rândul populației imigrante sunt mai ridicate decât cele pentru populația nativă. Din acest punct de vedere, putem să distingem între ceea ce se numește autoselectivitatea pozitivă a migrației, respectiv predispoziția mai crescută spre migrație a populației cu calități necesare unei experiențe de tip antreprenorial (Waldinger et al., 1990: 32-33). De asemenea, Hormiga și Bolivar-Cruz (2012: 13-15) nuanțează relația pozitivă dintre experiența de migrație și deschiderea spre asumarea riscului antreprenorial. Perspectiva asumării riscului este mai puțin inhibitoare pentru dezvoltarea comportamentelor de tip antreprenorial în cazul imigranților, iar acest lucru este semnificativ în condițiile în care una dintre principalele piedici în dezvoltarea unei cariere antreprenoriale este „teama de eșec” (Hormiga și Bolívar-Cruz, 2012: 16). Cel puțin un alt aspect merită a fi menționat în cazul experiențelor de tip antreprenorial din rândul imigranților, respectiv deschiderea pe care aceștia o manifestă spre munca suplimentară (Waldinger et al., 1990: 47). Analiza pe care o expunem asupra tipurilor de comportamente antreprenoriale adoptate de migrații români în țara de destinație va fi orientată asupra avantajelor competitive pe care aceștia le percep. În acest sens, vom folosi ca principale exemple cazul subiectului N care deține o mică firmă în domeniul construcțiilor, cazul subiectului M care se ocupă cu vânzarea și cumpărarea autovehiculelor second-hand și cazul subiectului B care intermediază contracte de muncă în agricultură pentru muncitori sezonieri din România.

Dintre tipurile de firme pe care migrații români le-au deschis în țările de destinație probabil cele din domeniul construcțiilor sunt cele mai numeroase. La fel de adevărat este că domeniul în sine este cel în care muncitorii români de sex masculin și-au găsit cel mai ușor de lucru (Sandu, 2010a: 101), iar din acest punct de vedere, considerăm că Austria nu este o excepție. În cazul migraților pe care i-am intervievat în zona Graz există mai mulți care, cel puțin la un moment dat, au trecut prin domeniul construcțiilor. Pentru obiectivul asumat de cercetarea noastră un caz ilustrativ este reprezentat de subiectul N.

Pe scurt, povestea acestuia este o istorie ce poate fi relatată cu ușurință în termenii de referință din domeniul antreprenoriatului. În acest sens, trebuie să menționăm că subiectul N a avut încă din perioada când locuia în România o serie de activități antreprenoriale, iar dintre acestea putem menționa deschiderea unei spălătorii auto, comerțul cu autovehicule la mâna a

doua (pe care le aducea din străinătate și le vindea în țară). De asemenea, ocupația în sine de polițist rutier reprezenta, la momentul respectiv, un tip de slujbă care nu te obliga să te mărginești exclusiv la veniturile salariale, totodată reprezentând o modalitate de cunoaștere și asumare a riscurilor. Acest caz este interesant pentru că subiectul a deprins cunostințele tehnice necesare în țara de destinație, iar ceea ce a transferat a fost experiența antreprenorială⁵⁶, respectiv capacitatea de a sesiza oportunitățile existente în piață și de a căuta să obțină profit economic din exploatarea acestora. Așa cum arată și Casson et al. (2010: 5), experiența de tip antreprenorial nu poate apărea doar din cunoașterea de tip tehnic (legată de Casson cu procesul de producere al bunurilor), ci aceasta este mai degrabă rezultatul unei combinații de cunoaștere tehnică și cunoaștere a pieței, respectiv a cererii și a ofertei existente. După ce a lucrat 3 ani într-o firmă de construcții unde a beneficiat de mai multe cursuri de limba germană și de calificare profesională plătite de firmă (și a ajuns șef de șantier), acesta a decis să-și deschidă propria firmă în acest domeniu. A început cu o singură lucrare de reparare a unui acoperiș și apoi s-a extins treptat, astfel încât la momentul realizării interviului putea contracta lucrări pentru „a construi o casă de la zero și a o preda la cheie”. Întreaga perioadă a preferat să lucreze (în principal) cu muncitori imigranți din România și din Republica Moldova, iar motivația expusă de el pentru acest lucru este că aceștia sunt mai serioși și mai muncitori. Pentru a vedea cum l-a ajutat experiența sa antreprenorială din țara de origine redau un scurt extras din interviul cu acesta: *„Eu aveam firmă din România și știam cum funcționează și trebuia să intru pe rețele, ca în România, trebuia să îți faci cunoscuți. De exemplu, în ziua de astăzi nu există zi să nu fii sunat pentru a face ofertă sau ceva, dar la început când nu mă cunoșteau a trebuit să intru pe piață. Am început cu anumite magazine care vând materiale de construcții, am început să intru în contact și făceam schimb, eu îi duceam clientul care cumpăra materiale și el îmi dădea clientul lui care cumpăra materiale să îi fac munca. După un an am trecut de la acoperișuri și la atele.”* În acest caz vorbim exact de acel tip de „învățare” prin prezența în piață (Kirzner, 1973; Kirzner, 1990-c), respectiv de procesul prin care antreprenorul învață care sunt mecanismele pieței și ce trebuie să facă pentru a obține profit din modul în care piața funcționează. Firma s-a dezvoltat treptat doar pe baza profitului obținut din lucrările contractate, iar nivelul maxim pe care a ajuns să-l aibă a fost de 30

⁵⁶ „Antreprenoriatul poate fi considerat ca una dintre componentele capitalului uman. Aceasta este o abilitate care poate fi asociată prelucrării informațiilor. Nu este abilitatea managerială de rutină privind luarea deciziilor în conformitate cu procedurile, ci mai degrabă abilitatea de a judeca ce ar trebui să fie aceste proceduri. De asemenea, este abilitatea implicată în luarea deciziilor în situații de afaceri neașteptate unde procedurile obișnuite nu se aplică.” (Casson et al., 2010: 15; italice adăugate).

de angajați. Perioada de criză și alte evoluții din piață a făcut ca la momentul realizării interviului acesta să reducă numărul personalului la aproximativ 10 persoane. În momentul de față se consideră cel mai competent om din firmă, iar implicarea sa este pe toate aspectele derulării unui contract. Pe lângă negocierea contractelor și gestionarea treburilor firmei acesta afirmă că *”toate măsurătorile le fac numai eu, toate desenele, șantierul, scările, cofrajul îl desenez eu, fac acasă pe computer.* - (A.C) *De unde ați dobândit aceste competențe? Subiectul N: În timp, făcând și furând meseria. De abia aștept să vină dimineața, să mă duc la lucru, îmi place ceea ce fac și pe banda asta funcționează bine, niciodată nu sunt prea obosit ca să fac lucrul ăsta.”* O astfel de atitudine față de muncă, combinată cu o experiență antreprenorială anterioară și cu beneficiile oferite de capitalul social folosit pentru a angaja muncitori din România și Republica Moldova pare să fie o rețetă care să-i asigure succesul de piață unui antreprenor român în Austria.

În cazul practicilor antreprenoriale în țara de destinație este util să remarcăm importanța pe care o au stocurile de capital uman ale indivizilor (Levie, 2007: 145-1446). În acest sens, așa cum am menționat deja, ceea ce contează cel mai mult ține de acele cunoștințe sau capacități tehnice pe care individul le-a putut transfera în țara de destinație. Pentru ilustrarea acestui tip de inițiativă antreprenorială vom face referire la subiectul G. În cazul acestuia, ceea ce putem aduce în discuție este dorința de a deschide un service auto în țara de destinație. Cunoștințele tehnice din acest domeniu le-a dobândit în principal prin calificare la locul de muncă în România, Spania și Austria. Puținelor cunoștințe tehnice deprinse în școala de tinichigerie auto (pe care a abandonat-o în clasa a X-a), li se adaugă o perioadă de muncă într-un service auto și una de șofer profesionist, ceea ce poate reprezenta un important avantaj competitiv pentru inițierea unei afaceri în domeniu (Labrianidis și Hatziprokopiou, 2010: 205). La momentul interviului acesta renunțase la locul de muncă dintr-o fabrică și dorea să investească timpul în care beneficia de șomaj în perfecționarea limbii germane pentru a încerca mai apoi să-și deschidă un mic service auto. Intervalul temporal în care acest lucru urma să se întâmple nu era clar definit, în principal datorită lipsei resurselor economice necesare unui astfel de inițiativă (spațiile pe care acesta le-a vizionat în acest sens i se păreau prea scumpe). Din discuțiile purtate cu el acesta pare mai înclinat ca pentru moment să investească mai mult timp în cumpărarea și revinderea mașinilor în interiorul pieței austriece.

Subiectul M este implicat de mai mulți ani într-o activitate de cumpărare, recondiționare și vindere de autovehicule. Afacerea nu a necesitat investiții economice majore și pare să fie mai aproape de ceea ce Stoica (2004) într-o analiză asupra tipurilor de cariere antreprenoriale dezvoltate în România postsocialistă numea ”antreprenoriat part-time”. Cu toate că acesta afirmă că acest tip de afaceri i-a adus foarte mulți bani de-a lungul timpului, el nu a dorit să o transforme în principala sa activitate păstrându-și în permanență și locul de muncă pe care-l are la o fabrică. Firma pe care o are înregistrată din 2006 îi permitea să și exporte mașinile spre România, dar în ultimii ani, acesta se rezumă (cu mici excepții) la a cumpăra din Austria și a vinde tot în Austria. Schimbă informații utile în mod constant cu doi parteneri care fac același tip de afaceri, unul este de origine maghiară, iar celălalt de origine nigeriană. Găsesc interesant modul în care subiectul vorbește despre acest tip de afacere: Subiectul M *„Deci trebuie să ai în toate problemele relații, cunoștiințe, că nu faci nimic fără ele, n-ai cum... relații în vânzare, relații în cumpărare, deci am și la asigurare un prieten, dacă vine cineva cu o mașină și și-o șterge, își cumpără mașini noi atunci ăla imediat mă sună, eu bineînțeles îi dau banul, îi dau 100 de euro... Deci viața asta e o luptă, o continuă luptă, tot te zbați, te zbați...”* Conștientizarea importanței resurselor de tip social îi asigură acestuia obținerea profitului. Antreprenorul prezentat în acest caz reușește să folosească rețelele pe care le-a construit de-a lungul timpului pentru a obține informație de calitate și astfel să se poziționeze într-o poziție de piață privilegiată (Granovetter, 2001: 450).

Cazurile de migranți români care au investit sau sunt dispuși să investească în comportamente antreprenoriale orientate spre mediul de afaceri din țara gazdă, ne arată că acest lucru este posibil. Faptul că aceștia nu dispun de resurse economice semnificative este atenuat de disponibilitatea lor pentru a lucra în medie mai mult decât un nativ și de a utiliza tipuri de resurse încadrabile în zona capitalului uman și social. Toate cazurile prezentate par să aibă ca element comun conștientizarea avantajului competitiv pe care individul îl poate avea pentru desfășurarea unor activități de tip antreprenorial. În acest sens putem aminti cunoștințele tehnice, conștientizarea importanței rețelelor sociale pentru dezvoltarea unei afaceri, precum și cunoașterea modului în care funcționează un tip specific de mediu economic.

B. Comportamente antreprenoriale orientate spre țara de origine

Un alt tip de investiții antreprenoriale pe care-l putem ilustra pe baza cercetării de teren este cel al persoanelor care locuiesc în Austria și care nu intenționează să se întoarcă prea curând

în România, dar aleg să investescă în țara de origine. Din acest punct de vedere, trebuie să diferențiem între ceea ce este investiție locativă pe termen lung și ceea ce putem eticheta drept investiție de tip antreprenorial. Astfel, renovarea unei case cumpărate sau moștenite și păstrarea acesteia în afara circuitului comercial, respectiv pentru petrecerea vacanțelor din România este unul dintre cazurile care pot fi încadrate în prima categorie (subiecții L și M se află în această situație, respectiv au păstrat și renovat locuințele din țară fără a avea un scop comercial). În schimb, achiziționarea unui apartament și închirierea acestuia considerăm că reprezintă un tip de investiție de tip antreprenorial. Redau mai jos un scurt extras dintr-un dialog pe care l-am purtat cu unul dintre migrații români din Austria:

”Subiect O: Pe bani strânși am luat un apartament împreună cu mama soacră.

A.C.: Unde?

Subiect O.: În Petroșani. A costat 20 000 de euro. 10 000 i-am pus eu și 10 000 mama soacră.

A.C.: Cu ce gând l-ați cumpărat?

Subiect O: Am zis că bag chiriași, că unchiul meu are 4 garsoniere și un apartament.

A.C.: El este aici și are apartamentele închiriate în România?

Subiect O: Da, el este aici și primește din chiriiile din România aproape 1000 euro lunar. Are 4 garsoniere și un apartament în Petroșani.”

Ceea ce ilustrează acest dialog nu este o activitate antreprenorială ce ține de sesizarea unei oportunități de piață și de extragerea profitului din aceasta; mai degrabă, în acest caz putem discuta despre transmiterea unor modele de comportament investițional sau ceea ce în termenii lui Hedström (1998: 307) am putea descrie prin sintagma „imitare rațională”, respectiv acel tip de comportament ”bazat pe convingeri construite prin observarea alegerilor făcute de alții”. De multe ori migrații consideră investițiile imobiliare ca fiind cea mai sigură metodă de economisire. Alegerea țării de origine ca loc de investire a banilor economisiți ține în principal de capacitatea redusă de investire a migraților, în condițiile în care sumele de care aceștia dispun nu le pot asigura accesul pe piața bunurilor imobiliare din țara de destinație. În cazul prezentat anterior, *subiectul O* copiază modelul de succes al unchiului său și investește banii în România. Achiziționarea apartamentului exclusiv în scopuri comerciale ce ține de închirierea acestuia poate fi un tip de comportament antreprenorial.

Un caz aparte de antreprenoriat orientat spre țara de origine este cel al subiectului M. Dintre comportamentele antreprenoriale pe care acesta le-a menționat în timpul interviului este și

deschiderea unei mori într-una din localitățile de lângă Timișoara. Acesta spune că a reușit să convingă doi cunoscuți pentru care a intermediat anterior cumpărarea unor camioane din Austria să investească împreună în cumpărarea unei mori. Ideea a fost a acestuia, dar faptul că în acea perioadă achiziționase o casă l-a împiedicat să participe cu o treime din banii necesari inițierii unei astfel de afaceri. El a dorit să se implice, dar după un timp și-a dat seama că „nu poate să țină pasul” așa că a lăsat întreaga responsabilitate pe partenerii lui care trăiau în Timișoara. În anul 2008, când aceștia au vândut moara Subiectul M a primit partea corespunzătoare investiției inițiale, respectiv suma cu care a contribuit la care s-a adăugat profitul rezultat din vinderea afacerii într-unul dintre anii economici relativ buni pentru România. Întrebat dacă a mai analizat de-a lungul timpului și alte tipuri de afaceri orientate spre România acesta mi-a relatat următoarea situație *”Acum să îți spun sincer, am fost un om foarte cumsecade, am studiat multe, am și îmbătrânit acum, dar înainte aveam în cap tot felul de idei, tot felul, din ce se poate scoate bani, am vrut să fac, am uitat să îți spun, găsisem tot, mașina, tot, de făcut plicuri cu geamuri că în România înainte nu erau plicuri cu geamuri, erau numai plicuri normale. După 90' mi-a venit mie o dată așa ideea că... la multe lucruri m-am gândit, m-am gândit la etichete din-alea de sticle de băutură să fac în România dar nu aveam posibilitatea, deci îți trebuiau bani mulți și nu aveam. Deci găsisem asta, mașina asta era la o fabrică și era în jur de 200 000 de șilingi și era un director foarte cumsecade și i-am zis eu nu am bani acum, dar îți plătesc lunar și a zis ok, să o montăm în România. M-a întrebat dacă am spațiu și i-am zis că da, sigur că am, și peste câțva timp când a fost treaba să o mutăm, directorul nu a mai fost, a murit, a avut nu știu ce boală și a murit. Era totul fixat, tot, tot, trebuia să fie așa o dată să mă duc să o iau și am sunat, am sunat acolo la firmă, și era o persoană, și întreb eu dar unde-i directorul, că nu mai știam cum îl chema, și zice, nu mai e, a fost bolnav și e decedat. Și am întrebat de mașină și au zis că nu au mai vândut nimic.”* Ambele situații pe care le-am prezentat legate de subiectul M, cât și situația descrisă pentru investiția realizată de subiectul O (și a unchiului acestuia) pot fi exemple de tipuri de activități antreprenoriale orientate spre țara de origine. Cunoașterea pe care individul o are asupra mediului de afaceri din România poate duce la situația în care aceștia să folosească resursele de capital economic, uman și social pe care le dețin pentru a realiza investiții în țara de origine. Nu intenția de reîntoarcere este cea care-i motivează să investească, ci mai degrabă recunoașterea unor oportunități sau preluarea unor modele de comportament antreprenorial a căror viabilitate este deja testată în cazul altor migranți români.

C. Comportamente antreprenoriale transnaționale

În cazul nostru transnaționalismul presupune capacitatea de a lega țara de origine de cea de destinație. În acest sens poate să fie util apelul la conceptul de transnaționalism, acesta permite cercetătorului să scoată în evidență că există migranți a căror viață trece dincolo de granițele unui stat și nu poate fi înțeleasă decât prin apelul la două sau mai multe societăți (Schiller et al., 1995: 54). Pornind de la cercetarea de teren putem vedea că unul dintre tipurile de antreprenoriat în care formele de capital social joacă un rol deosebit de important este cel de intermediere a contractelor de muncă dintre angajatorii din țara de destinație și persoane din țara de origine. Spre exemplificare subiectul B a fost una dintre persoanele care a vorbit cel mai deschis asupra tipurilor de afaceri pe care le-a făcut de-a lungul timpului, iar în discursul acestuia revenea constant importanța pe care o avea faptul că el cunoaște oameni peste tot, ceea ce ne duce cu gândul la importanța atribuită de Granovetter (1983) „legăturilor slabe”. Plecat din țară singur în jurul anului 1990 acesta a avut mai multe experiențe ce pot fi etichetate ca fiind antreprenoriale. Potrivit propriilor relatări a avut o firmă prin care importa în România bunuri de folosință îndelungată din diferite țări europene. Resursa pe care a considerat-o cea mai importantă pentru funcționarea firmei este etichetabilă ca fiind de natură socială și ținea de capacitatea lui de a menține legături utile cu persoane din posturi cheie atât în ceea ce privește aprovizionarea cu bunuri, cât și în ceea ce privește comercializarea ulterioară a acestora. O altă activitate a acestuia cu caracter antreprenorial este intermedierea unor slujbe de sezonieri în agricultură pentru persoane din România (activități similare sunt semnalate de Ban (2009). Acesta nu dorește să asocieze practica sa cu una de tip intermediere motivată economic accentuând în timpul discursului caracterul social al activității sale; referindu-se la una dintre activitățile sale de intermediere subiectul B spune: *„Am avut anul trecut 8 studenți de la Iași. Am cunoscut unul și m-a întrebat dacă nu pot să mai aduc colegi, că unul este necăjit și așa... Și am fost foarte mulțumit, au muncit săracii. Au fost care au stat 6 săptămâni care au mers și cu 2000 de euro acasă, după ce și-au plătit mâncarea, că pâinea, apa și cazarea... Aceștia au venit cu remorca cu cartofi, cu toate din România și nu prea au cumpărat. Și au fost mulțumiți. Nu? 2000 de euro ca student. (...) Dar au zis că ei se descurcă tot anul și m-au rugat la anul să îi aduc din nou. Dar eu îi aduc pentru că au fost foarte harnici. Tineri, 23, 24, 19 ani, voinici, înalți. La zmeură nu prea iau sub 1.75, știi, că e sus pe gard ridicat. Au și muncit, nici nu a fost nicio discuție. Ți-am spus, în timpul ăsta sunt asigurați. La negru eu nu aduc pe nimeni.”* După

propriile spuse, activitatea sa de intermediere a început cu mai mulți ani în urmă și se bazează pe relația bună pe care a dezvoltat-o cu fermierii austrieci din zonă. Multă vreme fermierii au apelat la muncitori sezonieri unguri sau sloveni, dar de când pot angaja legal muncitori români aceștia sunt preferați pentru că lucrează pe bani mai puțini decât ungurii sau slovenii și în plus nu fac naveta, lucru care se întâmpla în cazul celor din urmă (Slovenia fiind la mai puțin de o oră de mers cu trenul). După spusele lui, rolul său este foarte important pentru că mulți dintre cei care vin și lucrează ca sezonieri în agricultură nu cunosc deloc limba germană și trebuie nu doar să-i pună în legătură cu fermierul, ci atunci când vin pentru prima dată, trebuie să le explice câteva dintre aspectele referitoare la munca lor. De asemenea, prin intermediul numeroaselor contacte pe care le are în țară el se asigură că oamenii pe care îi aduce îndeplinesc condițiile optime de seriozitate și hărnicie.

Spre deosebire de cazul prezentat anterior, Subiectul L asumă motivația economică din spatele intermedierei de contracte de muncă pe care a desfășurat-o printr-o firmă înregistrată în România (aceasta a fost închisă în momentul în care s-a despărțit de partenerul austriac de viață care îi era și partenerul de afaceri). În acest caz, firma exista la momentul în care subiectul L s-a implicat în vederea identificării de muncitori români dispuși să lucreze în Austria în domeniul construcțiilor. Modalitatea în care aceștia erau aleși este descrisă de subiect astfel: *"aveam anunțuri în toate ziarele din țară, aveam o bază de date în România, eu mă ocupam de ea, oamenii ne sunau, depuneau un CV, actele, și când aveam nevoie pentru un contract de aici de exemplu de 10 sudori, atunci mă uitam în baza de date, îi alegeam și dădeau o probă."* În momentul în care cei doi parteneri s-au despărțit firma a fost închisă pentru că niciunul nu putea suplini ceea ce oferea celălalt. Partenerul austriac își aducea contribuția în ceea ce privea identificarea și negocierea lucrărilor, în timp ce partenerul român facilita accesul la forța de muncă mai ieftină. În momentul de față, Subiectul L este implicat într-o nouă firmă cu un alt partener austriac, firmă care se ocupă cu comercializarea hainelor. De fapt, cele două femei cumpără haine din Italia (uneori și din Ungaria) pe care le vând apoi pe baza unei rețele de cunoștințe construite în timp de partenerul austriac.

