

Co-extensiunea spațiilor de afaceri în era globalizării

O nouă logică a discursului economic

- Sinteza preliminară -

Alina Ionela Bădescu

Încadrarea lucrării: ce-am urmărit

Temeiurile teoretico-metodologice

„Boom-ul organizațiilor de generația a treia, de la cele specifice *e-commerce-ului*, *e-business-ului*, în genere, la cele dedicate *cercetărilor online*, *sau orchestrării rețelelor* etc. reprezintă una dintre fețele de noutate ale lumii noastre deopotrivă în planul ei structural-dinamic cât și în planul sistemelor ei de gândire: teorii, metode, viziuni și modele. Au apărut teorii noi, concepte surprinzătoare, sintagme îmbrăcate încă în forma unor neologisme greu de trecut în materia limbilor vernaculare (cu excepția limbii engleze care le-a oferit solul primar de cultivare lingvistică).”¹

O lucrare dedicată modelului organizațional al economiei mixte (convențional înțelegem prin economie mixtă una co-extinsă în mediul fizic și deopotrivă în cel virtual) și transformărilor de limbaj asociate ar trebui să lămurească mai întâi categoriile fondatoare ale unei asemenea abordări. Pe de altă parte, un studiu de acest gen trebuie să-și precizeze din start domeniul (cadrul disciplinar, multi sau interdisciplinar sau trans-disciplinar) pentru a preîntâmpina așteptările care n-ar fi putut să fie onorate de o lucrare ca cea pe care o prezentăm.

Prima secțiune a lucrării este dedicată unei succinte prezentări a problematicii ecologiei organizaționale (concepte, metode, teorii), trecerii de la ecologia organizațională la eco-economia morală. În capitolele II - IV vom stărui asupra eco-economiei discursului (medii culturale, modele economice și sisteme de gândire - limbaje) adiacente acelor medii găsim ilustrări pe cazul economiei clasice britanice, cu limbajul atașat mediului britanic al afacerilor, dominat de filosofia și deci de limbajul liber-schimbist, așa de bine ilustrat de marea dezbatere din Parlamentul britanic finalizată cu triumful deplin al liberalismului clasic și deci cu startul

¹ Alina I Bădescu (2014), *Competitivitatea și supraviețuirea organizațiilor*, cap I

ciclului internațional al paradigmei smith-iene și ricardiene. S-ar putea evoca, pentru ilustrarea tezei că variația mediului social al afacerilor induce reconstrucția limbajului economic, și cazul economiei protecționiste legată de mediul Zollverein-ului și de mediul economic și de gândire american (List și-a susținut primele conferințe despre protecționism în America hamiltoniană). În aceeași linie de demonstrație vom invoca exemplul neo-economiei britanice postbelice, cu triumful unui alt limbaj, limbajul keynes-ist, impus de conjunctura postbelică etc. Fiecare mediu a indus o transformare a limbajului economic, descoperindu-ne o foarte curioasă dependență ori solidaritate dintre un anumit limbaj și un mediu de afaceri mai puternic, justificând o abordare de eco-economia discursului.

