

## Sumarul studiilor

**JUHÁSZ PÁL: PROBLEME RURALE. DESPRE GRIJILE ECONOMICE, SOCIALE ȘI POLITICE ÎN PRIVINȚA SPAȚIILOR RURALE.** Într-o analiză a problemelor actuale din spațiul rural ungar, articolul ne atrage atenția asupra utilizării anacronice a termenului de „societate rurală”. Intrarea în cotidian a relațiilor extra-rurale funcțional diferențiate, lărgirea fluxului inter-local, individualizarea viziunii asupra modului de viață, respectiv caracterul sacadat al sferei publice locale determină o mai mare deschidere din partea societății rurale. Articolul analizează din această perspectivă problemele actuale ale „spațiilor rurale”, folosind analizele sociologice, statistice și economice din ultimii ani, precum și concluziile trase din încercările alcătuirii proiectelor micro și macro regionale.

**KISS DÉNES: REFLECȚII TRANSILVĂNESE ASUPRA NOULUI SAT MAGHIAR.** Scopul articolului este transpunerea celor scrise de Juhász Pál în contextul transilvănean. Se întreabă dacă se regăsesc caracteristicile transformării societății rurale din Ungaria în satele transilvănene, iar dacă da, în ce măsură. Se analizează situația societății rurale din Transilvania conform structurii date de principalele afirmații din articolul lui Juhász, încercându-se o abordare cât mai cuprinzătoare a problemelor rurale din țară.

**CSATA ZSOMBOR: DETERMINAREA SOCIALĂ A APARIȚIEI ÎNTREPRINDERILOR ÎN LOCALITĂȚILE RURALE DIN SECUIME.** Articolul oferă o reprezentare cantitativă a actorilor instituționali din economia privată după schimbarea de regim, din cele trei județe din Secuime, prezintă trendurile longitudinale ale înființării firmelor și statisticile legate de viabilitatea asociațiilor economice. Pe baza unei hărți alcătuite în scopul ilustrării numărului de întreprinderi pe o mie de locuitori, se ajunge la concluzia că în explicarea diferențelor dintre comune, în ceea ce privește activitatea antreprenorială, alături de distribuția inegală a resurselor economice, trebuie luate în considerare și caracteristicile structurii sociale. Modelele create pentru nuanțarea interpretărilor arată că activitatea antreprenorială apare cu cea mai mare probabilitate în localitățile aflate în centrul județului, cu infrastructură dezvoltată, cu un nivel ridicat al indicatorilor de reproducție, cu un număr considerabil de locuitori calificați și ași pentru muncă.

**KOPASZ MARIANNA: BUNĂVOINȚĂ ȘI COMPETENȚĂ – SAU CELE DOUĂ COMPONENTE ALE ÎNCREDERII REFLECTATE DE ANCHETA UNEI ÎNTREPRINDERI DIN UNGARIA.** Articolul se bazează pe ancheta panel a 246 de firme din Ungaria, efectuată în anul 2003, de Catedra de Sociologie și Politici Sociale al Universității Corvinus, Budapesta.. Scopul principal al cercetării a fost analiza factorilor care influențează încrederea (încredere contractuală) clientului față de întreprinzători. Conform analizelor empirice, nivelul încrederii contractuale depinde de orizontul temporal al

planificării, de cooperarea anterioară a partenerilor și de atitudinea directorului întreprinderii în ceea ce privește încrederea în general, dar este independent de concentrația pieței. De asemenea, articolul dezbate problema dacă introducerea standardelor calitative ajută sau nu în formarea încrederii clienților în competența producătorilor.

ORBÁN ANNAMÁRIA–SZÁNTÓ ZOLTÁN: CAPITAL SOCIAL. Articolul prezintă variațiile sensului termenului de capital social, iar apoi oferă o definiție bazată pe sinteză. Se clarifică natura individuală și colectivă a conceptului, mecanismele de funcționare, efectele, diferitele viziuni legate de măsurarea sa. Autorii găsesc geneza capitalului social în situațiile cooperative repetitive ce pot fi reprezentate prin modelul „dilema-prizonierului” și conceptul bunurilor publice. În final, analizând posibilitățile creșterii capitalului social, oferă argumente în favoarea intervenției statale moderate.