Mai mult decât în cazul celorlalte tipuri de antreprenoriat, cel transnațional accentuează importanța capitalului social pe care individul îl deține. Cazurile specifice prezentate cu titlu ilustrativ în această secțiune ne arată că una dintre principalele calități ale antreprenorului

transnațional poate să fie conectarea la rețele, respectiv rolul de intermediar pe care acesta îl poate asuma, iar acest lucru este conform cu rolul atribuit de White (1990: 90) percepției oportunităților existente în piețe diferite.

IV. 5 Elemente inhibitoare pentru practicile de tip antreprenorial în cazul migranților români din zona Graz

A. Elemente inhibitoare în ceea ce privește investițiile antreprenoriale în Austria

Dintre principalele bariere percepute ca fiind demotivante pentru practicarea legală a comportamentelor de tip antreprenorial poate fi scos în evidență nivelul ridicat al taxelor pe care firmele din Austria trebuie să le plătească. Din acest punct de vedere din interviurile realizate poate fi scos în evidență costul cu forța de muncă. Unul dintre subiecții care a avut anterior firmă și în România, iar în momentul de față are o firmă în Graz care activează în domeniul construcțiilor este destul de categoric referitor la acest aspect: Subiect N - „*Nici o țară din Europa nu are atâtea taxe și impozite pe o firmă, este foarte greu. După aceea, noi în construcții mai avem o taxă de concediu, deci trebuie să plătesc în jur de 900 de euro pe om plus cartea de sănătate... Dacă un om câștigă 1300 de euro la șantier, eu plătesc 4000 de euro. Niciunde în Europa nu găsești așa ceva, peste tot e cam dublu, omul primește 1000 patronul plătește 2000, dar aici e de 3 ori.*” Pe de o parte, statul austriac are un nivel ridicat de asistență pentru reintegrarea în muncă a persoanelor care își pierd locul de muncă, iar pe de altă parte, avem un nivel ridicat de impozitare a veniturilor provenite din activități comerciale. În aceste condiții perspectiva unei cariere de tip antreprenorial poate fi privită cu reticiență de către migranții români. În cuvintele aceluiași subiect N: „*Firmele au cea mai grea viață, iar muncitorii au cea mai bună viață din Europa. Au 15 salarii pe an și o grămadă de facilități, dacă nu au de lucru, pot să stea 6 luni- un an de zile acasă și primesc bani. Nu există țară în lume cu atâtea favoruri pe care le au muncitorii aici(...)*”

B. Elemente inhibitoare în ceea ce privește investițiile antreprenoriale orientate spre România

Readucând în discuție dimensiunea „practică” a cunoașterii (detaliată în capitolul referitor la Școala de economie austriacă) de tip antreprenorial am putea spune că aceasta este una dintre modalitățile în care ne putem uita la reticența persoanelor care trăiesc în Austria referitor la deschiderea unei afaceri în România. Imposibilitatea de a avea acces direct la informațiile din piață generează condiții favorabile dezvoltării suspiciunii și neîncrederii, iar

încrederea⁵⁷ este una dintre premisele necesare funcționării unei afaceri. În acest sens, în cazul antreprenoriatului una dintre cele mai mari surse ale incertitudinii este plasată la nivelul informațiilor obținute de la alte persoane (Casson et al., 2010: 10). Teama de a fi înșelat pare să fie mai ridicată în momentul în care locuiești la distanță și nu poți avea un control direct asupra afacerii pe care dorești să o dezvolți. Întrebat dacă s-a gândit să dezvolte o afacere în România unul dintre subiecți îmi povestește experiența pe care a trăit-o prietenul său când a luat o astfel de decizie: Subiectul C. (...) *Am avut un prieten care a început câteva afaceri în România și niciuna nu a mers (...) I-a luat banii, a dispărut, adică a falimentat firma. A fost șantajat, el a pus suma și a început firma, firma a început să meargă bine, și după un timp verișoara lui i-a falimentat firma și a trecut-o pe numele altuia și el a pierdut toți banii pe care i-a avut atunci, și atunci era o sumă bună ... să ai 50000 de euro, să îi investești în ceva și să vezi că totul s-a dus pe râpă și nu mai ai nimic. Și-atunci ne-am dat seama, zic, băi, uite zic, să știi, și eu oricum nu puteam să merg acolo, m-am gândit că eu dacă începusem, aveam loc de muncă (...).*” Complementar, ne putem uita la modul categoric în care răspunde un alt subiect la întrebarea referitoare la posibilitatea dezvoltării unei afaceri în România, în condițiile în care ar continua să locuiască în Austria (acesta este unul dintre subiecții care au spus că și-au dorit acest lucru la un moment dat în trecut): Subiect N.: *„Nu, nu, nu, așa ceva nu există. Ca să pui o firmă pe picioare trebuie să fii implicat.”* Aceste scurte exemple sunt ilustrative pentru modul în care construirea unei afaceri în țara de origine necesită reîntoarcerea migrantului aici. Investirea economiilor într-un loc îndepărtat (chiar dacă migrantul are un nivel de cunoaștere ridicat asupra acestuia) este văzută ca fiind neviabilă. De asemenea, așa cum am mai menționat de-a lungul acestei lucrări persoanele plecate și cele rămase acasă se schimbă în paralel și nu împreună (Schütz, 1945), iar din acest punct de vedere nici chiar mijloacele actuale de comunicare nu reușesc să păstreze intact gradul de intimitate al acestor relații. (Moroșanu (2013) exemplifică aceste aspecte pornind de la o cercetare recentă asupra migranților români din Londra. Astfel, chiar dacă migrantul ar identifica unele oportunități de afaceri în țara de origine adaptarea „strategiei de viață” în funcție de acestea este văzută cel mult ca un proiect pe termen lung. În cele mai multe cazuri individul trebuie să

⁵⁷ În acest caz, vorbim de încrederea în reușită și în corectitudinea jocului, vorbim de încrederea în colaboratorii potențiali, vorbim de încrederea în instituțiile care controlează dezvoltarea unei piețe economice. Din interviurile realizate cu migranții români poate fi scoasă în evidență neîncrederea acestora în modul în care mediul de afaceri din România funcționează, iar din acest punct de vedere este puțin probabil ca o persoană care se află la o primă experiență de tipa antreprenorial să opteze pentru a deschide o afacere într-un mediu economic asupra căruia nu poate avea decât o cunoaștere mediată. Așa cum am exemplificat deja în cazul investițiilor de tip locativ sau imobiliar lucrurile pot avea nuanțe diferite.

fie dispus la o relocare în țara de origine, iar acest lucru devine o variantă mult prea costisitoare în momentul în care familia sa a atins un anumit grad de integrare în societatea gazdă (obținerea dreptului de muncă, contractarea unui credit imobiliar, înscrierea copiilor la școlile locale etc.).

Un alt registru de motivații inhibitoare pentru inițierea unei afaceri în România ține de modul în care este percepută funcționarea micilor afaceri din România. Discuția asupra acestei tematici poate fi deschisă cu un scurt extras din discursul Subiectului N, respectiv motivația expusă de acesta pentru renunțarea la o inițiativă de a deschide o afacere în România: „(...) *nu funcționează sistemul, deci aici sistemul e foarte bine pus la punct. De exemplu, relația dintre client-patron-vânzător de materiale. În România nu funcționează. Deci eu sunt patronul, tu clientul, avem o relație de muncă, tu ești mulțumit, îmi dai banul, perfect. În România, clientul se gândește: muncă cât mai repede. După aceea, relația dintre patron și vânzătorul de materiale, tu ești patronul, eu sunt vânzătorul, tu ai nevoie de beton mâine la ora 3, eu sunt cel care-l livrează, mâine la 3 fără 5 vin cu materialul la tine, nu există abatere. În România poate să vină săptămâna următoare cu materialul. Am prieteni care au firme în România, deci sunt bine informat.*” Acest tip de relatare ne conduce spre teme ce țin de modul de îndeplinire a obligațiilor contractuale (sau nu), precum și la aspecte de etică a muncii, iar din acest punct de vedere au existat numeroase pasaje ale interviurilor realizate cu migranții români din Austria în care aceștia semnalau existența unor diferențe majore între țara de origine și țara gazdă. Imaginea austriacului pe care o putem reconstrui din interviurile realizate cu migranții români, poate fi redată prin termeni ca: *disciplină* (Subiect C), *conștiinciozitate* (Subiect F), *hărnicie* (Subiect G), *responsabilitate* (Subiect L) etc. Trebuie să menționăm că o astfel de descriere poate să fie distorsionată, dar ceea ce contează ține de modul în care migranții români percep trăsăturile societății în care trăiesc acum. Faptul că o mare parte dintre subiecți menționează eforturile pe care migranții români le fac pentru a se adapta acestui stil de muncă este unul important. Acest lucru este un argument în plus pentru cei care susțin că experiența de migrație schimbă atitudinile și comportamente individuale, iar individul cu experiență de migrație - fie că este încă în țara de destinație, sau s-a întors în țara de origine - are caracteristici definitorii diferite de cel care nu are o astfel de experiență personală sau la nivelul familiei din care face parte (Sandu, 2010b). Un alt aspect ce merită menționat ține de faptul că aceste schimbări sunt rezultatul combinației dintre *influența manifestată de către societatea gazdă* prin diferite mecanisme integratoare/asimilatoare și *dorința individuală a migrantului*.

Ultimul dintre aspectele pe care le propunem spre reflecție în această secțiune poate fi asociat modalității în care este percepută funcționarea instituțiilor statului. Diferența dintre cele două țări este considerabilă, iar după estimarea Subiectului F: „(...)instituțiile publice din Austria sunt ... cum s-ar spune, în fața României cu 30-40 de ani, asta e diferența care pe mine m-a deranjat când am plecat și mă deranjează și la ora actuală.” Acesta este un argument în plus pentru susținerea poziției potrivit căreia migrații români nu se vor întoarce în România până când nu vor avea instituții care să funcționeze la un nivel mai apropiat de cel din țările în care trăiesc . Această situație pare să aibă un grad ridicat de similaritate cu cea descrisă de Sandu (2010a: 119) pentru comunitățile cercetate în zona Madridului: „pleacă din țară pentru bani care să le permită un consum superior, dar se întorc nu numai dacă au banii pe care și-i doresc, ci și dacă percep că mediul instituțional de viață devine comparabil cu cel din țara mai dezvoltată în care au trăit o perioadă”. Tendințele antreprenoriale orientate spre România (și câștigul potențial asociat acestora) trec într-un plan secundar în momentul în care migrantul analizează tipul de societate în care și-ar dori să trăiască el și familia sa. De fapt, acest tip de argumentare este folosit de multe ori de migrații pentru a explica motivele pentru care rămân în Austria chiar și în momentul în care banii economisiți le-ar putea asigura un trai decent în cazul unei eventuale întoarceri în România.

Discuție asupra capitolului

Această parte a lucrării a avut rolul de a concentra analiza asupra uneia dintre destinațiile semnificative în ceea ce privește migrația românească din perioada postsocialistă. Fără a insista foarte mult asupra contextului de destinație, cercetarea a urmărit să schițeze tușele esențiale în care s-a consolidat migrația românească spre Austria. Este util a remarca gradul ridicat al concentrării geografice a populației cu origine română care locuiește în Austria și importanța deosebită pe care o au Viena și landul Steiermark. Din punct de vedere al asimilării economice, respectiv al nivelului la care se află diferențele de câștiguri dintre imigranți și populația nativă am putea afirma că populația cu origine etnică română nu este complet asimilată. Așa cum am menționat, faptul că o persoană cu cetățenie română câștigă în medie 80% din ceea ce câștigă o persoană cu cetățenie austriacă, face ca aceasta să se poziționeze la un nivel mediu în această ierarhie. În plus, în perioada 2005-2010 tendința a fost de accentuare a diferențelor de salarizare

existente între persoanele cu cetățenie austriacă și cele care lucrează în Austria, dar au cetățenia unei alte țări.

Analiza asupra dezvoltării comportamentelor de tip antreprenorial în rândul migranților români din zona Graz (Steiermark) a fost condusă pe două dimensiuni principale, în funcție de caracterul facilitator sau inhibitor care poate fi atribuit experienței de migrație. Tipurile de comportamente antreprenoriale construite și ilustrate țin, în principal, de orientarea activităților spre țara de destinație, țara de origine sau spre ambele țări. În cazul mecanismelor facilitatoare pentru adoptarea unei cariere de tip antreprenorial am amintit anumite tipuri specifice de capital uman, păstrarea unor legături în țara de origine, dar și capacitatea unor indivizi de a lega două contexte de piață diferite (cel românesc și cel austriac). În ceea ce privește elementele considerate inhibitoare pentru inițierea unei activități de tip antreprenorial am realizat o distincție între cele care caracterizează contextul de destinație și cele care decurg din situația de migrant (în acest caz am scos în evidență dificultățile percepute de migranții români care au intenționat să deschidă afaceri). Pe de o parte, în cazul inițierii unei activități antreprenoriale la destinație principala piedică este identificată la nivelul fiscalității ridicate, iar pe de altă parte costurile necesare asigurării intrării și menținerii pe piață sunt văzute ca fiind dificil de acoperit. Situația inițierii unei activități antreprenoriale în România poate fi descrisă în termeni diferiți. Principalele aspecte inhibitoare fiind plasate la nivelul lipsei de încredere în posibili parteneri de afaceri, la nivelul scăzut de satisfacție referitor la modul în care instituțiile din România funcționează și, nu în ultimul rând, aceste dificultăți pot fi asociate imposibilității de a conduce o afacere prin corespondență. Faptul că, pentru a avea o afacere proprie, migrantul ar trebui să se întoarcă în România, este văzut ca fiind un cost prea ridicat în momentul în care acesta ajunge să fie integrat în societatea austriacă.

Analizarea comportamentelor antreprenoriale ale migranților români din zona Graz ne arată că o deplasarea a accentului dinspre formele de capital economic spre cele de capital uman și social, poate să fie una corectă. Capitalul economic folosit pentru inițierea comportamentelor antreprenoriale provine în general din economii individuale sau familiale ceea ce are un anumit grad de similaritate cu alte rezultate obținute în cercetările asupra migrației și antreprenoriatului (Labrianidis și Hatziprokopiou, 2010: 204). În anumite condiții specifice se pot construi cariere antreprenoriale prin specularea stocurilor de capital uman sau social pe care migrantul le are la

dispoziție. În conformitate cu cadrul teoretic folosit pentru construirea acestei lucrări și cu evidențele empirice rezultate din cercetarea de teren, se pot contura două ipoteze referitoare la relația dintre antreprenoriat și migrație: (1) *dacă individul deține forme de capital uman a căror convertibilitate se poate face în noul context de destinație, atunci este mai probabilă apariția comportamentelor antreprenoriale orientate spre destinație;* (2) *dacă individul deține un stoc ridicat de capital social în țara de origine, atunci propensiunea acestuia către comportamente antreprenoriale transnaționale este mai ridicată.* Considerăm că testarea acestor ipoteze poate fi făcută pe baza unor eșantioane reprezentative de migranți cu comportamente antreprenoriale, iar validarea acestora ar putea aduce un plus de cunoaștere în aprofundarea relației dintre migrație și antreprenoriat.

Rvenind la tipurile de antreprenori construite în capitolele referitoare la Schumpeter și la Școala Austriacă de Economie, ne putem pune întrebarea de care dintre acestea este mai apropiat migrantul român cu comportament antreprenorial. Răspunsul nu este unul simplu și cu siguranță nu poate fi construit în termeni categorici. Pe de o parte, situația în sine de migrant conține un puternic potențial de inovare pentru că individul cunoaște contexte de piață diferite, iar orice transfer a unor tipuri de practici dinspre un context de piață spre celălalt îndeplinește cerința schumpeteriană fundamentală pentru definirea antreprenorului. În plus, capacitatea demonstrată de unii migranți români în ceea ce privește recombinația diferitelor stocuri de capital pentru construirea unei cariere antreprenoriale, poate fi descrisă de metafora schumpeteriană de „combinații noi”. Pe de altă parte, putem aduce în discuție principalele caracteristici scoase în evidență de reprezentanții „Austrian economics” pentru definirea antreprenorului, respectiv capacitatea individului de a se adapta constant la cerințele pieței și capacitatea acestuia de a învăța prin prezența în piață. Aceste două trăsături ne aduc puțin mai aproape de un portret al migrantului român cu experiență de migrație. Fără a dispune de mari resurse economice, singura soluție pentru ca acesta să intre și mai ales să reziste pe piață pare să decurgă din capacitatea de adaptare pe care acesta o manifestă. O astfel de discuție intră doar parțial în opoziție cu ceea ce afirmă Sandu (2010a: 189): „dacă lucrul în străinătate contribuie la adoptarea unor valori de tip antreprenorial, aceasta se întâmplă mai ales indirect, ca efect al sporirii resurselor materiale ale persoanei, și nu direct, prin simplul fapt de a fi trăit o perioadă în afara țării”. Ceea ce poate fi adevărat în cazul analizei relației dintre migrație și antreprenoriat pentru persoanele întoarse în țara de origine, poate fi privit altfel în contextul țării de destinație unde se poate observa că

sporirea stocului de capital material trece într-un plan secund, iar ceea ce contează este capacitatea individului de a suplini prin capital uman și social dezavantajul pe care-l are față de antreprenorii locali care dispun adesea de resurse economice superioare.

V. Importanța destinației în analizarea antreprenoriatului migranților români

Introducere

Această secțiune a lucrării creionează o imagine asupra câtorva dintre principalele țări de destinație pentru migranții români. Astfel, demersul nostru începe printr-o prezentare concisă a câtorva dintre aspectele definitorii pentru populația cu cetățenie română cu rezidență în Germania, Italia, Spania și Marea Britanie. Anterior am prezentat în detaliu și situația românilor din Austria (vezi capitolul IV). Conform statisticilor oficiale, în anul 2013, aceste destinații însumau aproximativ 2,100,000 cetățeni români (tabelul 10). Propunem o scurtă analiză longitudinală a datelor pentru a putea vedea modul în care fiecare dintre aceste fluxuri a evoluat de-a lungul timpului și mai ales pentru a evidenția schimbările apărute în timpul crizei economice începute în anul 2008. În acest sens, stabilim ca principale repere temporale anii 2003, 2008 și 2013, iar ca metodă vom folosi raportul de creștere pentru fiecare dintre intervalele cuprinse între acești ani, respectiv perioada 2003-2008, perioada 2009-2013 și intervalul de 10 ani cuprins între 2003 și 2013. Este evidentă atractivitatea pe care au manifestat-o Italia și Spania în perioada 2003-2008. Ambele destinații aveau un număr semnificativ de români în anul 2003 (aproximativ 100,000), iar coeficientul de creștere pentru volumul populației de români din aceste țări a fost în ambele cazuri de 6,5 ori. Astfel, în anul 2008, în Italia locuiau în mod oficial 625,278 români, iar în Spania 734,764 români. De departe, rata de creștere cea mai spectaculoasă în acest prim interval de timp o înregistrăm în cazul Portugaliei, dar aceasta este influențată puternic de numărul foarte mic de români înregistrați oficial în anul 2003, respectiv doar 611 persoane. O privire asupra modului în care numărul românilor a evoluat în perioada de criză economică ne arată că în timp ce în Spania înregistrăm o stagnare în jurul unui volum total de 750,000 de persoane, în Italia ritmul de creștere rămâne unul semnificativ și în această perioadă – se ajunge în anul 2013 la un total de 951,104 români (coeficientul de creștere al acestui interval fiind de 1,5). În acest interval de timp (2008-2013) dintre destinațiile cu un număr semnificativ de români, Marea Britanie și Germania câștigă mult în atractivitate. În cazul, Marii Britanii coeficientul de creștere este de 18,8 ceea ce face ca de la 5,600 de români să se ajungă la 105,273, iar pentru Germania coeficientul de 2,42 asigură o creștere de la 90,614 români la 219,117. Tot în acest interval Austria și Belgia trec peste pragul de 50,000 de români. Acestea

sunt urmate de Portugalia (35,216 români) și Irlanda (17,073). Perioada se remarcă și prin apariția unei noi categorii de destinații care include Danemarca, Suedia și Norvegia având rate de creștere semnificative, primele două ajungând la valori de peste 11,000 de rezidenți cu cetățenie română.