O lucrare dedicată identificării unui altfel de discurs economic și deci fixării punctelor de reper al unui cadru nou de analiză a spațiului de afaceri este urgentă fiindcă dinamica mondială a afacerilor conduce într-acolo. În această nouă abordare am redefinit elementele spațiului de afaceri și procesele dinlăuntrul acestuia dimpreună cu dinamica sa ca întreg în lumina unei abordări de eco-economie morală sau culturală. Această nouă abordare integrează perspectiva ecologiei mediului de afaceri cu cea a economiei mediului organizațional ca mediu în care sunt depozitate conținuturi culturale sub formula organizațiilor, a etosului economic, a activelor intangibile de care depinde mărimea incrementală a unei afaceri. Am denumit această mărime „quasi-rentă” desemnând printr-o atare noțiune acele resurse unice greu sau imposibil de împrumutat. Academicianul Tudorel Postolache a denumit aceste active, într-un alt context analitic, „rentă de identitate”. Un cercetător al mediilor de afaceri va trebui să pornească de la evidența că în orice mediu de afaceri elementele pur economice co-există cu elemente non-economice, precum sunt, de pildă, organizațiile firmelor. Organizațiile delimitate de raza firmelor nu pot fi abordate numai ca niște cadre în care se derulează procese pur economice, fiindcă ele sunt totodată seturi complexe de normativități, de valori (chestiunea legitimității și deci a solvabilității unei firme, a angajamentului etc. are legătură cu această fațetă a lucrurilor). Toate aceste elemente non-economice ale actului economic pot fi delimitate cu o anumită aproximare printr-un concept, precum acela al capitalului social sau/și intelectual, deci al activelor intangibile, de a căror utilizare depinde quasi-renta sau renta de identitate. Acest parametru este decisiv în bătălia sau competiția mediilor de afaceri în întregul lor nu doar a companiilor considerate izolat. Ideea lucrării mele este că în lumea economiei mondializate se află în competiție nu doar firmele ci și mediile lor, nișele lor, societăți întregi uneori, cu toată cultura lor organizațională. Marile corporații au dobândit o așa de mare putere, încât, pot înghiți în fluxul lor societăți întregi uneori. Această nouă formă de expansiune economică a modificat radical înțelesul fostelor economii naționale, care, ca realități economice, au fost așa de radical

ambiguizate încât știința economică este somată să iasă din vechile sale cadre teoretice. Într-o asemenea abordare intervin realități noi și concepte noi precum este realitatea și noțiunea corelativă a lanțurilor valorice care leagă „aprovizionarea” de firmele producătoare și mai departe de firmele de retail. Un astfel de caz este cel dezvoltat de afacerile orchestrate ale fraților Fung pe care l-am prezentat, în schiță, în cartea mea dedicată competitivității organizațiilor. Vom reveni aici în chip aprofundat la exemplul lor și la teoria orchestrării pe care au elaborat-o pentru a explicita acest tip de raționalitate a rețelelor mixte (co-extinse în spațiul fizic și în cel virtual). Atât modul în care au orchestrat spațiul afacerii cât și teoria lor sunt exemple de transformare a discursului economic și de valorificare a quasi-rentei, adică a acelor active intangibile care le-au permis să controleze și deci să gestioneze un spațiu de afaceri de scară mondială. În fine, apariția spațiului virtual deschide problema „colonizării” acestuia, adică a ceea ce am denumit, în lucrarea mea de acum, spații de afaceri co-extensive sau co-existente, așa cum o atestă exemplul lui *Amazon.com*, *eBook* etc. Limbajul economic se transformă asumând un altfel de discurs, acela al eco-economiei morale sau culturale, prin care putem acoperi realitățile mixte - spiritual-economice, real-virtuale etc. - ale spațiilor de afaceri.

Lucrarea de față se încadrează în acea categorie de studii care se afirmă la punctul de inflexiune al științei economice, unde se constituie un tip de abordare pe care unii autori l-au denumit prin sintagme precum economia culturală, economia socială sau, mai recent, economia morală, economia civică etc. Lucrarea de față îmbină perspectiva ecologiei organizaționale, cu perspectiva socio-economiei culturale sau morale și cu teoria limbajelor speciale (în cazul acesta este vorba despre limbajul economiei organizaționale). Lucrarea nu este una de economie propriu-zisă fiindcă în acest domeniu competența mea este limitată, dar nici nu este străină de problematica economiei doar că interpretează economia ca pe un tip de *acțiune socială* care se derulează în medii specifice, „populate” de organizații diverse, dominate de paradigme sau sisteme de gândire și, mai presus de acestea, modelate de structuri bispațiate sau multispațiate, precum ar fi, de pildă, cele induse de economia spațiului virtual (în spațiul virtual) care se manifestă în pachet cu afacerile și deci cu economia din spațiul fizic. Abordarea aceasta nu trece de frontiera analizei socio-culturale și de specificul unei abordări de eco-economie morală, adică nu transgresează liniamentul teoriei mediului socio-cultural în care se derulează respectivele manifestări economice. Accentul este pus, așadar, mai mult pe raportul actorului social de tip economic cu dinamica mediilor de afaceri. De aceea, credem că se justifică o abordare de eco-economie morală, adică de teoria relației dintre mediul în care acționează actorul economic și actorul propriu-zis ca utilizator de bunuri materiale și simbolice, de limbaje, sisteme de gândire (de tipul teoriilor sau paradigmatelor dominante, definitorii pentru