LENGYEL GYÖRGY: SCHIȚĂ PRIVIND RELAȚIILE DINTRE SCHIMBAREA DE REGIM, SCHIMBAREA ELITEI ȘI TRANSFORMAREA PIEȚEI. Articolul analizează modul de relaționare dintre instituții și elite, în contextul schimbării de regim. Ideea principală afirmă că asincroniile născute în structura instituției și a elitei determină caracterul pașnic sau violent, controlat sau spontan al schimbării. Urmează apoi o prezentare a dimensiunilor circulației elitei, sunt abordate legăturile dintre modul în care are loc schimbarea elitei și schimbările instituționale. Analizând teoriile privind relația dintre schimbarea de regim și transformarea pieței, autorul concludă că putem vorbi de o schimbare de regim dacă acest lucru implică atât transformarea pieței cât și o transformare politică.

NAGY BENEDEK: UTILIZAREA INTERNETULUI, CA FORMĂ DE COMUNICARE ÎN SECUIME, ÎN MARKETINGUL LOCALITĂȚILOR. Bazându-se pe o cercetare empirică a paginilor Web ale localităților din Secuime, articolul analizează rolul Internetului în marketingul localităților. După o fundamentare teoretică – unde se prezintă apariția și extinderea marketingului urban de-a lungul secolului XX - sunt discutate comunicarea orașelor din Secuime, după 1989, și efectele structurii spațiului urban din Secuime asupra concepției marketingului. În analiza paginilor Web sunt urmărite perspectivele evidențiate de-a lungul „adaptării electronice” a orașelor, în ce măsură există sincronie dintre imaginea orașului ca produs și comunicare, dacă apar sau nu structurile simbolice, autentice sau create, care întăresc identitatea orașului și dacă sunt prezente informațiile indispensabile de natură economică, demografică și alte date de interes pentru publicul țintă.

PALKÓ EMÍLIA – SÓLYOM ZSUZSA: FUNDALUL SOCIO-CULTURAL AL RĂSPÂNDIRII ÎNTEPRINDERILOR. TIPURI DE ÎNTEPRINDERI ÎN DOUĂ SATE DIN SECUIME. Articolul analizează – aducând ca exemplu două sate din Secuime, Joseni și Ilieni - contextul socio-economic al apariției întreprinderilor după anul 1989. Mai întâi, este abordată problema resurselor economice care influențează diferențele teritoriale date de numărul și structura întreprinderilor. Urmează analiza contextului socio-cultural în care se răspândește comportamentul antreprenorial, iar apoi sunt schițate tipurile de întreprinzători. Una din ideile esențiale arată că potențialul antreprenorial rămâne similar chiar dacă diferă resursele naturale și situația economică, ceea ce subliniază

---

determinarea culturală a fenomenului. În schimb, formarea și dezvoltarea întreprinderilor sunt puternic influențate de contextul economic și resurse.

GÁBOS EDIT: AGENȚI ȘI GĂZDUITORI. REȚELE TURISTICE ÎN CAZUL ZETEA. Articolul prezintă rețelele de găzduire turistică, pe baza unui studiu al turismului din Zetea. Autoarea –sociolog, masterand al Universității Babeș Bolyai – încearcă să alcătuiască o nouă tipologie a celor implicați în procesul turismului. Sunt diferențiate trei tipuri de întreprinzători: găzduitorii ocazionali, găzduitorii permanenți și agenții de organizare a turismului. Folosind metoda observației și realizând interviuri, autoarea caută să răspundă la întrebarea cum anume se schimbă/s-au schimbat cele trei tipuri de întreprinzători. Adresa de e-mail a autoarei: [geditv@freemail.hu](mailto:geditv@freemail.hu).