Tabelul 10 . Principalele state de rezidență pentru cetățenii români⁵⁸ (2013)

	Anul 2003	Anul 2008	Anul 2013	Raport de creștere în perioada 2003-2008 (%)	Raport de creștere în perioada 2008-2013 (%)	Raport de creștere în perioada 2003-2013 (%)
1. Italia	95,039	625,278	951,104	658	152	1001
2. Spania	112,861	734,764	769,609	651	105	682
3. Germania	88,679	90,614	219,117	102	242	247
4. Marea Britanie	6,809	5600	105,273	82	1880	1546
5. Austria	19,482	27,684	53,473	142	193	274
6. Belgia	4,069	15,310	51,295	376	335	1261
7. Portugalia	611	19,280	35,216	3155	183	5764
8. Ungaria	47,281	65,903	34,795	139	53	74
9. Irlanda	-	14,219	17,073	-	120	-
10. Danemarca	1,270	2,386	12,374	188	519	974
11. Suedia	2,327	4,442	11,169	191	251	480
12. Olanda	2,360	4,894	9,496	207	194	402
13. Elveția	3,267	4,091	8,578	125	210	263
14. Norvegia	672	1,415	7,552	211	534	1124
15. Slovacia	-	3,005	5,962	-	198	-
16. Republica Cehă	2,173	3,298	5,665	152	172	261
17. Finlanda	547	911	1,739	167	191	318

Sursa datelor: Eurostat – prelucrare proprie

Metoda pe care o propunem pentru analizarea datelor din statisticile oficiale europene presupune punerea acestora în legătură cu cele existente la nivelul institutelor naționale de statistică din țările de rezidență, dar și cu date rezultate din sondaje de opinie. Faptul că aceste destinații aparțin unor câmpuri de migrație diferite (Sandu, 2014) asigură cercetătorului accesul spre tipuri diferite de migrație, atât din punct de vedere al structurii fluxului, cât și al gradului de maturitate/saturație la care acesta a ajuns. Prin structura fluxului de migrație facem referire la

⁵⁸ Tabelul prezintă doar datele din statisticile oficiale ale Uniunii Europene (EUROSTAT), dar trebuie să menționăm că există state cu un număr ridicat de cetățeni români pentru care datele nu sunt disponibile (de ex. pentru Franța cel mai recent an pentru care datele sunt disponibile este 2005, iar atunci numărul cetățenilor români era 23,638; pentru Grecia în anul 2001 valoarea era de 21,994 persoane). În tabel nu sunt prezentate țările care au sub 1000 de cetățeni români.

compoziția educațională, ocupațională și de gen a populației aflate la destinație, iar prin gradul de saturație dorim să atragem atenția asupra perioadelor diferite în care populația română din aceste țări s-a stabilit la destinație și asupra potențialului diferit pe care acestea îl au pentru atragerea de noi migranți români. În ceea ce privește nivelul de educație ar trebui să remarcăm încă de la început că există studii recente care arată că adesea imigranții acceptă locuri de muncă în sectoare inferioare chiar dacă au diploma universitare - un studiu semnat de Parutis (2014) este focalizat asupra diferenței dintre nivelul de educație și locul de muncă obținut de cetățenii polonezi și lituanieni din Londra. Bazat pe o cercetare calitativă, materialul este interesant pentru că reconstituie tranziția persoanelor între locuri de muncă, iar din acest punct de vedere secvențialitatea procesului de angajare în țara de destinație pare să urmeze linia: “orice loc de muncă” – “un loc de muncă mai bun” – “locul de muncă visat” (Parutis, 2014). Așa cum vom vedea, datele de sondaj pe care le folosim în acest capitol al lucrării ne permit să analizăm statul pe piața muncii doar pentru locul actual loc de muncă sau cel mai recent loc de muncă declarat de respondenți.

Complementar, capitolul folosește și datele rezultate dintr-un sondaj telefonic efectuat cu cetățeni români rezidenți în Germania, Marea Britanie, Italia și Spania. Datele au fost culese în cadrul proiectului de cercetare EUCROSS⁵⁹ în anul 2012. De asemenea, același proiect de cercetare a adunat și date referitoare la cetățenii nativi ai fiecărei țări de destinație, ceea ce ne oferă posibilitatea realizării unor comparații între aceștia și migranții români. În linia acestei cărți, comparația dintre cetățenii țării de destinație și migranții români va fi focalizată asupra intensității comportamentelor antreprenoriale. Cele patru contexte de destinație oferă imagini diferite asupra migrației românești, iar principalele dimensiuni pe care le vom analiza țin de motivul și perioada în care persoanele s-au stabilit în țara de destinație.

În cazul fiecărei destinații, vom încerca să trasăm câteva dintre caracteristicile contextului de destinație pe baza datelor din statisticile oficiale, iar ulterior, pe baza datelor de sondaj vor fi evidențiate profilele eșantioanelor folosite. Fiecare eșantion oferă date referitoare la statutul pe

⁵⁹ În cadrul proiectului de cercetare EUCROSS au fost culese și date din Danemarca, dar pentru că eșantionul din această țară conține un număr mare de persoane care au ajuns la destinație exclusiv din motive de studii, am decis excluderea acestei țări din analiza referitoare la antreprenariat. Procentajul persoanelor care erau implicate pe piața muncii sub formă de antreprenori era de doar 2%, iar acest lucru ar fi făcut imposibilă analizarea lor în funcție de categoriile educaționale sau gen.

care persoanele îl au pe piața muncii (angajat vs. antreprenor), iar acestea vor fi analizate ținând cont de nivelul de educație și de gen.

Capitolul analizează care este raportul dintre cetățenii țării de destinație și migrații români în ceea ce privește intensitatea comportamentelor antreprenoriale. *Este diferit nivelul de intensitate al comportamentelor antreprenoriale manifestat de cetățenii țării de destinație și de migrații români? Care sunt categoriile de migrații români care sunt competitive cu cetățenii țării de destinație în ceea ce privește asumarea statutului de antreprenor? Reprezintă studiile superioare un avantaj în inițierea unei cariere antreprenoriale? Femeile sau bărbații își asumă într-o proporție mai ridicată statutul de antreprenor?* Acestea sunt doar câteva dintre principalele întrebări pe care le vom explora în această secțiune a volumului.

V. 1 Germania

În Germania trăiau în anul 2013 aproximativ 270,000 de cetățeni români dintre care 45,4% erau femei și 54,6% bărbați (tabelul 11). Cetățenii români formează cel de-al cincilea grup de imigranți ca mărime, fiind devansați de populația provenită din Turcia, Polonia, Italia și Grecia. Gradul cel mai ridicat de masculinizare poate fi asociat populației cu cetățenie italiană (58,9%), iar în cazul populației cu cetățenie rusă înregistrăm cea mai ridicată pondere a femeilor (62,2%). Populația cu cetățenie română are un nivel relativ scăzut pentru ponderea femeilor, respectiv 45,4%. Structura pe vârste a populației cu cetățenie română arată că 12% din populație are între 0 și 18 ani, 13% este cuprinsă între vârstele 18 și 25 de ani, 73% aparține grupei 25-65 de ani, iar 2% are peste 65 de ani. Concentrarea populației cu cetățenie română în interiorul intervalului 25-65 de ani este similară cu situația întâlnită și în alte țări de destinație și este normală în condițiile în care marea majoritate a migraților români sunt în vârstă de muncă.

Tabelul 11 . Stocul populației din Germania după principalele naționalități, pe genuri (2013)

Gen Cetățenie	Număr de persoane	Masculin	Feminin	Ponderea femeilor din totalul fiecărei populații (%)	Ponderea fiecărei țări din numărul total de cetățeni străini (%)
Populație totală	80715982	39535414	41180568	51	
Cetățeni străini	6927716	3531219	3396497	49	
1. Turcia	1549808	802663	747145	48.2	22.4
2. Polonia	609855	323543	286312	46.9	8.8
3. Italia	552943	325814	227129	41.1	8
4. Grecia	316331	172588	143743	45.4	4.6
5. România	267398	145952	121446	45.4	3.9
6. Croația	240543	119164	121379	50.5	3.5
7. Federația Rusă	216291	81719	134572	62.2	3.1

Sursa datelor: Statistisches Bundesamt (Oficiul Statistic Federal al Germaniei) – prelucrare proprie

Oficiul Statistic Federal oferă date și despre perioada în care persoanele cu cetățenie română s-au stabilit la destinație, iar din acest punct de vedere se poate observa că în anul 2013 s-au stabilit 63,829 de cetățeni români ceea ce reprezintă aproximativ 25% din totalul populației cu cetățenie română. Migranții români care au vechime în Germania între 1 și 4 ani însumează 106,098 și reprezintă 40% din total. Adunate, aceste intervale de timp evidențiază că în ultimii 4 ani Germania a fost o destinație atractivă pentru cetățenii români, numărul total al acestora crescând de la 94,326 la finalul anului 2008 la 267,398 în anul 2013 - înregistrăm o triplare a populației de români din Germania. Corelând datele cu ratele de creștere specifice pentru alte țări de destinație putem afirma că Germania redobândește un nivel ridicat de atractivitate pentru cetățenii români în special după începerea crizei economice (vezi și tabelul 10).

Din punct de vedere teritorial, populația cu cetățenie română este concentrată în câteva dintre land-urile Germaniei. Astfel, dacă raportăm populația cu cetățenie română la numărul total de cetățeni străini din fiecare land observăm că cele mai ridicate valori le înregistrăm în Bayern (63/1000), Thüringen (52/1000) și Saarland (51/1000), iar cea mai scăzută pondere a populației cu cetățenie română este asociată Berlinului unde din fiecare 1000 de cetățeni străini, doar 8 persoane au cetățenie română (Figura 1 prezintă situația completă la nivel teritorial).

Figura 1. Distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Germania (2013)

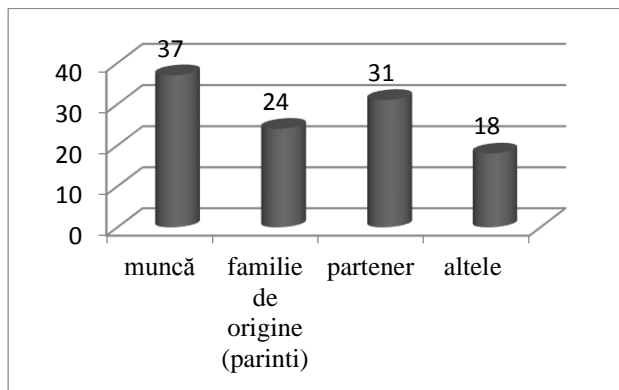


Sursa datelor: Statistisches Bundesamt (Oficiul Statistic Federal al Germaniei) - datele complete în anexa 3.
Model de citire: În land-ul Bayern din fiecare 1000 de cetățeni străini - 63 de persoane au cetățenie română.

Analiza secundară a datelor culese în cadrul proiectului de cercetare EUCROSS ne arată câteva aspecte interesante referitoare la practicile antreprenoriale din Germania, dar mai întâi, vom prezenta câteva dintre caracteristicile eșantionului de migranți români intervievați în Germania. În acest sens, analiza ține cont de perioada în care aceștia s-au stabilit în țara de de destinație, motivul pentru care aceștia au ales să locuiască în Germania, genul și nivelul lor de educație. Ulterior, vom analiza intensitatea practicilor antreprenoriale în rândul migranților români din Germania prin raportarea acestora la populația cu cetățenie germană. Încă de la început ar trebui să menționăm că din totalul eșantionului de 250 migranți români⁶⁰ intervievați telefonic în Germania 57% sunt femei, iar 43% bărbați.

⁶⁰ Din motive tehnice am preferat să focalizăm analiza asupra categoriilor de migranți care au cel puțin studii medii sau superioare. În cazul Germaniei, acest lucru a făcut ca graficele și tabelele folosite să fie elaborate pe 185 cazuri din totalul de 250 interviuate telefonic.

Figura 2 . Structura eșantionului în funcție de motivul invocat pentru stabilirea în Germania



Model de citire pentru figura 2: Din totalul eșantionului de migranți români, 37% au declarat că s-au stabilit în Germania pentru a căuta un loc de muncă sau pentru că aveau o ofertă de muncă. Categoriile nu sunt exclusive, fiecare dintre respondenți a avut posibilitatea să aleagă mai mult de un răspuns (modelul de citire este valabil și pentru figurile 6, 10 și 13).

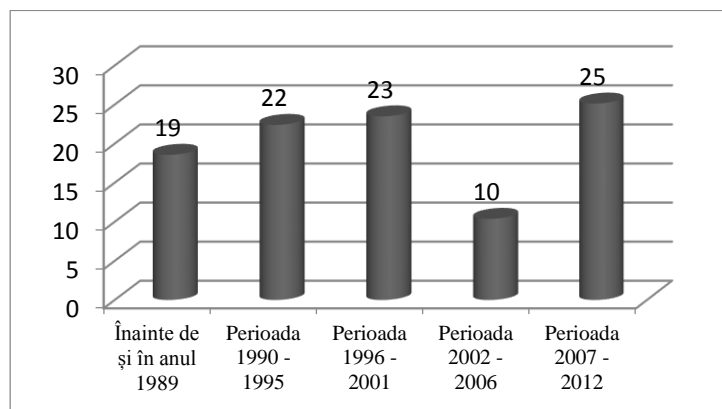
Sursa datelor: EUCROSS – prelucrare proprie

Doar o treime din migranții români declară că s-au stabilit în Germania pentru a-și căuta un loc de muncă sau pentru că au dat curs unei oferte de muncă primite de la un angajator din Germania (figura 2). Cea mai mare parte a persoanelor intervievate afirmă că au ales să se stabilească în Germania pentru a trăi împreună cu partenerul/partenera de viață sau cu alți membri ai familiei (părinți sau copii), iar acest lucru este în conformitate cu datele prezentate de alte studii pentru populația generală de imigranți din Germania (Godenau et al., 2012: 62). Din acest punct de vedere, este de reținut că migrația către Germania diferă de migrația românească spre Italia și Spania (vezi secțiunile următoare). Acest lucru este explicabil atât prin modul în care s-a dezvoltat migrația către Germania, respectiv prin importanta componentă etnică pe care acest flux a avut-o. Etnicii germani care au plecat înainte de 1989 sau imediat după deschiderea granițelor au facilitat stabilirea în Germania pentru membrii ai familiei sau alți prieteni indiferent dacă aceștia aveau sau nu origini etnice similare.

Complementar, am mai putea menționa că o treime din eșantion (32%) cunoștea limba germană cel puțin la nivel mediu în momentul plecării din țară, iar 55% nu aveau astfel de cunoștințe în momentul stabilirii la destinație (conform datelor EUCROSS).

Structura eșantionului în funcție de perioada stabilirii la destinație este utilă și pentru a vedea în ce măsură migranții români au avut timp pentru a acumula resursele necesare unei investiții de tip antreprenorial.

Figura 3. Structura eșantionului în funcție de perioada stabilirii în Germania (%)



Model de citire pentru figura 3: Din totalul eșantionului de migranți români, aproximativ 19% s-au stabilit în Germania înainte sau în anul 1989 (modelul de citire este valabil și pentru figurile 7, 11 și 14).

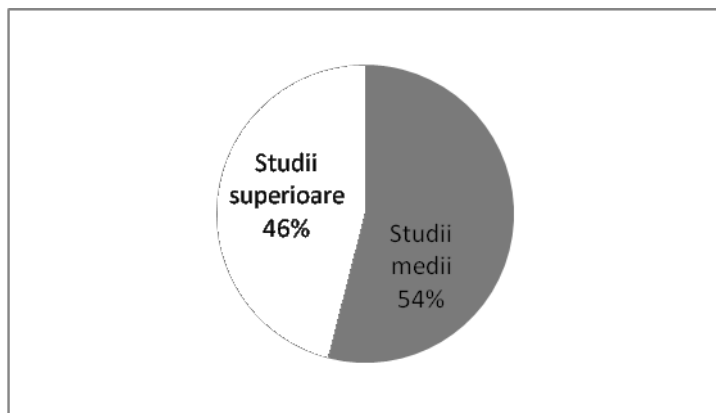
Sursa datelor: proiectul EUCROSS – prelucrare proprie

Eșantionul folosit pentru Germania a acumulat cea mai consistentă experiență în țara de destinație (aproximativ o jumătate dintre migranții români din Germania s-au stabilit acolo înainte de 1989 sau în primii ani după revoluție). Acest lucru se poate vedea și din vârsta medie relativ ridicată a eșantionului, respectiv 49,8 ani. Germania a fost una dintre primele destinații de emigrare pentru cetățenii români. Ulterior, dezvoltarea migrației românești spre destinații ca Italia și Spania în perioada 1996-2006 se vede și în valorile în relativă descreștere pe care le înregistrează Germania în acest interval de timp.

Redobândirea interesului față de această destinație poate fi rezultatul conjugat al dobândirii dreptului la liberă circulație în interiorul Uniunii Europene și al crizei economice care a fost mult mai puternic resimțită în alte state ca Spania și Italia (pentru o analiză comparativă a modului în care imigranții au resimțit criza economică în Spania și Germania vezi Godenau et al., 2012). În condițiile în care criza economică se manifestă încă în anumite state europene, iar din ianuarie 2014 Germania a ridicat restricțiile de pe piața muncii pentru cetățenii români și bulgari este de așteptat ca în perioada imediat următoare orientarea potențialilor migranți români către această țară de destinație să se păstreze.

Figura 4 adaugă și o imagine asupra distribuirii eșantionului în funcție de nivelul de educație, iar din acest punct de vedere putem remarca ponderea ridicată pe care persoanele cu studii superioare o dețin în totalul eșantionului. Nivelul educației este înregistrat pentru momentul sondajului (2012), nu pentru momentul stabilirii în Germania.

Figura 4. Structura eșantionului în funcție de nivelul educației



Model de citire pentru figura 4: Din totalul eșantionului de migranți români din Germania folosit în această analiză, 46% au absolvit o formă de învățământ superior (indiferent dacă aceștia au absolvit în țara de origine, în cea de destinație sau într-o altă țară). (modelul de citire este valabil și pentru figurile 8, 12 și 15).

Sursa datelor: proiect EUCROSS – prelucrare proprie

Datele prezentate despre eșantionul din Germania ne-au trasat un cadru general în care putem analiza propensiunea acestei populații de migranți spre comportamentele de tip antreprenorial. Așa cum am menționat, proiectul de cercetare EUCROSS nu a fost focalizat asupra antreprenoriatului, dar a conținut și întrebări care ne permit să diferențiem între persoanele active/inactive pe piața muncii, iar în interiorul populației active putem distinge între cei care au statutul de angajat/ă și cei care sunt antreprenori/antreprenoare (self-employed). Tabelul 12 și tabelul 13 prezintă în mod comparativ datele înregistrate pentru populația cu cetățenie germană rezidentă în Germania și pentru populația cu cetățenie română din Germania. Considerăm relevantă diferențierea între antreprenori și non-antreprenori în funcție de gen și nivelul de educație pentru că astfel putem distinge câteva dintre caracteristicile contextului de destinație atunci când analizăm relația dintre antreprenoriat și migrație. De asemenea, acest tip de abordare poate fi util în evidențierea diferențelor dintre nativi și imigranți în ceea ce privește posibilitatea de inițiere și menținere a comportamentelor de tip antreprenorial.

Modul în care unele forme de capital (social, cultural, economic) pot fi transferate de către migranți din țara de origine spre țara de destinație diferă în funcție de specificul competențelor pe care aceștia le dețin și de rețelele sociale în care aceștia sunt implicați - acest lucru a fost arătat în capitolul referitor la comportamentelor antreprenoriale ale românilor din Austria, iar în cazul Germaniei transferul formelor de capital și utilitatea lor la destinație a fost analizată pornind de la câteva cazuri de antreprenori polonezi de către Nowicka (2013). Acest exemplu este util pentru că ne ajută să evidențiem că până la un punct există similarități între

migrația românilor și cea a altor cetățeni din Europa Centrală și de Est (Polonia, Ungaria, Bulgaria etc.).

Tabelul 12. Structura pe categorii educaționale a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

		Studii medii	Studii superioare	Total eșantion
(A) Procente exprimate din totalul eșantionului:				
Cetățeni germani care trăiesc în Germania	Angajat/ă	13%	23%	87%
	Antreprenor / antreprenorare	2%	4%	13%
Cetățeni români care trăiesc în Germania	Angajat/ă	41%	39%	91%
	Antreprenor / antreprenorare	5%	3%	9%
(B) Procente exprimate din totalul fiecărei categorii educaționale:				
Cetățeni germani care trăiesc în Germania	Angajat/ă	87%	83%	
	Antreprenor / antreprenorare	10%	16%	
Cetățeni români care trăiesc în Germania	Angajat/ă	88%	93%	
	Antreprenor / antreprenorare	11%	7%	

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare și calcule proprii). Model de citire a tabelului: (A) – 13% dintre respondenții cu cetățenie germană, care au sau au avut cel puțin un loc de muncă, se află în categoria celor cu studii medii și au statutul de angajat/ă. (B) din totalul respondenților cu cetățenie germană care fac parte din categoria persoanelor cu studii medii: 87% au statutul de angajat și 10% au statutul de antreprenor (modelul de citire este valabil și pentru tabelele 14, 17 și 20).

Există diferențe între cele două eșantioane în ceea ce privește intensitatea comportamentelor antreprenoriale (13% pentru populația cu cetățenie germană și 9% pentru populația cu cetățenie română care trăiește în Germania – vezi datele din ultima coloană). Împărțirea populației din fiecare categorie educațională în funcție de prezența sau absența comportamentelor antreprenoriale ne arată că doar imigranții români cu studii medii înregistrează valori comparabile cu cele pentru populația cu cetățenie germană. În ceea ce privește respondenții cu studii superioare se poate observa că raportul dintre cei cu cetățenie germană și cei cu cetățenie română este net în favoarea primilor (16% dintre germanii cu studii superioare au statutul de antreprenor, iar în cazul migranților români această situație este întâlnită în 7% dintre cazuri). Pe de o parte, poate fi vorba de competențele specifice pe care le necesită inițierea unei activități antreprenoriale, iar din acest punct de vedere așa cum am văzut în studiul calitativ dedicat Austriei persoanele care au competențe tehnice (ex. domeniul construcțiilor, al întreținerii și reparării autovehiculelor etc.) pot fi avantajate. Pe de altă parte, în cazul migranților români cu studii superioare poate fi vorba de o abilitate crescută de a obține un loc de muncă pe

piața muncii, iar în acest caz disponibilitatea individului de a se implica într-o activitate antreprenorială descrește. În momentul acestui studiu, piața muncii din Germania păstra încă anumite bariere pentru accesarea pieței muncii de către cetățenii români și bulgari, iar statutul de antreprenor reprezenta o variantă de ocolire a acestora.