un anume mediu economic) etc. În toate acestea accentul se pune pe prima componentă a termenului (pe componenta *eco-* din sintagma *eco-economie morală*), adică cea care ne previne că interesul abordării cade pe mediul unei acțiuni economice nu pe acțiunea economică propriu-zisă. Al treilea element al sintagmei (componenta terminologică: „morale”) ne previne că orizontul întregii abordări este cel de ordin moral, adică vizează vocația morală a actorului economic. În felul acesta și referențialul economic propriu-zis suportă modificări, fiindcă așează în nucleul comportamentului economic etosul, cultural sau, cu termenii recenți, capitalul social, simbolic sau cultural, activele intangibile, măsurabile prin ceea ce economistul român, Academicianul Tudorel Postolache, numește „renta de identitate”, iar teoriile managementului strategic o denumesc *cvasi-rentă*. Startul acestei abordări este, cum era de așteptat, ecologia organizațională, un domeniu de care m-am ocupat în cadrul tezei mele de doctorat. Punctul de forță a abordării de față este trecerea de la *ecologia organizațională* la *eco-economia morală*, prin care vom încerca să circumscriem noul tip de abordare.

Era „succesiunilor coexistente”

Ecologia organizațională de la care am pornit în abordarea mea este primul nivel, strict morfologic, al unei eco-economii morale a mediilor de afaceri. La acest nivel se plasează populațiile organizaționale și dincolo de ele începe analiza unor mecanisme și procese extrem de interesante, precum este și cel pe care l-aș putea denumi „colonizarea” spațiului virtual ca formă a co-extensiunii economice a afacerilor. Realitatea de start a noului tip de abordare nu mai este una pur economică, precum s-a precizat, ci una mixtă, compusă din elemente economice și elemente spirituale, din spații mixte, precum este spațiul fizic și virtual, așa cum ni se descoperă prin acel continuum *offline – online* al multor afaceri, al aproape tuturor afacerilor în era convergențelor multiple. Acest continuum este, la acest moment, extrem de volatil și faptul acesta induce procesului de „colonizare” a spațiului virtual caracter extrem de tensionat. Spațiul mixt a imprimat dinamicii afacerilor caracter de succesiuni co-existente, adică de evoluții concomitente și contradictorii, iar particularitatea aceasta a fost mai puțin cercetată. Suntem chemați, așadar, să începem prin a examina profilul acestor fenomene co-existente, fiindcă ele sunt cărămida din care se zidesc afacerile care evoluează prin relație de co-extensiune, adică sub formă de „evoluții coexistente” în spațiul real și în spațiul virtual. Grație co-existenței celor două spații, fizic și virtual, afacerile devin ele însele co-existente, adică se propagă în timp și în spațiu prin co-extensiune, prin „succesiuni coexistente”, cum le-