Tabelul 13. Structura pe genuri a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

	Gen	Angajat/ă	Antreprenor / antreprenorare	NS/NR	Total
(A) Procente exprimate ca valoare din totalul eșantionului:					
Cetățeni germani care trăiesc în Germania	Masculin	35%	6%		41%
	Feminin	53%	6%		59%
Cetățeni români care trăiesc în Germania	Masculin	37%	7%	1%	44%
	Feminin	52%	3%		55%
(B) Procente exprimate ca valoare din totalul categoriei de gen:					
Cetățeni germani care trăiesc în Germania	Masculin	81%	18%	1%	100%
	Feminin	89%	10%	1%	100%
Cetățeni români care trăiesc în Germania	Masculin	86%	13%	1%	100%
	Feminin	94%	6%	-	100%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare și calcule proprii). Model de citire al tabelului 11: (A) Din totalul eșantionului de cetățeni germani, 35% sunt bărbați și au statutul de angajat. (B) Din totalul bărbaților cu cetățenie germană 81% au statutul de angajat și 18% au statutul de antreprenor (modelul de citire este valabil și pentru tabelele 15, 18 și 21).

Analizarea comportamentelor antreprenoriale în funcție de gen evidențiază o altă diferență între populația cu cetățenie germană și migranții români din Germania. În cazul migrației românești, caracterul masculinizat al antreprenoriatului este mult mai pronunțat, iar acest lucru este confirmat de datele din toate statele de destinație pe care le tratăm în acest volum. Tabelul 13 arată că diferența dintre populația cu cetățenie germană și migranții români în ceea ce privește implicarea în activități antreprenoriale provine și din diferențele mari înregistrate în cazul populației de gen feminin.

Câteva dintre informațiile complementare pe care sondajul EUCROSS le-a cules, ne arată că domeniile în care operează antreprenorii români din Germania sunt variate (fiind destul de dificil de realizat o grupare a lor în funcție de sectoare economice). În cazul bărbaților, domeniul construcțiilor este singurul care reunește mai multe persoane din grupul analizat (aproximativ 30%). În cazul femeilor, am putea menționa domeniul îngrijirii corporale și al cosmeticii sau cel

al curățeniei. În unele cazuri, profesii precum cea de arhitect sau stomatolog sunt practicate în regim de persoană independentă. Înainte de a trece spre o nouă destinație, putem reține că în cazul Germaniei migrații români de gen masculin și cu nivel mediu de educație sunt categoria cu cea mai ridicată propensitate spre activitățile antreprenoriale, iar femeile cu studii superioare sunt categoria care înregistrează nivelul cel mai scăzut.

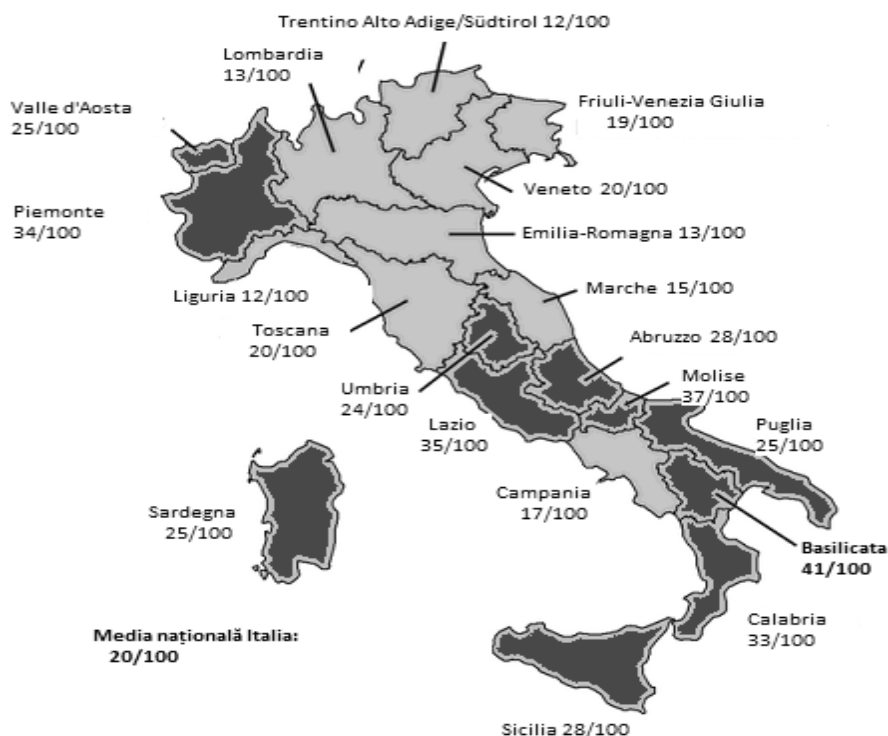
V. 2. Italia

În prezent, Italia este statul european în care trăiesc cei mai mulți cetățeni români, respectiv 951,104 persoane (an 2013 - vezi datele Eurostat prezentate în tabelul 10). Până spre sfârșitul anilor 90' cea mai mare parte din imigrații din Italia aveau origini nord-africane, ulterior balanța s-a înclinat în favoarea est-europenilor (Fullin și Reyneri, 2011), iar România este una dintre principalele țări de origine. Este dificil de spus câți dintre românii din Italia au intenția de a rămâne pentru perioade foarte lungi sau chiar permanent, dar o analiză recent publicată de Isilda și Landesmann (2013) arată că există diferențe semnificative în ceea ce privește intențiile celor care au emigrat înainte de 2007 și ale celor care s-au stabilit în Italia după ce România a dobândit statutul de stat membru UE. În cazul primilor este mai probabilă permanentizarea șederii (cel puțin la nivel declarativ), în timp ce în cazul românilor care au plecat după 2007 migrația este văzută mai degrabă ca având un caracterul temporar. Așa cum am văzut în introducerea acestei secțiuni, datele din tabelul 10 arată că numărul celei de-a doua categorii nu este deloc de neglijat (doar în perioada 2008 – 2013 numărul cetățenilor români rezidenți în Italia crescând de la 625,278 la 951,104). Analizând migrații români din Italia dintr-o perspectivă focalizată asupra importanței genului și a diferențelor dintre femei și bărbați Vlase (2013a: 83) rezumă câteva dintre principalele cauze care stau la baza atractivității Italiei: *“cererea în creștere a familiilor italiene pentru muncitori în gospodărie, oportunitățile numeroase de a găsi un loc de muncă pe piața informală, apropierea culturală dintre români și italieni în ceea ce privește limba și religia [importanța acordată religiei n. A.C.] și dezvoltarea rapidă a rețelelor de migrație explică creșterea constantă a fluxului de migrație dinspre România spre Italia și feminizarea acestuia.”*

În ceea ce privește distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Italia putem vedea că există regiuni atractive spre care migrația românească s-a dezvoltat și altele spre care aceasta înregistrează un nivel relativ scăzut. Dacă raportăm migrații români la totalul populației

cu o cetățenie diferită de cea italiană obținem la nivelul întregii Italii o medie națională de 20 cetățeni români la fiecare 100 de imigranți (figura 5). Datele de recensământ de la nivelul anului 2011 ne arată că principalele regiuni în care ponderea românilor în totalul imigranților este mult peste media națională sunt: Basilicata (41/100), Molise (37/100), Lazio (35/100), Piemonte (34/100) și Calabria (33/100). Regiunile care se remarcă printr-o pondere scăzută a populației românești în totalul populației imigrante sunt Lombardia (13/100), Emilia-Romagna (13/100) și Trentino Alto Adige (12/100). Reprezentarea grafică arată o grupare a românilor în centrul și sudul Italiei. Acest lucru se datorează numărului mai ridicat de imigranți în regiunile bogate din nordul Italiei și clusterizării populației românești rezultate din dezvoltarea fenomenului pe baza rețelelor sociale.

Figura 5. Distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Italia prin raportare la totalul imigranților (2013)



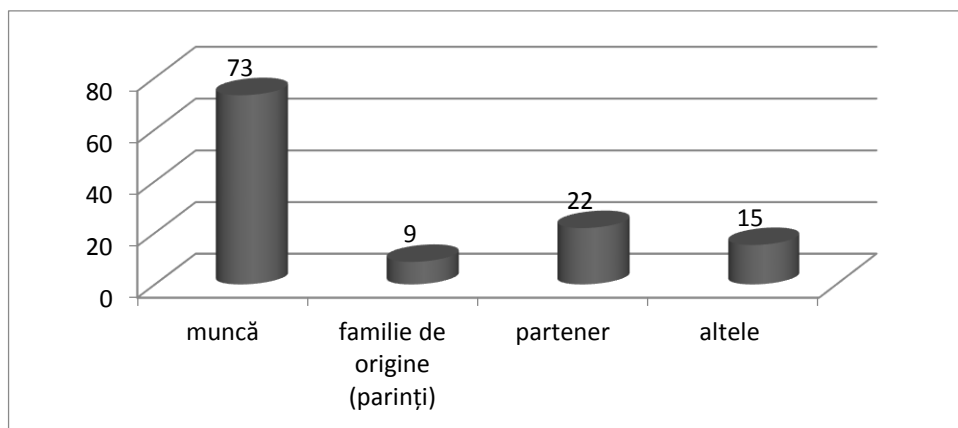
Sursa: Institutul Național Italian de Statistică (prelucrare proprie)

Model de citire: În regiunea Basilicata din fiecare 100 de imigranți – 41 dețin cetățenie română.

În cazul eșantionului chestionat telefonic pentru Italia în cadrul EUCROSS este evidentă ponderea ridicată a categoriei de persoane care s-au stabilit în Italia pentru a-și căuta un loc de muncă (70%). Din acest punct de vedere, se susține afirmația potrivit căreia migrația românească spre Italia este motivată economic și relativ diferită de cea către Germania și Marea Britanie (cazuri în care migrația motivată de găsirea/ocuparea unui loc de muncă ocupă o pondere mai

scăzută). De altfel, în rândul persoanelor care declară că s-au stabilit în Italia pentru motive de ordin familial există și cazuri în care acestea au un partener/părinte/copil care era deja stabilit în Italia. O serie de studii focalizate asupra migranților din Italia au arătat că există o corespondență între genul persoanei și sectorul economic în care aceasta activează. Astfel, în cazul femeilor sunt numeroase situațiile în care acestea lucrează ca îngrijitoare pentru persoanele în vârstă (Andronic, 2008) sau în curățenie [Vlase (2013a) oferă un interesant excurs în viața acestor femei și a familiilor lor], iar în cazul bărbaților sectorul construcțiilor și cel agricol oferă cele mai multe posibilități de angajare (Perez și Fernandez, 2006: 195-196).

Figura 6. Structura eșantionului în funcție de motivul invocat pentru stabilirea în Italia

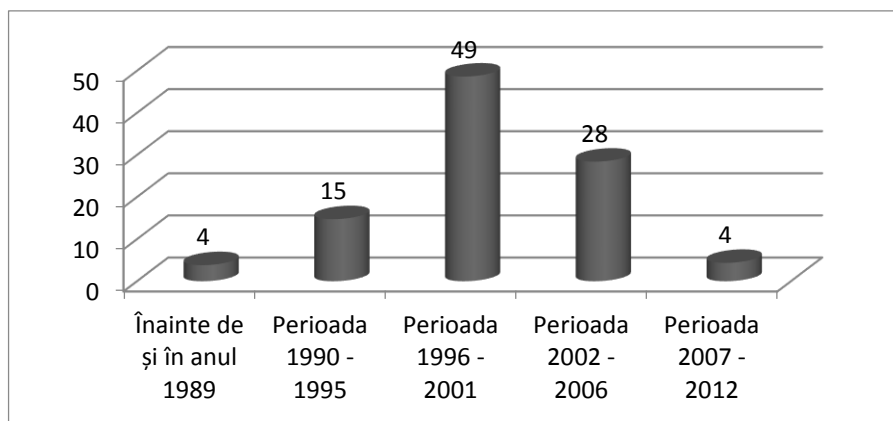


Sursa datelor: proiect EUCROSS (total eșantion 183 persoane)

Migrația românească spre Italia s-a dezvoltat în principal în perioada 1996-2006 (vezi figura 7 și tabelul 10), iar acest lucru este redat și de structura eșantionului folosit în cadrul proiectului EUCROSS. Imediat după deschiderea granițelor din 1989 românii au testat o serie de destinații posibile, precum Germania, Israel, Turcia, Ungaria, Italia etc. cf. Sandu (2006). Ulterior, Italia și-a consolidat gradual poziția de cea mai atractivă țară de destinație pentru migrația românească – numărând aproximativ 1 milion de români (conform datelor EUROSTAT, 2014). Mediul economic permisiv în ceea ce privește munca la negru, asemănările lingvistice și clima prietenoasă sunt doar câteva dintre argumentele pentru care Italia și ulterior Spania au devenit destinații preferate de migranții români (Sandu, 2010a; Vlase, 2013a). Privită din perspectiva antreprenoriatului, structura eșantionului folosit pentru Italia asigură un segment consistent de populație care a acumulat cel puțin 10 ani de experiență la destinație (peste 60%), iar aceasta poate fi văzută ca o cale către acumularea resurselor necesare inițierii activităților de tip antreprenorial. În același timp, tehnica de eșantionare folosită în cadrul proiectului

EUCROSS (utilizarea registrelor cu numere de telefonie fixă) asigură o bună reprezentare a persoanelor care sunt relativ bine integrate la destinație și au un grad ridicat al stabilității în ceea ce privește reședința. Astfel, ponderea relativ scăzută a categoriei de persoane care s-a stabilit în Italia după 2007 este rezultatul cumulat al tehnicii de eșantionare și al crizei economice care a diminuat gradul de atractivitate al Italiei ca țară de destinație⁶¹ (comparativ cu perioada anterioară crizei). În acest sens, creșterea nivelului șomajului și dificultățile pe care migrații români le au în găsirea locurilor de muncă sunt cu siguranță aspecte care trebuie luate în considerare în construirea unor explicații valide (Stănculescu și Stoiciu, 2012).

Figura 7. Structura eșantionului în funcție de perioada stabilirii în Italia (%)



Sursa datelor: proiect EUCROSS

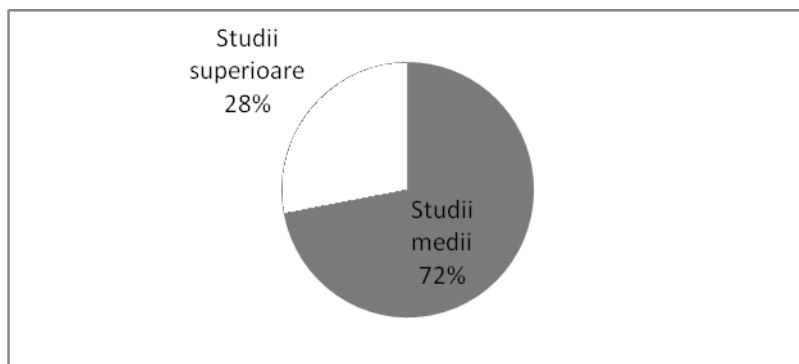
În studiile de migrație este un lucru cunoscut că planurile individuale/familiale se pot schimba de-a lungul timpului, fie că vorbim de o întoarcere mai rapidă decât cea planificată inițial sau de prelungirea sau permanentizarea șederii la destinație (Castels și Miller, 2009: 33). Din acest punct de vedere, deciziile luate de migrații români din Italia în ceea ce privește durata șederii la destinație pot fi influențate de nivelul lor de educație, de factorii de natură profesională și familială sau de satisfacția percepută referitoare la decizia de mutare (Isilda și Landesmann, 2013: 20). La acest set de factori identificați de Isilda și Landesmann ar trebui să mai adăugăm și imaginea pe care migrații o au asupra modului în care situația evoluează în România (Sandu,

⁶¹ Unul dintre cei 10 respondenți intervievați *face-to-face* în vara anului 2013 este un exemplu potrivit în acest sens. Acesta și-a pierdut locul de muncă încă din anul 2010 după o restructurare a firmei la care lucra. Descrierea sumară pe care acesta o face situației din Italia este următoarea: „nu mai sunt locuri de muncă. Nu mai angajează nimeni, nu mai cheltuie nimeni banii. Nu mai construiesc, nu mai vor să facă. Așteaptă, așteaptă să vadă ce se întâmplă. Am un alt prieten aici, la Montecatini, lucrăm împreună la firma asta și pe el la fel, l-a lăsat acasă. Am un prieten la Milano care tot așa, au închis firmele, și acum e acasă, e în șomaj. I se termină șomajul, nu găsește nimic.” (Gheorghe, bărbat, 44 ani, rezident într-un orașel din centrul Italiei).

2010a). Așa cum am văzut și din studiul calitativ realizat în Austria, doar o țară cu instituții funcționale și cu o piață a muncii atractivă poate să reprezinte o variantă de luat în calcul pentru migrații români, iar ratele scăzute de întoarcere în țară în perioada de criză economică pot fi citite și în acest registru. Numărul mic de români care au ales să se întoarcă arată că mulți dintre migrații români din Italia sau Spania au preferat să treacă prin perioada dificilă economic la destinație și nu în țara de origine.

În ceea ce privește distribuția eșantionului în funcție de gradul de educație pentru persoanele intervievate este edificatoare figura 8. Comparativ cu Germania putem să evidențiem faptul că ponderea populației cu studii medii este mai ridicată (aprox. 70%) în timp ce cea a populației cu studii superioare scade sub 30%.

Figura 8. Distribuția eșantionului din Italia în funcție de nivelul educației



Sursa datelor: proiect EUCROSS

Dacă este să ne referim și la alte forme de capital uman precum cunoașterea limbii vorbite în țara de destinație putem să remarcăm că peste 80% dintre migrații români nu cunoșteau deloc sau aveau cunoaștințe sărace de limba italiană în momentul stabilirii la destinație. Astăzi, peste 95% dintre aceștia afirmă că vorbesc bine sau foarte bine limba italiană (conform datelor EUCROSS) – explicația acestei situații ține cu siguranță de originea latină comună a celor două limbi și a gradului de similitudine dintre ele.

Având trasate câteva dintre liniile caracteristice ale migrației românești spre Italia putem să focalizăm analiza asupra comportamentelor antreprenoriale pe care aceștia le manifestă. Tabelul 14 prezintă în mod comparativ statutul pe piața muncii pentru eșantionul cu cetățenie italiană și eșantionul de migrații români (în cazul celui din urmă - 201 persoane din totalul de 250 sunt prezenți pe piața muncii ca angajați sau antreprenori). Comportamentele antreprenoriale se manifestă într-un grad mai scăzut în rândul migraților români decât în rândul populației cu

cetățenie italiană. Este de remarcat diferența constantă între cele două populații pe ambele categorii de educație - italienii au o propensiune mai ridicată spre antreprenoriat. Dacă în Germania, în cazul persoanelor cu studii medii, procentajul pentru cetățenii țării de destinație și migranții români era echivalent în ceea ce privește statutul de antreprenor, în Italia acest lucru nu se mai confirmă. În Italia, stocul de capital uman pe care migranții români îl dețin nu le afectează nici pozitiv nici negativ șansele de a se afla în categoria antreprenorilor.

Tabelul 14. Structura pe categorii educaționale a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

Tip de eșantion	Statutul pe piața muncii	Studii medii	Studii superioare
(A) Procente exprimate din totalul eșantionului:			
Cetățeni Italiani care trăiesc în Italia	Angajat/ă	33%	24%
	Antreprenor / antreprenorare	8%	6%
Cetățeni români care trăiesc în Italia	Angajat/ă	57%	21%
	Antreprenor / antreprenorare	8%	3%
(B) Procente exprimate din totalul fiecărei categorii educaționale:			
Cetățeni italieni care trăiesc în Italia	Angajat/ă	81%	78%
	Antreprenor / antreprenorare	19%	22%
Cetățeni români care trăiesc în Italia	Angajat/ă	88%	87%
	Antreprenor / antreprenorare	12%	13%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare și calcule proprii).

Analizarea pieței muncii din Italia trebuie să țină cont de caracteristicile de gen ale imigranților, în principal pentru că femeile și bărbații sunt activi pe segmente diferite de piață - în cazul femeilor vorbim de angajarea în gospodării/unități familiale, iar în cazul bărbaților rolul principal îl au companiile private (Fullin și Reyneri, 2011: 125). De asemenea, genul se dovedește o variabilă importantă în ceea ce privește manifestarea comportamentelor antreprenoriale în Italia, indiferent dacă persoanele au cetățenie italiană sau română (tabelul 15). Cu toate acestea, condiția de femeie cu cetățenie română rezidentă în Italia pare să fie cea mai puțin favorabilă în ceea ce privește statutul de antreprenor. Aproximativ 10% dintre respondenții de gen feminin au statutul de antreprenor, în timp ce pentru bărbații români din Italia procentajul corespondent este de 16%. La fel ca în Germania, antreprenoriatul migranților români pare să fie masculinizat chiar dacă de această dată diferențele dintre cetățenii italieni și migranții români rămân constante pentru ambele categorii de gen.

Tabelul 15. Structura pe genuri a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

	Gen	Angajat/ă	Antreprenor / antreprenorare	NS/NR	Total
(A) Procente exprimate ca valoare din totalul eșantionului:					
Cetățeni italieni care trăiesc în Italia	Masculin	34%	11%	1%	45%
	Feminin	46%	8%		54%
Cetățeni români care trăiesc în Italia	Masculin	32%	6%	1%	38%
	Feminin	55%	6%		61%
(B) Procente exprimate ca valoare din totalul categoriei de gen:					
Cetățeni italieni care trăiesc în Italia	Masculin	74%	25%	1%	100%
	Feminin	84%	14%	2%	100%
Cetățeni români care trăiesc în Italia	Masculin	84%	16%		100%
	Feminin	90%	10%		100%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare și calcule proprii).

În cazul Italiei, antreprenoriatul migranților români nu pare să fie condiționat de stocul de capital uman pe care aceștia îl dețin (în termeni de educație formală), iar în ceea ce privește genul - asumarea statutului de antreprenor este mult mai des întâlnită în rândul bărbaților. Una dintre explicațiile posibile pentru diferențele de gen poate să fie rezultatul faptului că sectorul construcțiilor este mai pretabil activităților de tip antreprenorial în compartie cu îngrijirea persoanelor vârstnice. Nivelul de integrare pe piața muncii și în societatea de destinație ca ansamblu este afectat și de dimensiunea de gen. Un studiu recent, semnat de Isilda și Landesmann (2013) evidențiază diferențe semnificative între deciziile luate de bărbații sau femeile cu cetățenie română în ceea ce privește durata șederii la destinație, în cazul femeilor tinere fiind mult mai probabilă permanentizarea migrației.

Domeniul construcțiilor pare să fie cel mai facil de accesat în cazul inițiativelor antreprenoriale ale migranților români din Italia. Peste 40% dintre antreprenorii români au declarat că lucrează în domeniul construcțiilor (acesta incluzând și amenajările interioare, tâmplărie, realizarea instalațiilor sanitare și electrice etc.). În cele mai multe cazuri, femeile aparțin grupului de antreprenori pentru că practică profesii din sfera serviciilor medicale sau de menaj și sunt înregistrate ca persoane independente.

Numărul mare a asigurat migranților români și o vizibilitate semnificativă în Italia, iar din acest punct de vedere o analiză a modului în care apar prezența români în mass media

italiană evidențiază caracterul negativ al celor mai multe dintre articole (Uccellini, 2010). Studiul atrage atenția că după dobândirea statutului de țară membră UE românii din Italia intră în legalitate în ceea ce privește aspectele juridice, dar sunt asociați în mass media italiană cu diferite tipuri de infracționalitate, iar acest lucru se întâmplă în ciuda faptului că marea majoritate a populației române locuiește și lucrează legal (Uccellini, 2010: 82). În acest sens, ar trebui să menționăm (chiar dacă datele pe care le avem nu ne ajută să confirmăm o astfel de ipoteză) că în activitățile de tip antreprenorial imaginea și încrederea pe care o transmiți partenerilor/clientilor este foarte importantă, iar în cazul Italiei imaginea negativă a românilor poate influența desfășurarea activităților antreprenoriale pe care aceștia le întreprind.

V. 3. Spania

Pentru o înțelegere mai bună a situației migranților români din Spania propun ca mai întâi să configurăm o imagine mai generală asupra Spaniei ca țară de imigrație. Astfel, tabelul 16 ne arată că în anul 2013 aproximativ 11,8% din totalul persoanelor înregistrate de statisticile oficiale spaniole aveau o altă cetățenie decât cea a țării de rezidență (acest procent corespunde unui număr de 5,546,238 persoane). Prezintă mai jos ponderea pe care o dețin țările care se situează pe primele cinci locuri în ierarhia altor cetățenii decât cea spaniolă. Acestea însumează puțin peste 45% din totalul persoanelor cu cetățenie străină, iar România (15,7%) și Maroc (14,3%) se detașează semnificativ de celelalte țări prezente în ierarhie. Ponderea celor două minorități este mai ridicată decât în 2009 când românii reprezentau 13,4%, iar marocanii 11,1% (Stănculescu și Stoiciu, 2012: 33). Tabloul complet prezentat de statisticile oficiale spaniole este eterogen, alte nouă state având peste 100,000 de cetățeni care locuiesc în Spania. Compararea principalelor două populații de imigranți din Spania evidențiază că în cazul Marocului migrația este un fenomen masculinizat, bărbații având o pondere de 58% din totalul persoanelor cu cetățenie marocană, iar în cazul României în anul 2013 distribuția pe genuri a populației este mult mai echilibrată (51% masculin și 49% feminin). Pornind de la cazul imigranților de origine română și bulgară din Spania, Stanek (2009: 1642) evidențiază că la început migrația către Spania a fost una masculinizată, iar raportul dintre cele două genuri s-a echilibrat treptat. În cazul Columbiei putem vorbi de o pondere mult mai ridicată a migrației feminine (56%). Informația pe care tabelul 16 o oferă cititorului poate fi analizată și în termenii competiției existente pe piața muncii, respectiv a vedea care sunt acele grupuri de populație imigrantă cu care românii

concorează pe piața muncii. În plină criză economică, anul 2009, ratele de șomaj pentru populația de imigranți din Spania erau la un nivel aproape dublu față de populația cu cetățenie spaniolă, iar românii, marocanii și ecuadorienii aveau cele mai ridicate rate ale șomerilor recenți (Koehler et al., 2010: 168; López-Sala și Ferrero-Turrión, 2009: 8). Tipul de migrație ilustrat de migranții britanici este unul diferit de al celorlalte populații prezentate în tabel, în principal pentru că această populație este relativ îmbătrânită (aproximativ o treime dintre britanici au peste 65 de ani). Șerban (2011: 92-94) arată că fenomenul caracterizează populații din Franța, Germania, Olanda, Suedia, Elveția și Marea Britanie; aceste grupuri de persoane preferă ca după pensionare să se mute spre o destinație cu o “climă mai caldă și costuri mai scăzute ale traiului”. Acest tip de migrație își are începutul în jurul anului 1960 și diferă de migrația pentru muncă în care Spania a devenit o destinație importantă după 1990 (Șerban, 2011: 96).

Tabelul 16. Stocul populației din Spania după principalele naționalități, pe genuri (2013)

Gen Cetățenie	Masculin	Feminin	Total	Pondere din totalul persoanelor cu o altă cetățenie decât cea spaniolă (%)
Populație totală	23196386	23933397	47129783	
Cetățenie spaniolă	20341666	21241879	41583545	
Altă cetățenie decât cea spaniolă	2854720	2691518	5546238	
1. România	443757	426501	870258	15.7
2. Maroc	458804	333354	792158	14.3
3. Marea Britanie	194316	190863	385179	6.9
4. Ecuador	133657	129841	263498	4.8
5. Columbia	98690	123852	222542	4.1

Sursa datelor: Institutul Național de Statistică al Spaniei (Estadística del Padrón Continuo)⁶²

În ceea ce privește fluxurile de remitențe dintre Spania și țările de origine ale migranților ar trebui să menționăm că în anul 2008, România se afla pe locul patru în acest clasament cu un total de 399,8 milioane euro fiind devansată de Columbia (1411,2 milioane euro), Ecuador (1050,6 milioane euro) și Bolivia cu 721,3 milioane de euro (Koehler et al., 2010: 172). Extinzând aria de discuție asupra banilor rezultați din migrația internațională, facem referire la studiul *Locuirea temporară în străinătate*⁶³ care oferă o imagine asupra modului în care sunt folosiți banii care provin din venituri asociate migrației internaționale (Grigoraș, 2006: 43). La

⁶² O analiză interesantă referitoare la avantajele și dezavantajele utilizării datelor din *Registrul de populație spaniol* poate fi găsită în Șerban (2011: 255-264).

⁶³ Studiul a fost finanțat de Fundația pentru o Societate Deschisă și coordonat de profesorul Dumitru Sandu. Datele prezentate aici sunt rezultate din două studii la nivel microregional din Vrancea și Teleorman.

momentul respectiv, în mediul rural primele trei opțiuni erau: cumpărarea de electrocasnice (69%), extinderea/modernizarea locuinței (59%), îngrijirea terenurilor agricole (43%), iar în mediul urban: extinderea/modernizarea locuinței (76%), cumpărarea de electrocasnice (74%), cumpărarea unui autoturism (37%) și cumpărarea unui calculator (34%).

Prezentăm mai jos distribuția geografică a populației cu cetățenie română care locuia în Spania în anul 2013 (figura 9). Datele arată o concentrare a populației ce cetățenie română în Comunitatea Madrid (216,695), Comunitatea Valencia (143,272), Catalonia (103,807), Andaluzia (102,352) și Castilla – La Mancha (95,264) - datele complete sunt prezentate în anexa 4. Harta prezentată în figura 9 prezintă raportul dintre numărul persoanelor cu cetățenie română și numărul total de persoane cu o altă cetățenie decât cea spaniolă. Analizarea din această perspectivă a distribuției populației cu cetățenie română ne arată o imagine diferită decât cea prezentată în numere absolute. Astfel, vedem că cea mai mare concentrare de români prin raportarea la numărul total de persoane străine o avem în regiunea Castilia – La Mancha unde la fiecare 1000 de imigranți - 431 au cetățenie română. Această provincie este urmată la o distanță relativ mică de Aragon cu 386 de români la fiecare 1000 de cetățeni străini și la o mai mare distanță de provincii precum La Rioja (290/1000), Extremadura (268/1000) și Madrid (226/1000). La nivel național, în anul 2013, la fiecare 1000 de cetățeni spanioli avem înregistrate 21 de persoane cu cetățenie română, respectiv la fiecare 1000 de persoane cu o altă cetățenie decât cea spaniolă 157 erau cu cetățenie română (vezi anexa 4).

Din totalul populației rezidente în Spania 11,8% sunt persoane cu o altă cetățenie decât cea spaniolă, iar din punct de vedere al concentrării teritoriale există câteva regiuni care au valori semnificativ peste media națională. Astfel, Insulele Baleare au o pondere de 20% persoane cu o altă cetățenie decât spaniolă, acestea fiind urmate de Comunitatea Valencia (16,9%), Murcia (15,7%), Catalonia (15,3%) și Comunitatea Madrid (14,8%). Cea mai scăzută pondere de străini în populația totală este înregistrată în Extremadura (3,8%), iar aici ponderea românilor din totalul străinilor este de 26,7%, o valoare mult peste media națională (vezi anexa 4)..

Figura 9. Distribuția geografică a populației cu cetățenie română care este rezidentă în Spania (2013)



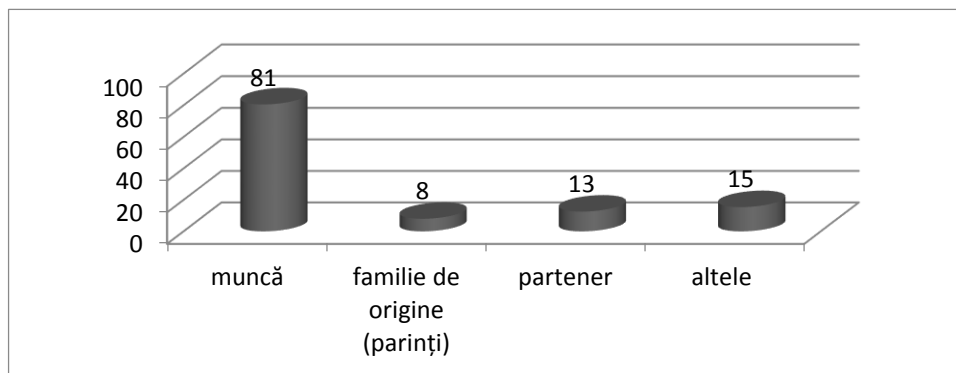
Sursa datelor: Institutul Național de Statistică al Spaniei – Datele sunt prezentate în Anexa 4

Model de citire: În Comunitatea Madrid din fiecare 1000 de persoane cu o altă cetățenie decât cea spaniolă 226 dețin cetățenie română.

Dintre cele patru țări de destinație pe care acest capitol le analizează, Spania este țara în care eșantionul a fost format în cea mai mare măsură din persoane care au declarat că au plecat din țară pentru a căuta un loc de muncă sau pentru a accepta o ofertă de muncă din străinătate (figura 10). Din acest punct de vedere, eșantionul de migranți români din Spania⁶⁴ are un profil asemănător cu Italia și relativ diferit de cel din Germania și Marea Britanie unde ponderea categoriei de persoane care au plecat pentru motive legate de muncă este mai scăzută. Aspectul este unul care nu poate fi ignorat într-o analiză a antreprenoriatului pentru că ne arată că aceste grupuri de migranți au o compoziție diferită, iar acest lucru este în directă legătură cu resursele pe care comunitățile românești le pot oferi persoanelor cu inițiative antreprenoriale.

⁶⁴ În cazul eșantionului din Spania renunțarea la categoria persoanelor fără școală sau doar cu studii primare a făcut ca eșantionul să fie format din 175 cazuri.

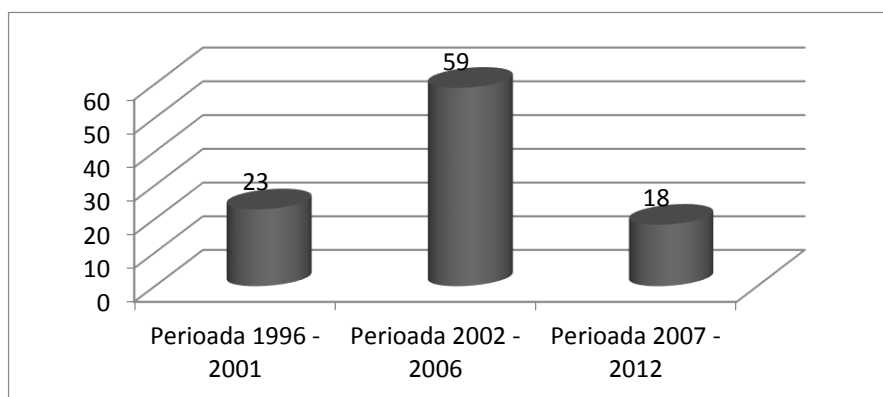
Figura 10. Structura eșantionului în funcție de motivul menționat pentru stabilirea în Spania



Sursa datelor: EUCROSS (prelucrare proprie)

Spania a apărut în spațiul de oportunități de migrație pentru cetățenii români după Germania și Italia, iar acest lucru este redat și de compoziția eșantionului românesc în funcție de perioada în care persoanele s-au stabilit la destinație. Figura 11 evidențiază rolul important pe care perioada 2002-2006 a avut-o în ceea ce privește structurarea fluxului de migrație dintre România și Spania. Dacă în cele două țări analizate anterior aveam o pondere importantă din eșantion care se stabilise la destinație până în 1995 (în Germania aproximativ 50%, iar în Italia aproximativ 20%), Spania a devenit o opțiune viabilă pentru migrația românilor după 1996 (figura 11). Mai mult decât în cazul Italiei, Spania și-a pierdut din atractivitate o dată cu manifestarea crizei economice, iar acest lucru se poate vedea și din numărul scăzut de persoane care s-au stabilit în Spania după 2007. Chiar dacă situația cetățenilor români s-a simplificat mult după ce România a dobândit statutul de membru al Uniunii Europene (vezi și tabelul 10 cu datele EUROSTAT din introducerea capitolului).

Figura 11. Structura eșantionului în funcție de perioada stabilirii în Spania (%)

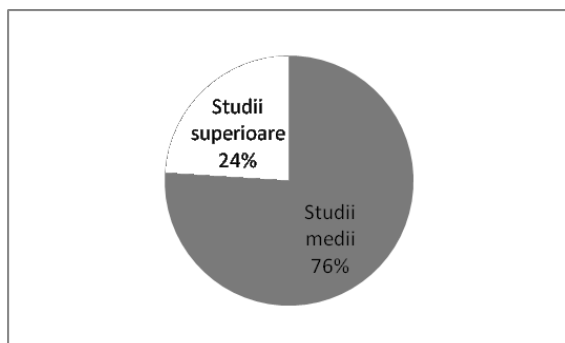


Sursa datelor: EUCROSS (prelucrare proprie)

Migranții români din Spania par să înregistreze un deficit serios în ceea ce privește stocul de capital uman. Așa cum am văzut, în cazul Germaniei ponderea persoanelor cu studii superioare era de

peste 45%, iar în Italia aceasta ajungea la 30 %. În cazul Spaniei doar 24% dintre respondenți au absolvit studiile superioare, iar aproximativ 75% din eșantion au nivel mediu de educație (figura 12).

Figura 12. Distribuția eșantionului din Spania în funcție de nivelul educației



Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare proprie)

Așa cum am văzut în cazul Germaniei distribuția pe categorii educaționale a eșantionului de migranți români poate avea efecte în ceea ce privește asumarea statutului de antreprenor (tabelul 12). Ponderea ridicată pe care o dețin persoanele cu educație de nivel mediu din totalul eșantionului de cetățeni români care locuiesc în Spania afectează intensitatea comportamentelor antreprenoriale pentru întreg eșantionul. Categoria persoanelor cu studii medii este cea pentru care diferența dintre români și spanioli este cea mai importantă (22% dintre cetățenii spanioli au statutul de antreprenor, iar dintre români procentajul corespunzător este de 9%).

Tabelul 17. Structura pe categorii educaționale a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

Tip de eșantion	Statutul pe piața muncii	Studii medii	Studii superioare
(A) Procente exprimate din totalul eșantionului:			
Cetățeni spanioli care trăiesc în Spania	Angajat/ă	24%	56%
	Antreprenor / antreprenorare	6%	11%
Cetățeni români care trăiesc în Spania	Angajat/ă	69%	20%
	Antreprenor / antreprenorare	7%	4%
(B) Procente exprimate din totalul fiecărei categorii educaționale:			
Cetățeni spanioli care trăiesc în Spania	Angajat/ă	78%	82%
	Antreprenor / antreprenorare	22%	18%
Cetățeni români care trăiesc în Spania	Angajat/ă	91%	82%
	Antreprenor / antreprenorare	9%	18%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare proprie).

În ceea ce privește categoria persoanelor cu studii superioare, tabelul 17 arată că nu există diferențe semnificative între cetățenii spanioli și cei români care trăiesc în Spania. Situația din

Spania pare să fie total opusă celei din Germania, iar acest lucru poate fi rezultatul contextelor de piață diferite din cele două țări.

Genul continuă să fie una dintre variabilele care trebuie luate în considerare pentru analizarea propensiunii spre comportamente antreprenoriale. În cazul Spaniei, migranții români de gen masculin se apropie de nivelul cetățenilor spanioli în ceea ce privește statutul de antreprenor, iar în cazul femeilor diferența este una semnificativă (16% dintre femeile spaniole sunt prezente pe piața muncii ca antreprenoare, în timp ce doar 8% dintre femeile cu cetățenie română se află într-o situație similară – vezi tabelul 18). Această diferență poate fi determinată de sectoarele economice în care activează migrantele din România, iar din acest punct de vedere Spania și Italia sunt asemănătoare doar până la un punct (în cazul româncelor din Spania munca în agricultură este mult mai prezentă decât în cazul Italiei).

Tabelul 18. Structura pe genuri a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

	Gen	Angajat	Antreprenor/ antreprenoare	NS/NR	Total
(A) Procente exprimate ca valoare din totalul eșantionului:					
Cetățeni spanioli care trăiesc în Spania	Masculin	38%	8%	1%	46%
	Feminin	45%	8%		53%
Cetățeni români care trăiesc în Spania	Masculin	35%	7%		42%
	Feminin	54%	4%		58%
(B) Procente exprimate ca valoare din totalul categoriei de gen:					
Cetățeni spanioli care trăiesc în Spania	Masculin	80%	20%		100%
	Feminin	84%	16%		100%
Cetățeni români care trăiesc în Spania	Masculin	81%	19%		100%
	Feminin	92%	8%		100%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare proprie).

Contextul de piață și oportunitățile antreprenoriale de care migranții români pot profita în Spania par să fie la un nivel superior celor din Germania și inferior celor din Italia. Din punct de vedere al genului, putem evidenția un nivel asemănător de implicare în activități antreprenoriale cu cel al femeilor cu cetățenie română din Germania. De asemenea, genul este un determinant mai important în cazul migranților prin comparație cu cetățenii țării de destinație (diferența dintre bărbații și femeile cu cetățenie spaniolă este de 4%, în timp ce cea dintre bărbații și femeile cu cetățenie română din Spania este de 11%). Principalele domenii spre care s-au orientat antreprenorii români din Spania sunt sectoarele de construcții și transporturi, acestea cumulând aproximativ 50% din totalul comportamentelor antreprenoriale.

V. 4 Marea Britanie

Statisticile oficiale înregistrau în anul 2012 un număr de 102 mii de persoane cu cetățenie română care aveau rezidența în Marea Britanie (așa cum am văzut în introducerea acestui capitol datele EUROSTAT înregistrau pentru 2013 peste 105 mii români în Marea Britanie). Admiterea României în U.E. și perioada de criză economică a făcut din Marea Britanie una dintre destinațiile atractive pentru migrații români, iar acest lucru se poate vedea și din rata de creștere din perioada 2008 și 2012 (tabelul 19). România ocupa în 2012 locul 12 în ierarhia stocurilor de cetățeni străini din Marea Britanie, dar pentru intervalul 2008-2012 rata de creștere a populației cu cetățenie română a fost una dintre cele mai crescute (182%) ceea ce a făcut ca aceasta să fie devansată doar de Lituania cu o rată de (219%).