a definit economistul român, Academicianul Tudorel Postolache². Teoriei sale i se datorează fundamentarea noului discurs economic, care poate dizambigua înțelesul dinamicii afacerilor într-o eră cum este cea pe care doi profesori din Nebraska au denumit-o „era convergenței” pornind de la amploarea și caracterul decisiv al convergenței dintre nano-tehnologie, biotehnologie, tehnologia informației și științele cognitive. Dinamica afacerilor îmbracă această formă nouă a evoluțiilor co-existente. Mondializarea spațiului virtual a indus dinamicii afacerilor caracter de evoluție concomitentă. Orice afacere evoluează concomitent în cele două spații, propagându-se prin ceea ce am denumit eco-spațiere laterală, și noțiunea care ne ajută să facem comprehensivă noua dinamică a afacerilor este tocmai aceea a „succesiunilor co-existente”, pe care o datorăm, precum s-a menționat, Academicianului Tudorel Postolache. Acest fenomen planetar, reclamă, indiscutabil, o transformare a discursului economic, fără de care, emergența spațiului mixt, dimpreună cu toate implicațiile sale pentru dinamica afacerilor, rămân, într-o proporție alarmantă, în afara comprehensiunii. Analiza afacerilor nu poate să devină fundament pentru afirmarea noului management adaptat transformării planetare a mediului de afaceri dacă discursul cerut de analiza dinamicii lor nu va fi restructurat. Emergența spațiului mixt și specificul fenomenelor co-existente se constituie în factorii care cer în chip prezent o asemenea restructurare a discursului economic. Este necesar, așadar, să pornim chiar cu această întrebare: ce sunt fenomenele co-existente și cum se propagă ele în timp și în spațiu? Este poate necesar să facem o precizare preliminară referitoare la încadrarea acestui gen de lucrare. Ea nu este una strict economică ci vine spre problematica discursului economic dinspre un tip specific de hermeneutică economică situându-se la intersecția abordărilor de economia culturii, hermeneutica limbajului economic, ecologia populațiilor organizaționale și economia morală a spațiului de afaceri (nu a afacerilor propriu-zise, chestiune care ține de competența strictă a unui economist). Pentru a sugera specificul acestui gen de abordare am propus sintagma *de eco-economie morală sau culturală a spațiului de afaceri*. Este evident, dintr-un atare titlu, că domeniul abordat de mine este foarte aproape de marketingul cultural al afacerilor, adică de căutarea acelor condiții ale dinamicii spațiului de afaceri care decid asupra șansei unei afaceri date și deci a unei firme pe piața firmelor care se confruntă pentru a cuceri noile piețe, precum este *pieța online*. Această sintagmă individualizează abordarea mea și sugerează partea de originalitate a demersului pe care l-am întreprins dezvoltând problematica pe care am abordat-o în cartea deja editată dedicată

² Cf Acad. Tudorel Postolache, *Vers un ideal praticable*, Ed Academiei, 2008

cercetării competitivității afacerilor în lumina ecologiei populațiilor organizaționale. Interesul meu pentru acest gen de cercetări s-a născut în perioada celor trei ani de studii ca team-manager în cadrul unei firme de marketing research de mare notorietate, parte a companiei internaționale IPSOS. Specificul studiilor de marketing pe paneluri online de firme mi-a atras atenția supra marii competiții dintre marile și micile companii pentru cucerirea sau „colonizarea” spațiului virtual. Din acel moment am continuat să studiez acest fenomen, realizând un doctorat în domeniu concomitent cu urmarea unei pregătiri de scurtă durată în domeniul comunicării la Cambridge pentru a relua această problematică în cadrul și cu suportul acestui program postdoctoral. Preocuparea aceasta face parte dintr-o serie de studii și cercetări prin care am încercat să aprofundez un domeniu oarecum nou, acela al eco-economiei morale, domeniu mai aproape de ecologia organizațională și de marketingul cultural al afacerilor (nu al produsului) dată fiind amploarea afacerilor care se propagă în rețea acoperind lanțuri valorice de scară transcontinentală cel mai adesea. Asemenea afaceri și marketingul promovării lor în medii culturale diverse, precum și specificul co-evoluțiilor lor în medii mixte – real și virtual – reclamă o cercetare specială dintr-un unghi interdisciplinar în care se intersectează economia morală cu ecologia organizațională, marketingul cultural, cu sociologia spațiului virtual și deci a piețelor virtuale sau online etc. Cercetarea de acum este încă un pas spre ceea ce cred că ar putea să devină o economie spirituală a spațiilor de afaceri sau cu un termen compus, o *nooeconomie*³ (de la grecescul *nous* care, într-o accepție generală, înseamnă „spirit”). Partea care acoperă procesul de expansiune a unei afaceri în spațiul mixt – real și virtual – este cea care se apropie de noul marketing cultural și totodată cea care ne descoperă o categorie specială de fenomene pe care, sub influența și grație teoriei Academicianului Tudorel Postolache, le-am denumit „fenomene co-existente”. Ce sunt fenomenele co-existente? Iată prima întrebare pe care ne-o punem la startul demersului nostru străduindu-ne să încercuim și răspunsul.