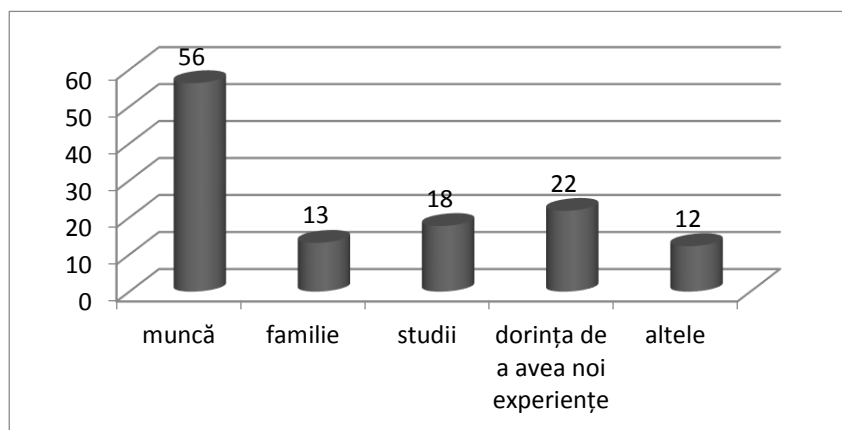
Tabelul 19. Stocul cetățenilor străini din Marea Britanie după principalele naționalități (2012)

	Naționalitate	Anul 2008	Anul 2012	Raportul dintre 2012 și 2008 (%)
1	Polonia	524	700	134
2	India	302	348	115
3	Republica Irlanda	333	314	94
4	Pakistan	186	180	97
5	SUA	143	158	110
6	Lituania	64	140	219
7	Germania	112	131	117
8	Italia	99	129	130
9	Franța	125	123	98
10	Portugalia	105	111	106
11	Nigeria	98	105	107
12	Romania	56	102	182
13	China	81	87	107
14	Bangladeș	79	81	103
15	Spania	61	79	130

Sursa datelor: Oficiul Național de Statistică din Marea Britanie (prelucrare proprie)

Fluxul migrației românești spre Marea Britanie are mai mulți determinanți, sau altfel spus, motivele din categoria muncă au un caracter mai nuanțat decât în cazurile Italiei și Spaniei. Trebuie să remarcăm că față de celelalte țări analizate anterior, în cazul Marii Britanii avem două categorii noi de motive pentru stabilirea în această destinație, respectiv categoria motivelor educaționale și cea asociată dorinței de a avea experiențe noi. Așa cum este de așteptat, atât studiile cât și dorința de nou și de aventură se asociază unei vârste mai scăzute (vârsta medie a eșantionului românesc din Marea Britanie este de 34,6 ani; în Germania aceasta este de 49, 8 ani, în Italia este de 43,2 ani, iar în Spania este de 37,8 ani).

Figura 13. Structura eșantionului în funcție de motivul menționat pentru stabilirea în Marea Britanie



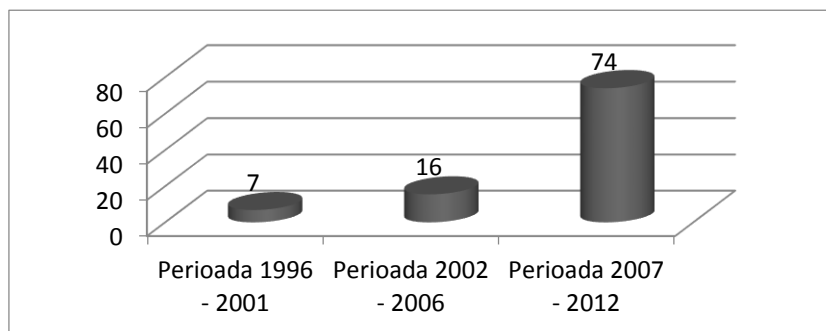
Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucare proprie)

Marea Britanie a apărut relativ târziu în aria de oportunități de migrație pentru cetățenii români. Distanța geografică mare, clima neprietenoasă și prețurile ridicate pentru chirii și celelalte cheltuieli uzuale au făcut ca aceasta să apară ca o destinație prea costisitoare pentru migranții români. Această imagine s-a schimbat o dată cu dobândirea dreptului la liberă circulație în spațiul european de către cetățenii români și cu apariția crizei economice care s-a manifestat mult mai puternic în țări precum Italia și Spania. Practic, Marea Britanie și alte destinații (precum cele din nordul Europei) apar ca noi variante de migrație pentru cetățenii români care doresc să emigreze și pentru care Italia și Spania nu mai sunt atractive. Chiar dacă este afectată de procedura de eșantionare folosită⁶⁵, figura 14 evidențiază că fluxul de migrație românesc spre Marea Britanie devine din ce în ce mai important. Privită din perspectiva teoriilor economice neoclasice din migrație, situația poate fi înțeleasă în termenii în care fiecare dintre țările de destinație sunt evaluate de către potențialii migranți iar la baza actului de emigrare stă un calcul rațional în ceea ce privește investirea capitalului uman sau în termenii lui Borjas (1989:461 apud. Castles și Miller, 2009:22) *“indivizii caută țara de rezidență care le maximizează bunăstarea... această căutare este constrânsă de resursele financiare ale individului, de legislația impusă imigranților de către posibilele țări de destinație și de legislația de emigrare din țara de origine. Pe piața imigrației informații variate sunt schimbate între indivizi și potențialele opțiuni sunt comparate”*. Așa cum am văzut în capitolele anterioare, o

⁶⁵ Procedura sondajului telefonic folosită în Germania, Italia și Spania s-a dovedit a fi imposibil de folosit într-o țară de destinație în care migranții români s-au stabilit de puțin timp și nu au avut timpul necesar pentru a acumula resursele necesare unei reședințe stabile pe timp îndelungat. Populația tânără și mobilă a fost mai simplu de interviuat prin tehnica de eșantionare a bulgăreului de zăpadă (au fost folosiți interviuatori vorbitori nativi de limba română și s-au stabilit puncte de pornire în orașe diferite din Marea Britanie (Londra, Manchester etc.).

astfel de abordare are limitele sale legate de calitatea slabă a informațiilor pe care indivizii le au despre destinație în momentul în care iau decizia de a emigra. Acest lucru nu înseamnă că indivizii nu vor adopta decizia de emigrare, ci doar că ipoteza calculului rațional pe care aceștia îl fac trebuie privită cu rezerve (vezi discuția lui Hayek despre cunoașterea perfectă prezentată în primul capitol al lucrării).

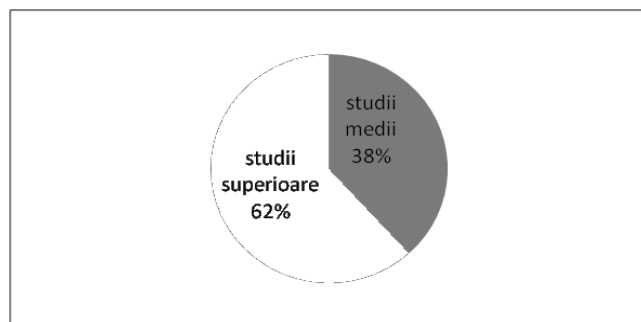
Figura 14. Structura eșantionului în funcție de perioada stabilirii în Marea Britanie (%)



Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare proprie)

Distribuția pe categorii educaționale a eșantionului românesc din Marea Britanie poate reprezenta un prim punct de discuție asupra politicilor de selecție a țărilor de destinație în ceea ce privește accesul și drepturile oferite migranților (Borjas, 1999). Politicile de imigrare ale Marii Britanii în ceea ce privește România au fost concentrate pe atragerea persoanelor cu o înaltă calificare. De asemenea, un lucru care nu trebuie ignorat poate fi asociat fluxului important de studenți români care studiază sau au studiat la universități din Marea Britanie. Aceste aspecte fac mult mai probabil faptul ca migranții din Marea Britanie să fie relativ diferiți de cei din Italia, Spania și Germania în ceea ce privește nivelul educației acumulate. În cazul eșantionului folosit în cercetarea EUCROSS ponderea persoanelor cu studii superioare a fost de 62% (vezi figura 15).

Figura 15. Distribuția eșantionului din Marea Britanie în funcție de nivelul educației



Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare proprie)

În cazul cetățenilor români din Marea Britanie raportul dintre stocul de capital uman și poziția de antreprenor este unul invers proporțional. O dată cu acumularea de capital uman crește probabilitatea ca persoana să prefere și să reușească să dobândească statutul de angajat/ă (acest lucru devine evident în cazul persoanelor care au absolvit forme ale învățământului superior în țara de destinație – din cele 56 de persoane care se găsesc în această situație doar 9 au statutul de antreprenor). Acest aspect ne conduce spre ipoteza potrivit căreia în Marea Britanie statutul de antreprenor reprezintă o formă de acces pe o piață a muncii cu restricții (până la 1 ianuarie 2014 Marea Britanie a menținut pe piața muncii o serie de restricții pentru persoanele cu cetățenie română, iar statutul de antreprenor era una dintre posibilitățile de a obține dreptul la muncă).

Tabelul 20. Structura pe categorii educaționale a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

Tip de eșantion	Statutul pe piața muncii	Studii medii	Studii superioare
(A) Procente exprimate din totalul eșantionului:			
Cetățeni britanici care trăiesc în Marea Britanie	Angajat/ă	19%	59%
	Antreprenor/antreprenorare	4%	14%
Cetățeni români care trăiesc în Marea Britanie	Angajat/ă	47%	17%
	Antreprenor/antreprenorare	16%	19%
(B) Procente exprimate din totalul fiecărei categorii educaționale:			
Cetățeni britanici care trăiesc în Marea Britanie	Angajat/ă	83%	81%
	Antreprenor/antreprenorare	16%	19%
Cetățeni români care trăiesc în Marea Britanie	Angajat/ă	47%	74%
	Antreprenor/antreprenorare	52%	25%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare și calcule proprii).

Statutul asumat pe piața muncii este în continuare legat de dimensiunea de gen. Cu toate acestea, raportul dintre cetățenii britanici și cetățenii români se păstrează relativ constant pentru ambele genuri. Atât în ceea ce privește bărbații, cât și în ceea ce privește femeile cu cetățenie română șansele sunt de aproximativ două ori mai mari să se găsească în situația de antreprenor în comparație cu cetățenii britanici (bărbații cu cetățenie britanică înregistrează o valoare de 23%, iar bărbații cu cetățenie română 41%; femeile cu cetățenie britanică înregistrează o valoare de 14%, iar femeile cu cetățenie română 36%). Așa cum am observat în toate celelalte țări de destinație raportul dintre bărbați și femei în ceea ce privește statutul de antreprenor este unul net în favoarea bărbaților indiferent dacă vorbim de cetățenii țării de destinație sau de migrații români. În cazul migraților români din Marea Britanie distanța dintre bărbați și femei pare să fie mai scăzută decât în celelalte țări de destinație, iar raportul dintre cetățenii țării de destinație și migrații români se inversează în ce privește asumarea statutului de antreprenor.

Tabelul 21. Structura pe genuri a eșantioanelor în funcție de statutul pe piața muncii

Tip de eșantion	Gen	Angajat/ă	Antreprenor / Antreprenoare	Total
(A) Procente exprimate ca valoare din totalul eșantionului:				
Cetățeni britanici care trăiesc în Marea Britanie	Masculin	37%	11%	48%
	Feminin	45%	7%	52%
Cetățeni români care trăiesc în Marea Britanie	Masculin	22%	21%	43%
	Feminin	43%	14%	57%
(B) Procente exprimate ca valoare din totalul categoriei de gen:				
Cetățeni britanici care trăiesc în Marea Britanie	Masculin	77%	23%	100%
	Feminin	86%	14%	100%
Cetățeni români care trăiesc în Marea Britanie	Masculin	59%	41%	100%
	Feminin	64%	36%	100%

Sursa datelor: proiect EUCROSS (prelucrare și calcule proprii).

Exist cel puțin două variante de ipoteze de la care se poate porni în construirea unei explicații pentru nivelul mult mai mare de antreprenoriat al migranților români din Marea Britanie în comparație cu celelalte state de destinație la care ne-am uitat. Pe de o parte, am putea spune că nu este vorba de un nivel diferit al propensiunii spre comportamente antreprenoriale, ci mai degrabă este vorba de un antreprenorial situațional (Martínez et al., 2013) în care contextul de destinație și condițiile de pe piața muncii generează o astfel de situație (antreprenoriatul fiind una dintre puținele variante de accesare a pieței muncii). Pe de altă parte, procedura de eșantionare prin tehnica *bulgărelui de zăpadă* cu puncte de pornire din câteva mari orașe este probabil să fi influențat nivelul de antreprenoriat pe care cercetarea l-a înregistrat pentru Marea Britanie (zonele urbane și puternic dezvoltate fiind un mediu mai propice pentru inițiativele antreprenoriale).

Discuție asupra rezultatelor

Prima întrebare pe care o ridică analiza succintă a comportamentelor antreprenoriale pe care le înregistrează migranții români stabiliți în diferite state europene este: *Cât de comparabile sunt aceste destinații?* Datele pe care le-am avut la dispoziție nu ne permit un răspuns tranșant, dar ne arată că orice comparație (pe această dimensiune) dintre grupurile de migranți români aflați în destinații diferite este foarte greu de gestionat. Transferând discuția dinspre planul empiric spre cel teoretic, am putea să ne așteptăm ca diferențele în ceea ce privește comportamentele antreprenoriale ale migranților români să fie rezultatul regiunilor

diferite din care aceștia provin și deci a gradelor diferite de orientare antreprenorială pe care le au populațiile de origine din care aceștia au emigrat. Dacă luăm în considerare faptul că Italia este destinația preferată pentru Moldova, Spania pentru Muntenia, Germania pentru Transilvania și Banat, iar plecările spre Marea Britanie sunt concentrate în marile orașe (Sandu, 2014), atunci trebuie să ținem cont și de propensiunea diferită pe care o au locuitorii acestor regiuni spre comportamentele de tip antreprenorial (Mihalache și Croitoru, 2011). Pe de altă parte, contextul de la destinație poate să fie un factor determinant în ceea ce privește propensiunea spre antreprenoriat pe care o au imigranții. Portes (1998) evidențiază că în analizarea *modurilor de încorporare* a imigranților în contextul economic al țării de destinație putem distinge între trei niveluri diferite. Primul dintre acestea este asociat politicilor guvernamentale orientate spre grupuri specifice de imigranți (iar din acest punct de vedere, în anul 2013 existau diferențe semnificative de reglementare juridică a statutului imigranților români din Spania, Italia, Germania și Marea Britanie). Cel de-al doilea nivel implică modul în care imigranții proveniți dintr-o anumită țară sunt priviți de societatea civilă și opinia publică din țara de destinație (imaginea românilor nu este una pozitivă în niciuna dintre aceste destinații, dar trebuie să admitem că există diferențe semnificative, iar fobia britanică față de migranții români a atins apogeul chiar în perioada derulării acestei cercetări). Ultimul nivel de analiză pe care Portes îl propune este legat de caracteristicile comunității etnice pe care imigranții o formează la destinație (comunitățile românești din Spania și Italia se încadrează mai degrabă în ceea ce el numește comunități de muncitori, iar în cazul Marii Britanii istoria relativ scurtă a imigranților români la destinație a generat premisele pentru un grad mai scăzut de coeziune și o dispersare a românilor printre celelalte grupuri de populație).

Analizarea apariției comportamentelor antreprenoriale ca rezultat al jocului de piață ne arată o altă dificultate în realizarea unei comparații între aceste destinații. Fiecare țară de destinație analizată are un mediu economic cu trăsături specifice, iar intensitatea comportamentelor antreprenoriale în populația generală diferă de la o țară la alta. Antreprenoriatul imigranților români - privit în termeni de cerere și ofertă (Light și Rosenstein, 1998) – este specific condițiilor existente la destinație. Nivelul acestuia nu poate fi determinat doar de oferta antreprenorială pe care migranții români o prezintă, ci depinde în egală măsură și de cererea existentă pe piață. De asemenea, trebuie să menționăm că este posibil ca într-o populație în care inițiativa antreprenorială este valorizată sau chiar există o cultură

antreprenorială în rândul populației este posibil ca și imigranții să internalizeze aceste valori, iar propensiunea spre astfel de practici în interiorul grupului de imigranți să crească.

Sintetizând, am putea spune că atât factorii asociați originii regionale a imigranților români din diferite destinații, cât și caracteristicile contextului de destinație pot lăsa o amprentă puternică asupra opțiunii pentru statutul de angajat versus antreprenor. Bineînțeles, dincolo de aceste condiționări structurale – analizarea comportamentelor antreprenoriale ale migranților români trebuie să ia în considerare și caracteristicile individuale (genul, nivelul de educație și tipul de calificare sunt probabil unii dintre principalii factori care influențează opțiunea spre antreprenoriat în condiții favorabile manifestării acestor comportamente). Privit din această perspectivă, antreprenoriatul românesc în străinătate nu poate fi evaluat decât prin păstrarea ambelor populații de referință, respectiv societatea de origine (cu variațiile economice, sociale și culturale care caracterizează societatea românească în principal la nivel regional) și societatea de destinație (care nu este mai puțin diversă – în Italia contează mult dacă imigranții analizați locuiesc în Nordul sau în Sudul țării, în Marea Britanie - Londra oferă un mediu antreprenorial mult mai efervescent decât alte regiuni ale Regatului). Din acest punct de vedere, ultimul capitol al lucrării a introdus cititorul într-o problematică vastă care necesită o serie de noi date și cercetări pentru a vedea care sunt acele categorii de migranți români pentru care experiența de migrație joacă rolul unui catalizator al comportamentelor antreprenoriale.

Concluzii

Liberalizarea pieței și democratizarea vieții sociale și politice au reprezentat două dintre principalele rupturi ale României de după 1989 de cea din perioada precedentă. Recentul statut de stat membru al Uniunii Europene a asigurat dreptul la mobilitate intra-europeană pentru cetățenii României. Acestea sunt doar câteva dintre reperetele analizării modului în care România se schimbă. Nu vorbim despre viteza cu care aceasta se schimbă sau despre viteza cu care o parte a populației României și-ar dori ca acest proces să se desfășoare, ci mai degrabă despre apariția unor noi fenomene sociale pe care cercetătorii vieții sociale și economice trebuie să le aibă în vedere. O analiză asupra României de astăzi care ignoră importanța unor fenomene ca migrația internațională și antreprenoriatul, riscă să omită segmente de populație semnificative, atât din punct de vedere al numărului tot mai mare de persoane pe care acestea le includ, cât mai ales prin caracteristicile deosebite pe care aceste persoane le au. *Unul dintre principalele obiective ale acestei lucrări poate fi asociat evidențierii rolului privilegiat pe care aceste fenomene sociale ar trebui să-l aibă pe agenda cercetătorilor realității din România contemporană.*

Pentru a acoperi o arie cât mai largă de definiție a celor două fenomene și a relației dintre acestea, lucrarea folosește două perspective distincte, pe care, până la un punct, le considerăm complementare. Fiecare dintre perspective este focalizată asupra unei părți specifice a fenomenelor pe care le analizăm. Diferențele dintre cele două perspective utilizate pentru construirea acestei analize pot fi identificate atât în sfera teoretică, cât și în cea metodologică. Pe de o parte, analiza pornește de la modul în care indivizii își construiesc carierele de tip antreprenorial în condițiile în care aceștia locuiesc într-o altă țară decât cea de origine, iar în cazul nostru țara de destinație analizată este Austria. În acest sens, abordarea pornește dinspre individ spre mediul socio-economic în care acesta trăiește. Accentul fiind pus pe percepții, opinii, atitudini și comportamente de tip antreprenorial pe care le manifestă migranții români. Cea de-a doua parte a lucrării analizează nivelul de intensitate al comportamentelor antreprenoriale ale migranților români din alte patru destinații folosind date de sondaj rezultate din cercetarea EUCROSS, iar de această dată elementele de natură structurală sunt mult mai prezente.

Primul dintre obiectivele asumate de această volum a ținut de identificarea unor linii teoretice și a unor unelte conceptuale care să permită analizarea relației dintre experiența de migrație internațională și antreprenoriat. În acest sens, lucrarea a utilizat câteva dintre abordările clasice asupra antreprenoriatului focalizându-se asupra acelor concepte pe care le-am considerat ca potențiale punți de legătură între cele două fenomene socio-economice. Principalul reper folosit pentru pornirea pe acest drum poate fi asociat perspectivei schumpeteriene asupra antreprenoriatului și inovației. Conceptele asupra cărora analizele lui Schumpeter au fost concentrate au fost luate punct cu punct și analizate atât prin raportarea la alte teorii din domeniul antreprenoriatului, cât și din perspectiva aplicabilității pe care acestea o au pentru analizarea relației dintre antreprenoriat și migrație. *Interpretarea dată acestora nu este cu siguranță unica posibilă, iar unul dintre principalele aporturi pe care această lucrare le asumă ține de nota comparativă pe care aceasta a introdus-o în interpretarea teoriilor schumpeteriene și a celor din sfera Școlii Austriece de Economie.* De fapt, întrebarea ascunsă la care această parte a lucrării a dorit să răspundă poate fi formulată și în următorii termeni: *Pot fi încadrate analizele schumpeteriene asupra antreprenoriatului în linia Austrian Economics?* Răspunsul pe care primul capitol al lucrării îl conturează arată că între Schumpeter (economist și sociolog cu origini etnice austriece și formație intelectuală austriacă) și principalii reprezentanți ai Școlii Austriece de Economie pot fi trasate câteva linii clare de delimitare, iar acestea țin de perspectiva asupra apariției oportunităților pentru comportamente antreprenoriale, de tipul de cunoaștere necesar pentru inițierea și asigurarea succesului unui act antreprenorial, dar și de rolul atribuit antreprenorului și acțiunilor sale în desfășurarea pieței. Așa cum am văzut antreprenorul creionat de reprezentanții Austrian Economics are ca principală caracteristică învățarea din piață, pe când antreprenorul lui Schumpeter inițiază acel tip de acțiune capabil a schimba relevanța cunoștințelor existente în piață. Dincolo de aceste nuanțe diferite de raportare la antreprenor, se poate naște întrebarea: *care este tipul de antreprenor de care migrantul român cu orientări antreprenoriale se apropie?* În acest sens, ambele perspective pot aduce un plus de înțelegere asupra raporturilor pe care acesta le poate avea cu piața, iar în contextul analizei focalizate asupra migrației, trebuie să clarificăm despre care dintre piețe vorbim, respectiv piața țării de destinație, cea a țării de origine sau ambele.

Tipurile de orientări și comportamente antreprenoriale orientate spre țara de destinație, ilustrate pe baza cercetării de teren, ne ajută să înțelegem metafora schumpeteriană a „noilor

combinații” într-un nou sens. Astfel, de multe ori persoanele plecate din România pentru a munci în străinătate se găsesc în situația de a identifica resurse din afara sferei economice pentru inițierea și menținerea competitivității unei afaceri pe piață. În cazul în care acestea lansează o nouă afacere este foarte probabil ca principala resursă folosită să nu fie una de tip financiar, ci una identificabilă în sfera capitalului uman sau social (cu extindere către capitalul etnic, în condițiile în care aceștia folosesc forța de muncă a conaționalilor). Capitalul uman nu poate fi măsurat în acest caz nici prin numărul de ani de școală, nici prin diplomele pe care persoana respectivă le deține, ci trebuie să fie analizat în termeni de cunoștințe practice pe care acesta le are. Cu alte cuvinte, este mult mai probabil ca o persoană cu studii medii, dar cu cunoștințe și abilități din sfera practică (exemple reieșite din cercetările de teren: domeniul construcțiilor, repararea autovehiculelor etc.) să dezvolte un comportament antreprenorial orientat spre țara de destinație, comparativ cu o persoană cu studii superioare într-un domeniu teoretic. Un alt aspect ce ține de capitalul uman pe care indivizii îl utilizează în astfel de situații, poate fi asociat suprautilizării acestuia, fie că vorbim de un volum mai mare de muncă, fie că vorbim de diversitatea sarcinilor pe care aceștia și le asumă în cadrul afacerii. De asemenea, una dintre resursele transferabile dincolo de graniță poate fi identificată în experiențele antreprenoriale pe care individul le-a avut în țară. Utilizarea unor proporții mai mari din capitalul uman și social personal poate să fie o soluție de suplinire a capitalului financiar deficitar în cazul antreprenorilor români din străinătate.

Situația pare să fie diferită în momentul în care vorbim de investiții antreprenoriale orientate spre țara de origine a migranților. Astfel, de această dată, accentul poate să fie așezat pe dorința acestora de a investi capitalul economic acumulat într-o piață pe care o cunosc relativ bine și a cărei accesibilitate este mai ridicată decât cea a țării de destinație. Astfel de inițiative pot fi ilustrate prin investițiile imobiliare cu scopuri comerciale, respectiv de cumpărarea de imobile pentru ca acestea să fie apoi revândute sau închiriate. În acest caz, experiența de migrație și munca pe o piață mai bine plătită asigură migrantului un plus de competitivitate pe piața țării de origine. Alte tipuri de investiții antreprenoriale ce pot fi facilitate de experiența de migrație pot ține de transferul de tehnologie sau de “*know how*” dinspre țara de destinație, spre țara de origine. De cele mai multe ori, astfel de transferuri necesită relocarea migrantului în țara de origine, iar acest lucru nu este încă privit ca fiind o soluție viabilă în cazul migrației românești care nu are pentru moment decât o istorie relativ scurtă. Cercetarea calitativă realizată în Austria

ne-a permis să vedem rolul capitalului social pentru comportamentele antreprenoriale transnaționale. De cele mai multe ori, un astfel de comportament necesită ca individul să fie bine conectat în ambele piețe, iar în cazul migrației românești un exemplu în acest sens este cel al persoanelor care intermediază contracte de muncă. Mai puțin costisitoare decât celelalte tipuri de investiții antreprenoriale ilustrate anterior, practicile antreprenoriale transnaționale de acest tip necesită ca individul să dețină abilități sociale ridicate, să aibă capacitatea de a înțelege piața țării de destinație și să comunice cu potențialii parteneri din aceasta, dar și legături relativ constante în piața țării de origine.

Ultimul capitol al lucrării a oferit cititorului o imagine asupra eterogenității migrației românești. Abundența datelor prezentate a venit în sprijinul ideii că migrații români sunt diferiți de la o țară la alta: Italia și Spania sunt asemănătoare doar până la un punct, iar Marea Britanie și Germania par să aibă fiecare câte un profil cu specificitate ridicată. Datele de sondaj analizate ne-au permis raportarea migraților români la populația cu cetățenia țărilor de destinație chiar dacă nu putem vorbi de reprezentativitatea eșantioanelor de migrați extrase. Diferențele dintre migrații români în ceea ce privește propensiunea către comportamentele antreprenoriale sunt mari de la o țară la alta, iar caracteristicile structurale ale destinației au un rol semnificativ în acest sens. De asemenea, analizarea migrației românești trebuie să țină cont de diferențele de compoziție a stocurilor de migrați fie că vorbim de distribuția pe genuri, pe nivele de educație sau de calificarea profesională.

Capătul drumului pe care cititorul l-a parcurs prin această carte ar trebui să fie o mai bună înțelegere a mecanismelor schimbării României, iar antreprenoriatul și migrația au fost utilizate de autor ca repere analitice pentru atingerea acestui obiectiv. Prin utilizarea unui spectru teoretic divers și a unor metodologii ce țin atât de sfera calitativă, cât și de cea cantitativă a analizei sociologice, cartea a scos în evidență câteva dintre principalele întrebări referitoare la antreprenoriatul economic, la migrația internațională pentru muncă și la relația dintre aceste două fenomene. Mai mult decât atât, cele trei capitole de cercetare au oferit câteva dintre răspunsurile posibile la aceste întrebări, creionând totodată și direcțiile în care o astfel de cercetare poate fi extinsă.

ANEXE

Anexa 1. Evoluția ratei șomajului în statele membre ale Uniunii Europene (2000-2012)

	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Belgium	6.9	7.5	8.4	8.5	8.3	7.5	7	7.9	8.3	7.2	7.3
Bulgaria	16.4	18.2	12.1	10.1	9	6.9	5.6	6.8	10.3	11.3	12.2
Czech Republic	:	:	:	:	:	:	:	6.7	7.3	6.7	7
Denmark	4.3	4.6	5.5	4.8	3.9	3.8	3.4	6	7.5	7.6	7.5
Germany	8	8.7	10.5	11.3	10.3	8.7	7.5	7.8	7.1	5.9	5.5
Estonia	13.6	10.3	9.7	7.9	5.9	4.6	5.5	13.8	16.9	12.5	10.2
Ireland	4.2	4.5	4.5	4.4	4.5	4.7	6.4	12	13.9	14.7	14.8
Greece	11.2	10.3	10.5	9.9	8.9	8.3	7.7	9.5	12.6	17.7	24.3
Spain	11.7	11.4	10.9	9.2	8.5	8.3	11.3	18	20.1	21.7	25
France	9	8.3	9.3	9.3	9.2	8.4	7.8	9.5	9.7	9.6	10.2
Italy	10	8.5	8	7.7	6.8	6.1	6.7	7.8	8.4	8.4	10.7
Cyprus	4.8	3.6	4.7	5.5	4.7	4.1	3.8	5.5	6.5	7.9	12.1
Latvia	13.7	12.8	11.2	9.6	7.3	6.5	8	18.2	19.8	16.2	14.9
Lithuania	16.4	13.8	11.3	8	5.2	3.8	5.3	13.6	18	15.3	13.3
Luxembourg	2.2	2.6	5	4.6	4.6	4.2	4.9	5.1	4.6	4.8	5
Hungary	6.3	5.6	6.1	7.2	7.5	7.4	7.8	10	11.2	10.9	10.9
Malta	6.7	7.4	7.2	7.3	6.9	6.5	6	6.9	6.9	6.5	6.5
Netherlands	3.1	3.1	5.1	5.3	4.4	3.6	3.1	3.7	4.5	4.4	5.3
Austria	3.6	4.2	4.9	5.2	4.8	4.4	3.8	4.8	4.4	4.2	
Poland	16.1	20	19.1	17.9	13.9	9.6	7.1	8.1	9.7	9.7	10.1
Portugal	4.5	5.7	7.5	8.6	8.6	8.9	8.5	10.6	12	12.9	15.9
România	6.8	7.5	8	7.2	7.3	6.4	5.8	6.9	7.3	7.4	7
Slovenia	6.7	6.3	6.3	6.5	6	4.9	4.4	5.9	7.3	8.2	9
Slovakia	18.9	18.8	18.4	16.4	13.5	11.2	9.6	12.1	14.5	13.6	14
Finland	9.8	9.1	8.8	8.4	7.7	6.9	6.4	8.2	8.4	7.8	7.7
Sweden	5.6	6	7.4	7.7	7.1	6.1	6.2	8.3	8.6	7.8	8
United Kingdom	5.4	5.1	4.7	4.8	5.4	5.3	5.6	7.6	7.8	8	

Sursa: Eurostat

Anexa 2. Tabel (A) Fluxurile de migrație din Austria în perioada 2008-2011

Stat de origine/destinație Anul	Număr de imigranți			Număr de emigranți			Sold		
	2008	2010	2011	2008	2010	2011	2008	2010	2011
Total	110074	114398	130208	75638	86703	94604	34436	27695	35604
EU-MS, EEA, CH	6083	64209	76629	38129	43974	5062	22701	20235	26009
EU-MS till 1995 (14)	30335	29868	31383	18464	20486	23224	11871	9382	8159
Belgium	308	312	381	223	260	285	85	52	96
Denmark	147	178	203	166	206	195	-19	-28	8
Germany	21881	20141	20147	11889	13187	14921	9992	6954	5226
Finland	269	330	339	242	227	313	27	103	26
France	1059	987	1115	748	890	947	311	97	168
Greece	395	574	940	368	357	420	27	217	520
UK	1438	145	1663	1337	1313	1594	101	137	69
Ireland	154	218	276	161	165	180	-7	53	96
Italy	2024	2515	2699	1295	1589	184	729	926	859
Luxemburg	95	101	91	67	82	56	28	19	35
Netherlands	863	929	948	611	683	739	252	246	209
Portugal	352	459	586	237	308	316	115	151	270
Sweden	355	405	392	399	389	425	-44	16	-33
Spain	995	1269	1603	721	830	993	274	439	610
EU-MS 2004 (10)	17349	17977	26497	11491	13071	15264	5858	4906	11233
Estonia	60	91	92	27	54	49	33	37	43
Latvia	107	206	317	50	104	136	57	102	181
Lithuania	195	268	323	130	155	168	65	113	155
Malta	23	19	23	17	22	21	6	-3	2
Poland	4459	4341	701	3414	3337	374	1045	1004	327
Slovakia	4999	4139	5657	2834	3196	3506	2165	943	2151
Slovenia	764	869	1476	595	651	798	169	218	678
Czech Republic	141	1324	1782	1166	1144	1319	244	180	463
Hungary	5304	6678	978	3231	4375	5496	2073	2303	4284
Cyprus	28	42	37	27	33	31	1	9	6
EU-MS 2007 (2)	11635	14723	17184	58	8263	9768	5835	646	7416
Bulgaria	2431	3198	3563	1111	1874	2167	132	1324	1396
România	9204	11525	13621	4689	6389	7601	4515	5136	602
CH/EEA (incl. assoc.small states)	1511	1641	1565	2374	2154	2364	-863	-513	-799
Liechtenstein	57	47	48	108	74	96	-51	-27	-48
Norway	128	114	132	151	125	138	-23	-11	-6
Switzerland	1276	1403	1321	2075	1922	2065	-799	-519	-744

Sursa: Statistik Austria

Tabel (B) Fluxurile de migrație din Austria în perioada 2008-2011

Stat de origine/destinație	Număr de imigranți			Număr de emigranți			Sold		
	2008	2010	2011	2008	2010	2011	2008	2010	2011
Third countries	49244	50189	53579	37509	42729	43984	11735	746	9595
Fosta Yugoslavie (excluding Sloven)	12229	14502	14648	9161	11084	12342	3068	3418	2306
Bosnia -Herzegovina	3053	2665	4044	2119	2006	2647	934	659	1397
Croatia	1872	179	1889	1795	1768	1682	77	22	207
Macedonia	1043	1424	1152	484	846	949	559	578	203
Serbia, Montenegro, Kosovo	6261	8623	7563	4763	6464	7064	1498	2159	499
Alte state europene, din care:	9524	805	818	5238	5948	6109	4286	2102	2071
Russian Federation	2932	2183	2629	1083	1514	1481	1849	669	1148
Turkey	5185	459	4112	3244	347	3798	1941	112	314
Ukraine	854	888	954	536	534	522	318	354	432
AFRICA, din care:	3585	3581	4145	2783	3342	3035	802	239	111
Egypt	647	566	757	505	524	561	142	42	196
Nigeria	803	812	751	899	1161	882	-96	-349	-131
Somalia	284	191	479	46	58	34	238	133	445
Tunisia	218	233	286	142	127	166	76	106	120
AMERICA, din care:	4388	4178	4642	45	4343	4392	-112	-165	250
Brasil	602	499	465	398	437	458	204	62	7
Canada	429	368	446	397	360	429	32	8	17
USA	2073	2033	2323	2881	2587	2582	-808	-554	-259
ASIA, din care:	10014	101	12886	5752	7468	7085	4262	2632	5801
Afghanistan	981	1297	2882	110	322	232	871	975	265
China (PR)	1136	1228	1378	945	1337	1184	190	-109	194
Georgia	510	326	317	381	509	357	129	-183	-40
India	970	991	1064	819	903	785	151	88	279
Irak	448	349	435	100	166	176	348	183	259
Iran	1751	1665	1396	655	731	689	1096	934	707
Japan	363	313	394	276	321	309	87	-8	85
Korea, Rep. (South-)	319	344	359	217	335	311	102	9	48
Mongolia	265	214	319	201	318	281	64	-104	38
Pakistan	440	479	934	234	352	442	206	127	492
Philippines	384	283	351	171	198	207	213	85	144
Syria	227	263	482	90	108	83	137	155	399
Thailand	390	396	430	217	266	321	173	130	109
OCEANIA	485	502	504	426	462	489	59	40	15
Unknown	8818	9276	8574	9314	10082	10532	-496	-806	-1958

Sursa: Statistik Austria

Anexa 3. Distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Germania (2013)

	Populație totală	Numărul cetățenilor străini	Număr cetățeni străini ce revin la 1000 de persoane din populația totală	Numărul cetățenilor români	Cetățeni români la 1000 de persoane	Cetățeni români la 1000 de cetățeni străini
Germania	80 715 982	6 927 716	85.8	267 398	3.3	38.6
Bayern	12 587 921	1 190 541	94.6	74 798	5.9	62.8
Thüringen	2 161 447	42 322	19.6	2 188	1.0	51.7
Saarland	991 540	73 484	74.1	3 720	3.8	50.6
Baden-Württemberg	10 623 527	1 261 306	118.7	60 447	5.7	47.9
Hessen	6 040 027	732 399	121.3	30 788	5.1	42.0
Rheinland-Pfalz	3 993 433	300 311	75.2	11 695	2.9	38.9
Mecklenburg-Vorpommern	1 597 057	34 689	21.7	1 203	0.8	34.7
Nieder-sachsen	7 791 958	479 667	61.6	15 614	2.0	32.6
Sachsen-Anhalt	2 245 917	48 864	21.8	1 507	0.7	30.8
Brandenburg	2 449 366	52 861	21.6	1 605	0.7	30.4
Nordrhein-Westfalen	17 563 784	1 721 382	98.0	49 154	2.8	28.6
Sachsen	4 044 209	95 841	23.7	2 702	0.7	28.2
Schleswig-Holstein	2 813 643	133 036	47.3	3 322	1.2	25.0
Bremen	655 751	79 301	120.9	1 624	2.5	20.5
Hamburg	1 748 788	234 496	134.1	3 247	1.9	13.8
Berlin	3 407 614	447 216	131.2	3 784	1.1	8.5

Sursa datelor: Statistisches Bundesamt (Oficiul Statistic Federal al Germaniei) <https://www.destatis.de>

Anexa 4. Tabelul. Distribuția teritorială a populației cu cetățenie română din Spania (2013)

	Populație totală	Cetățeni spanioli	Cetățeni străini	Cetățeni români	Ponderea persoanelor cu o altă cetățenie decât cea spaniolă din totalul populației (%)	Persoane cu cetățenie română ce revin la fiecare 1000 de spanioli	Persoane cu cetățenie română ce revin la fiecare 1000 de cetățeni cu o altă cetățenie decât cea spaniolă
Spania	47129783	41583545	5546238	870258	11.8	21	157
Andaluzia	8440300	7710575	729725	102352	8.6	13	140
Aragon	1347150	1173497	173653	67038	12.9	57	386
Asturia	1068165	1019771	48394	9682	4.5	9	200
Insulele Baleare	1111674	887268	224406	13704	20.2	15	61
Insulele Canare	2118679	1817445	301234	8756	14.2	5	29
Cantabria	591888	553358	38530	6933	6.5	13	180
Castilia-Leon	2519875	2355095	164780	30340	6.5	13	184
Castilia-La Mancha	2100998	1880079	220919	95264	10.5	51	431
Catalonia	7553650	6395178	1158472	103807	15.3	16	90
Comunitatea Valencia	5113815	4249924	863891	143272	16.9	34	166
Extremadura	1104004	1062327	41677	11184	3.8	11	268
Galicia	2765940	2655978	109962	9394	4.0	4	85
Comunitatea Madrid	6495551	5535430	960121	216695	14.8	39	226
Murcia	1472049	1241027	231022	13599	15.7	11	59
Navarra	644477	576585	67892	7901	10.5	14	116
Țara Bascilor	2191682	2042805	148877	17375	6.8	9	117
La Rioja	322027	277623	44404	12877	13.8	46	290

Sursa datelor: Institutul Național de Statistică al Spaniei (Estadística del Padrón Continuo) <http://www.ine.es>

Bibliografie:

- Akhurst J, Michal Janik, Margaret Szewczyk, et al. (2014) Polish Young Peoples' Narratives: Impacts of Living and Studying in the UK. *International Migration* 52: 192-208.
- Andronic V. (2008) Reconstrucția identității într-o instituție totală. Cazul badantelor române în Italia. *Sociologie românească* VI: 207-222.
- Avramescu T. (2009) The temporary migration from the rural environment abroad: socio-demographical profile and territorial characteristics. *Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Studia Europaea* 54: 73-87.
- Ban C. (2009) Economic Transnationalism and its Ambiguities: The Case of Romanian Migration to Italy. *International Migration* 50: 129-149.
- Basch L., Glick Schiller N. și Szanton Blanc C. (1994) *Nations unbound: transnational projects, postcolonial predicaments, and deterritorialized nation-states*, Basel: Gordon and Breach.
- Becker G.S. (1997) *Capitalul uman: o analiză teoretică și empirică cu referire specială la educație*, București: Editura All.
- Becker M.C. și Knudsen T. (2002) Schumpeter 1911. Farsighted Visions on Economic Development. *American Journal of Economics and Sociology* 61: 387-403.
- Becker P., Goldschmidt N. și Lenger A. (2013a) Institutional change and cultural roots. *University of Münster*.
- Becker P., Goldschmidt N. și Lenger A. (2013b) A next step towards a cultural approach to economics – A plea for qualitative methods. *EAEPE - Annual Conference - Paris*.
- Bevelander P. și Nielsen H., Skyt. (2004) Declining Employment Success of Immigrant Males in Sweden: Observed or Unobserved Characteristics? . In: Zimmermann K și Constant A (eds) *How Labor Migrants Fare*. Berlin: Springer – Verlag, 121-137.
- Biffel G. (2012) Migration and Labour Integration in Austria. *SOPEMI Report on Labour Migration Austria* Danube University Krems. Department for Migration and Globalisation.
- Bodvarsson Ö.B. și Van den Berg H. (2009) *The Economics of Immigration: Theory and Policy*, Berlin: Springer – Verlag Berlin
- Boettke P.J. și Storr V.H. (2002) Post-Classical Political Economy Polity, Society and Economy in Weber, Mises and Hayek. *American Journal of Economics and Sociology* 61: 161-191.
- Borjas G.J. (1992) National Origin and the Skills of Immigrants in the Postwar Period. In: Borjas GJ și Freeman RB (eds) *Immigration and the Work Force: Economic Consequences for the United States and Source Areas*. Chicago The University of Chicago Press.
- Borjas G.J. (1999) *Heaven's Door: Immigration Policy and the American Economy*, Princeton Princeton University Press.
- Carlin E.A. (1999) Schumpeter's Constructed Type – The Entrepreneur. In: Hanusch H (ed) *The Legacy of Joseph A. Schumpeter*. Northampton: Edward Elgar Publishing, 153-168.
- Casson M. (1990) Entrepreneurship. In: Blaug M (ed) *The International Library of Critical Writings in Economics*. Brookfield: Edward Elgar Publishing Company.
- Casson M. (2003) *The Entrepreneur. An Economic Theory (Second Edition)*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Casson M., Buckley P.J., Dark K., et al. (2010) *Entrepreneurship: Theory, Networks, History*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Castels S. și Miller M.J. (2009) *The Age of Migration. International Population Movements in the Modern World*, London: Palgrave Macmillan.
- Chiswick B., R. și Miller P.W. (2004) Immigrant Earnings: Language Skills, Linguistic Concentrations and the Business Cycle. In: Zimmermann K. și Constant A. (eds) *How Labor Migrants Fare*. Berlin: Springer – Verlag, 223-249.
- Chiswick B.R. (1999) Are Immigrants Favorably Self-Selected? *The American Economic Review* 89: 181-185.
- Chiswick B.R. (2010) *High-Skilled Immigration in a Global Labor Market*. Washington: American Enterprise Institute Press.
- Clemence R.V. and Doody F.S. (1966) *The Schumpeterian System*, New York: Sentry Press.
- Coleman J.S. (1990) *Foundations of Social Theory*, Cambridge, Massachusetts, and London, England: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Constan A. și Zimmermann K. (2011) Circular and Repeat Migration: Counts of Exits and Years Away from the Host Country. *Population Research and Policy Review* 30: 495-515.
- Croitoru A. (2011) Carl Christian von Weizsäcker, 2011, Homo Oeconomicus Adaptivus. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 2.
- Croitoru A. (2012) Recenzie la: Schumpeter, JA, 1934 (2008), The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*.
- Croitoru A. (2013a) Digging among the roots of entrepreneurship. *Journal of Community Positive Practices* XIII: 92-111.
- Croitoru A. (2013b) An insight into the nature of the relationship between migration and entrepreneurship. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 4: 105-125.
- Croitoru, A. (2014a) Despre natura relației dintre antreprenoriat și migrație. în *Studii în științele socio-umane*, edited by Mihai Aniței Liviu Papadima, Daniela Zaharia. București: Editura Universității din București.
- Croitoru A. (2014b) First trip abroad: expectations, experiences and stories of transnational Romanians. *Social Change Review*, Vol 12 (1): 43-71.
- Dăianu D., Voinea, L., Tolici, M. (2001) Balance of payments financing in Romania: the role of remittances. *Romanian Centre for economic policies, Bucharest, disponibil online la <http://pdc.ceu.hu/archive/00002165/>*.
- de Haas H. (2007) *Remittances, Migration and Social Development. A Conceptual Review of the Literature*. United Nations Research Institute for Social Development.
- Denzin N.K. (2009) *Qualitative Inquiry Under Fire. Toward a New Paradigm Dialogue*, Walnut Creek, California: Left Coast Press.
- Drucker P. (2006) *Innovation and Entrepreneurship: practice and principles*, London: HarperCollins Publishers Ltd.
- Dustmann C. și Mestres J. (2010) Remittances and temporary migration. *Journal of Development Economics* 92: 62-70.
- Faist T. (1999) Developing Transnational Social Spaces: The Turkish-German Example. In: Pries L (ed) *Migration and Transnational Social Spaces*. Aldershot: Ashgate, 36-72.
- Faist T., Fauser M. și Reisenauer E. (2013a) *Transnational Migration*, Cambridge: Polity Press.
- Faist T., Margit Fauser și Reisenauer E. (2013b) *Transnational Migration*, Cambridge: Polity Press.

- Favell A., Recchi E., Kuhn T., et al. (2011) The Europeanisation of Everyday Life: Cross-Border Practices and Transnational Identifications Among EU and Third-Country Citizens. *State of the Art Report EUCROSS Working Paper*.
- Fillieule R. (2010) The New Economic Sociology of Prices. An Analysis Inspired by the Austrian School of Economics. *American Journal of Economics and Sociology* 69: 668-692.
- Fouarge D. și Ester P. (2009) Understanding migration decisions in Eastern and Western Europe: perceived costs and benefits of mobility. In: Fassmann H, Haller M and David L (eds) *Migration and Mobility in Europe: Trends, Patterns and Control*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 51-72.
- Fullin G. și Reyneri E. (2011) Low Unemployment and Bad Jobs for New Immigrants in Italy. *International Migration* 49: 118-147.
- Funkhouser E. (1992) Mass Emigration, Remittances, and Economic Adjustment: The Case of El Salvador in the 1980s. In: Borjas GJ and Freeman RB (eds) *Immigration and the Work Force: Economic Consequences for the United States and Source Areas*. Chicago The University of Chicago Press, 135 -175.
- Glick Schiller N., Basch L. și Szanton Blanc C. (1992) *Towards a Transnational Perspective on Migration: Race, Class, Ethnicity and Nationalism Reconsidered*, New York: New York Academy of Science.
- Godenau D., Vogel D., Kovacheva V., et al. (2012) Labour Market Integration and Public Perceptions of Immigrants: A Comparison between Germany and Spain During the Economic Crisis. *Comparative Population Studies* 37: 55-75.
- Granovetter M. (1983) The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited. *Sociological Theory* 1: 201-233.
- Granovetter M. (2001) The Strength of Weak Ties. In: Grusky DB (ed) *Social Stratification. Class, Race, and gender in Sociological Perspective*. Boulder: Westview Press.
- Grigoraș V. (2006) Veniturii și investiții din migrație. In: Sandu D (ed) *Locuirea temporară în strinătate: migrația economică a românilor: 1990-2006*. București: Fundația pentru o Societate Deschisă.
- Gunning P.J. (1991) *The New Subjectivist Revolution: an Elucidation and Extension of Ludwig von Mises's Contributions to Economic Theory*, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Gunning P.J. (1997) The Theory of Entrepreneurship in Austrian Economics. In: Keizer W, Tieben B and Zipp Rv (eds) *Austrian Economics in Debate*. London: Routledge, 172-192.
- Györfy L-Z., Petre S., Matis D., et al. (2009) Raport privind activitatea antreprenorială în România 2008. In: (GEM) TGEM (ed). Cluj-Napoca: London Business School and Babson College.
- Hanquinet L. și Savage M. (2013) Europeanisation and Globalisation. *EUCROSS Working Paper*.
- Hanusch H. (1999) Schumpeter's Life, Work and Legacy. In: Hanusch H (ed) *The Legacy of Joseph A. Schumpeter*. Northampton,: Edward Elgar Publishing, ix – lxiv.
- Hayek F. (1958) *Individualism and Economic Order*, Chicago: University of Chicago Press.
- Hayek F. (1990a) Competition as a Discovery Procedure. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar, 185-197.

- Hayek F. (1990b) The Meaning of Competition. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar, 169-185.
- Hedström P. (1998) Rational imitation. In: Hedström P and Swedberg R (eds) *Social mechanisms : an analytical approach to social theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 306-329.
- Hestermann S. (2003) German-Turkish Diaspora and Multicultural German Identity: Hyphenated and Alternative Discourses of Identity in the Works of Zafer Senocak and Feridun Zaimoglu. In: Fludernik M (ed) *Diaspora and multiculturalism: common traditions and new developments*. Amsterdam: Rodopi, 329-375.
- Hochschild A.R. (2003) *The managed heart: commercialization of human feeling*, London: University of California Press Ltd.
- Homans G.C. (1958) Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology* 63: 597-606.
- Homans G.C. (1964) Bringing Men Back In. *American Sociological Review* 29: 809-818.
- Hormiga E. și Bolívar-Cruz A. (2012) The relationship between the migration experience and risk perception: A factor in the decision to become an entrepreneur. *Int Entrep Manag J*.
- Isilda M. și Landesmann M. (2013) The steadiness of migration plans and expected length of stay: based on a recent survey of Romanian migrants in Italy. Vienna: The Vienna Institute for International Economic Studies.
- Kirzner I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner I. (1990a) Entrepreneurship and the Equilibrating Process. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar, 73-80.
- Kirzner I. (1990b) Prices, the Communication of Knowledge, and the Discovery Process. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar, 197-211.
- Kirzner I. (1990c) Uncertainty, Discovery, and Human Action: A Study of the Entrepreneurial Profile in the Misesian System. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar, 122-143.
- Kirzner I. (1992) *The Meaning of the Market Process: Essays in the Development of Modern Austrian Economics*, London: Routledge.
- Kirzner I. (2001) *Ludwig von Mises: the man and his economics*, Wilmington: Delaware.
- Knight F.H. (2006) *Risk, Uncertainty and Profit*, New York: Dover Publications Inc. .
- Koehler J., Laczko F., Aghazarm C., et al. (2010) Migration and the Economic Crisis in the European Union: Implications for Policy. Brussels: International Organization for Migration, IOM.
- Kogan I. and Kalter F. (2006) The Effects of Relative Group Size on Occupational Outcomes: Turks and Ex-Yugoslavs in Austria. *European Sociological Review* 22: 35-48.
- Kurz H.D. (2008) Innovations and profits Schumpeter and the classical heritage. *Journal of Economic Behavior & Organization* 67: 263-278.
- Kurz H.D. (2012) Schumpeter's New Combinations. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung at 100. Universität Graz, RESOWI 4F, A-8010 Graz.
- Labrianidis L. și Hatziprokopiou P. (2010) Migrant Entrepreneurship in Greece: Diversity of Pathways for Emerging Ethnic Business Communities in Thessaloniki. *International Migration & Integration*: 193-217.
- Lachmann L.M. (1990) On the central Concept of Austrian Economics: Market Process. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar, 80-86.
- Lave J. (1996) The Practice of Learning. *Understanding Practice: Perspectives on Activity and Context*. Cambridge: Cambridge University Press, 3-35.

- Lavoie D. (2002) The Discovery and Interpretation of Profit Opportunities: Culture and the Kirznerian Entrepreneur. In: Sandye Gloria-Palermo, Peter Boettke and Boehm S (eds) *Modern Austrian Economics: Archeology of a Revival*. London: Pickering and Chatto, 97-117.
- Levie J. (2007) Immigration, In-migration, Ethnicity and Entrepreneurship in the United Kingdom. *Small Business Economics*: 143-169.
- Levitt P. (1999) Social Remittances: A Local-Level, Migration-Driven Form of Cultural Diffusion. *International Migration Review* 32: 926-949.
- Light I. și Rosenstein C. (1998) Expanding the Interaction Theory of Entrepreneurship. In: Alejandro P. (ed.) *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York: Russell Sage Foundation, 166-213.
- Lin X. și Tao S. (2012) Transnational entrepreneurs: Characteristics, drivers, and success factors. *J Int Entrep*: 50-69.
- Loasby B.J. (1999a) Entrepreneurs and Organisation. In: Hanusch H (ed) *The Legacy of Joseph A. Schumpeter*. Northampton: Edward Elgar Publishing, 168-182.
- Loasby B.J. (1999b) *Knowledge, Institutions and Evolution in Economics*, London: Routledge.
- Longva P. și Raaum O. (2004) Earnings assimilation of immigrants in Norway – A reappraisal. In: Zimmermann K and Constant A (eds) *How Labor Migrants Fare*. Berlin: Springer – Verlag, 55-71.
- López-Sala A. și Ferrero-Turrión R. (2009) New Times? Economic Crisis, geo-political transformation and the emergent migration order. *Annual Conference 2009 Centre on Migration, Policy and Society*, University of Oxford 1-19.
- Martinelli A. (1994) Entrepreneurship and Management. în: Smelser N.J. și Swedberg R. (eds) *Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press, 476 – 504.
- Martínez A.C., Saiz-Alvarez J.M. și Martínez C.C-A. (2013) Immigrant entrepreneurship: An International Comparison. *Revista de Economía Mundial*: 137-150.
- McCraw T. (2007) *Prophet of innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction*, Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.
- Menger C. (1994) Economy and Economic Goods. In: Israel K (ed) *Classics in Austrian Economics: a Sampling in the History of a Tradition*. William Pickering: London, 59-91.
- Mihalache F. și Croitoru A. (2011) *Mediul rural românesc: evoluții și involuții. Schimbare socială și antreprenoriat*, București: Editura Expert.
- Mihalache, Flavius. 2008. "O analiză transversală asupra declinului demografic al României în profil teritorial." *Sociologie Românească* (03-04):58-73.
- Mihalache F. (2010) Schimbarea profilului demografic și ocupațional al populației rurale: 1990-2009. *Calitatea Vieții*: 29-43.
- Miller R.L. și Brewer J.D. (2003) *The AZ of Social Research*. London: Sage Publications.
- Mises L. (1994) Market. în: Kirzner I (ed) *Classics in Austrian Economics: A Sampling in the History of a Tradition*. London: William Pickering 150-160.
- Morosanu L. (2013) Between Fragmented Ties and 'Soul Friendships': The Cross-Border Social Connections of Young Romanians in London. *Journal of Ethnic and Migration Studies*.
- Nee V. (2001) Postsocialist Stratification. In: Grusky DB (ed) *Social Stratification. Class, Race, and gender in Sociological Perspective*. Boulder: Westview Press, 846-891.
- Nelson R.R. (1999) Incentives for Entrepreneurship and Supporting Institutions. In: Hanusch H (ed) *The Legacy of Joseph A. Schumpeter*. Northampton: Edward Elgar Publishing, 182-199.

- Nowicka M. (2013) Positioning strategies of Polish entrepreneurs in Germany: Transnationalizing Bourdieu's notion of capital. *International Sociology* 28: 29-47.
- Oakley A. (1999) *The Revival of Modern Austrian Economics: A Critical Assessment of its Subjectivist Origins*, Northampton Edward Elgar Publishing.
- Parutis V. (2014) "Economic Migrants" or "Middling Transnationals"? East European Migrants' Experiences of Work in the UK. *International Migration* 52: 36-55.
- Perez S.F.O. și Fernandez A.J.M. (2006) Forest externalities, demography and rural development in inland Spain. *Forest Policy and Economics*: 109-122.
- Portes A. (1996) Globalization from Below: The Rise of the Transnational Communities. In: Smith KRPaW (ed) *Latin America in the World Economy*. Westport: Greenwood Press,, 151-168.
- Portes A. (1998) Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview,. In: Alejandro P (ed) *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. New York: Russell Sage Foundation, 1-42.
- Portes A. (2010) *Economic sociology : a systematic inquiry*, Princeton: Princeton University Press.
- Portes A., Guarnizo L.E. și Haller W.J. (2002) Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation. *American Sociological Review* 67: 278-298.
- Potot S. (2010) Transitioning strategies of economic survival: Romanian migration during the transition process. In: Black R, Engbersen G, Okolski M, et al. (eds) *A Continent Moving West? EU Enlargement and Labour Migration from Central and Eastern Europe*. Amsterdam: IMISCOE Research, Amsterdam University Press, 249-271.
- Pötzschke S. (2012) Measuring Transnational Behaviours and Identities. *EUCROSS Working Paper # 4*.
- Reisman D. (2004) *Schumpeter's Market. Enterprise and Evolution*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Reisz R.D. (2010) Optimism and Migration in Romanian Academia. *Journal of Social Research & Policy* 1: 91-97.
- Roeder A. (2011) Does Mobility Matter for Attitudes to Europe? A Multi-level Analysis of Immigrants' Attitudes to European Unification. *Political Studies* 59: 458-471.
- Rostas Z. și Stoica S. (2006) *Tur-Retur. Convorbiri despre munca în străinătate (vol. I)*, București: Editura Curtea Veche.
- Salamońska J., Baglioni L.G. și Recchi E. (2013) Navigating the European Space: Physical and Virtual Forms of Cross-Border Mobility among EU Citizens. *EUCROSS Working Paper*.
- Sandu D. (2000) Migrația circulatorie ca strategie de viață. *Sociologie românească*: 5-29.
- Sandu D. (2010a) *Lumile sociale ale migrației românești în străinătate*, Iași: Polirom.
- Sandu D. (2010b) Modernising Romanian society through temporary work abroad. In: Black R, Engbersen G, Okolski M, et al. (eds) *A Continent Moving West? EU enlargement and labour migration*. Amsterdam: IMISCOE Research, Amsterdam University Press, 271-289.
- Sandu D. (2012) (Re)embedding remittances into the lifeworlds of immigrants: contrasting social types. Bratislava: Central European Labour Studies Institute (CELSI).
- Sandu D. (2014) Multi-regional building to transnational fields of Romanian migration. *The Europeanisation of Everyday Life: Cross-Border Practices and Transnational Identifications Among EU and Third-Country Citizens* EUCROSS Working Paper
- Sandu D., Bleahu A., Grigoraș V., et al. (2006) *Living Abroad on a Temporary Basis. The Economic Migration of Romanians: 1990-2006*, Bucharest: Open Society Foundation.

- Sandu D. (2006) Locuirea temporară în străinătate. Migrația economică a românilor: 1990-2006, București: Fundația pentru o Societate Deschisă.
- Schiller N.G., Basch L. și Blanc-Szanton C. (2006) Transnationalism: A New Analytic Framework for Understanding Migration. *Annals New York Academy of Sciences*.
- Schiller N.G., Basch L. and Blanc C.S. (1995) From Immigrant to Transmigrant: Theorizing Transnational Migration. *Anthropological Quarterly* 68: 48-63.
- Schumpeter J.A. (1939) *Business Cycles: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, New York McGraw-Hill Book Company Inc.
- Schumpeter J.A. (1976) *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: George Allen & Unwin.
- Schumpeter J.A. (2008) *The Theory of Economic Development. An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, New Brunswick: Transaction Publishers.
- Schütz A. (1944) The Stranger: An Essay in Social Psychology. *The American Journal of Sociology* 49: 499-507.
- Schütz A. (1945) The Homecomer. *The American Journal of Sociology* 50: 369-376.
- Șerban M. și Grigoraș V. (2000) Dogenii din Teleorman în țară și în străinătate. Un studiu asupra migrației circulatorii în Spania. *Sociologie Românească*: 30-54.
- Șerban M. și Voicu B. (2010) Romanian migrants to Spain: in - or outside the migration networks a matter of time? *Revue d'etudes comparatives Est-Ouest* 41: 97-124.
- Shackle G.L.S. (1979) Imagination, Formalism, and Choice. In: Rizzo M (ed) *Time, Uncertainty, and Disequilibrium: Exploration of Austrian Themes*. Lexington: Lexington Books, 19-32.
- Shackle G.L.S. (1988) *Time and Thought: Selected Papers of G.L.S. Shackle*, London: The Macmillan Press Ltd.
- Shen I-L, Docquier F. și Rapoport H. (2010) Remittances and inequality: a dynamic migration model. *J Econ Inequal*: 197-220.
- Sigalas E. (2010) Cross-border mobility and European identity: the effectiveness of intergroup contact during the ERASMUS year abroad. *European Union Politics* 11: 241-265.
- Smith B.J. (1994) Aristotelianism, apriorism, essentialism. In: Boettke P (ed) *The Elgar Companion on Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar Publishing Company.
- Stănculescu M.S. și Stoiciu V. (2012) *Impactul crizei economice asupra migrației forței de muncă din România*, București: Editura Paideia.
- Stanek M. (2009) Patterns of Romanian and Bulgarian Migration to Spain. *Europe-Asia Studies* 61: 1627-1644.
- Stark O. (1993) *The Migration of Labor*, Cambridge: Blackwell Publishers.
- Stark O. și Fan C.S. (2010) A Theory of Migration as a Response to Occupational Stigma. Vienna: Institute for Advanced Studies.
- Statistik Austria și GfK Austria (2012) Migration & Integration. Zahlen, daten, indikatoren. Wien: Statistik Austria und GfK Austria.
- Stoica C.A. (2004) From Good Communists to Even Better Capitalists? Entrepreneurial Pathways in Post-Socialist Romania. *East European Politics & Societies* 18: 236-277.
- Swedberg R. (2002) The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Implication. In: Swedberg R (ed) *Entrepreneurship: The Social Science View*. Oxford: Oxford, University Press.
- Swedberg R. (2007) Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship. *Conference on Marshall, Schumpeter and Social Science*. Hitotsubashi University.

- Thornton P.H. (1999) The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology* 25: 19-46.
- Toth G. și Toth A. (2006) Orientarea antreprenorială. In: Sandu D (ed) *Locuirea temporară în străinătate*. București: Fundația pentru o societate deschisă, 49-53.
- Uccellini C.M. (2010) 'Outsiders' After Accession: The case of Romanian migrants in Italy, 1989-2009. *Political Perspectives* 4: 70-85.
- Urry J. și Larsen J. (2011) *The Tourist Gaze 3.0*, London: Sage Publications Ltd.
- Vertovec S. (1999) Conceiving and researching transnationalism. *Ethnic and Racial Studies* 22: 447-462.
- Vlase I. (2013a) "My Husband Is a Patriot": Gender and Romanian Family Return Migration from Italy. *Journal of Ethnic and Migration Studies*.
- Vlase I. (2013b) Women's social remittances and their implications at household level: A case study of Romanian migration to Italy. *Migration Letters* 10: 81-90.
- Voicu B. (2005) *Penuria Pseudo-Modernă a Postcomunismului Românesc*, Iași: Expert Projects.
- von Weizsäcker C.C. (2012) Homo Oeconomicus Adaptivus. *Graz Schumpeter Lectures*. Graz.
- Waldinger R., Aldrich H. și Ward R. (1990) Opportunities, Group Characteristics, and Strategies. In: Roger Waldinger, Harold Aldrich and Ward R (eds) *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*. London: Sage Publications Ltd., 13 - 49.
- Wang Q. (2010) Immigration and Ethnic Entrepreneurship: A Comparative Study in the United States. *Growth and Change* 41: 430-458.
- White L.H. (1990) Entrepreneurship, Imagination and the Question of Equilibration. In: Littlechild S (ed) *Austrian Economics*. Brookfield: Edward Elgar.
- Wubben E.F.M. (1997) Entrepreneurship, Interdependency and Institutions: the comparative advantages of the Austrian and post-Keynesian styles of thought. In: Keizer W, Tieben B and Zijp Rv (eds) *Austrian Economics in Debate*. London: Routledge, 192-220.
- Zappia C. (1997) Private Information, Contractual Arrangements and Hayek's Knowledge Problem. In: Keizer W, Tieben B and Zijp Rv (eds) *Austrian Economics in Debate*. London: Routledge, 264 - 284.
- Zinam O. (1974) Role of Consumer Preferences in an Economic System. *The American Journal of Economics and Sociology* 33: 337-350.

Scurtă prezentare a autorului

Alin Croitoru este sociolog, lector în cadrul Universității Lucian Blaga din Sibiu și cercetător al Centrului de Studii pentru Migrație (CeSMig), Universitatea din București, în cadrul căreia face parte din echipele de cercetare ale mai multor proiecte internaționale finanțate de Comisia Europeană pentru analizarea unor problematici asociate migrației.

Formarea academică a autorului se leagă de Facultatea de Sociologie și Asistență Socială (Universitatea din București) unde a absolvit programele de licență, masterat și doctorat (cu o teză de doctorat coordonată de profesorul Dumitru Sandu) și de Centrul Schumpeter din Graz (Austria) în cadrul căruia a beneficiat de un stagiul de mobilitate doctorală pentru un an academic (sub coordonarea profesorului Heinz D. Kurz).

Publicațiile anterioare ale autorului sunt expresia preocupărilor pentru probleme legate de antreprenoriat, migrație internațională și sociologie economică.