Convergențele sunt „succesiuni coexistente”

Epoca postmodernă este marcată de intrarea în orizontul de interes al cercetării științifice mondiale a unor fenomene de incidență extraordinară asupra cărora suntem preveniți printr-un

³ Termenul a fost propus în cadrul grupului interesat de noul domeniu al „convergenologiei”, adică al științei convergențelor, lansată în contextul noului curent generat de studiile dedicate convergenței dintre nanotehnologie, biotehnologie, tehnologia informației și științele cognitive. Fenomenul convergențelor este unul universal, nereductibil la aceste convergențe speciale induse de tehnologiile convergenționiste, care induc instantaneu convergență (converging technology, cum o denumesc experții americani). Cf. studiul meu pe site-ul www.convergenology.com

raport recent al unui grup de savanți americani. Este vorba de raportul cu titlul: „Managing Nano-Bio-Info-Cogno Innovations. Converging Technology in Society”, editat de către William S Bainbridge și Michael C Roco, care au pus laolaltă contribuții ale echipei de experți americani susținută prin coordonarea celor doi experți și prin contribuția următoarelor instituții: National Science Foundation, National Science and Technology, Council's Subcommittee on Nanoscale Science, Engineering and Technology⁴. Raportul savanților americani atrage atenția asupra a ceea ce ei denumesc fenomene de convergență, pe care, dincoace de Atlantic, economistul român, Academicianul Tudorel Postolache, le-a denumit succesiuni „co-existente”. Ne vom referi la aceste fenomene în oglinda celor două concepte subliniind contribuția excepțională a Academicianului Tudorel Postolache pe linia afirmării acestei noi paradigme, pe care ne-am străduit s-o examinăm noi înșine ca pe una dintre rădăcinile ipotezei noastre asupra emergenței unui nou tip de discurs economic. Explozia studiilor dedicate convergenței și, prin efect secundar, a studiilor dedicate fenomenelor de co-extensiune, a condus la apariția unui domeniu științific nou, pe care l-au anunțat doi profesori din Nebraska propunându-i și denumirea: *Convergeconomics*. Profesorii americani atrag atenția asupra unei schimbări fundamentale în derularea afacerilor petrecută în secolul al 21-lea⁵ și datorată fenomenului convergenței dintre felurite arii și domenii. Convergența este un fenomen universal. Putem constata convergențe în tot timpul și la toată scara existenței. Distincția epocii noastre constă într-o asemenea escaladare a convergențelor încât cei doi profesori americani vorbesc despre o *eră a convergenței*. Ce este convergența? O definiție lărgită a termenului o găsim la autorii americani citați: „convergența este un rezultat al creativității umane, de regulă obținut prin operația de preluare a ideilor dintr-o arie experiențială spre a fi aplicate în alte arii”⁶. Unul dintre exemplele cele mai reprezentative de convergență a fost cea provocată de sistemele informației care au indus transformări în dinamica bazelor de date, a cunoașterii, a informației etc. Tehnologia a indus ea însăși convergențe pe care le sugerăm prin termenul încă

⁴ Din echipa raportului au mai făcut parte: Richard E. Albright, James Canton, Evan S. Michelson, Michael E. Gorman and James Groves, Thomas A. Finholt and Jeremy P. Birnholtz, Jim Hurd, James R. Baker, By Gary H. Bernstein, Leon O. Chua, Arpad I. Csurgay, Patrick Fay, Yih-Fang Huang, Wolfgang Porod, Angel Rodriguez-Vasquez, Botond Roska, Tamas Roska, Frank Werblin, and Akos Zarandy, Wrye Sententia, Zack Lynch, Robert St. Amant, Jim Spohrer, Douglas McDavid, Paul P. Maglio, James W. Cortada, George Khushf, James J. Hughes, Bruce E. Tonn.

⁵ There has been a fundamental change in how business is done in the 21st century. The driving force for the change is convergence in a number of areas. (op.cit. p 43)

⁶ Cf *Convergenomics, Strategic Inovation in the Convergence Era*, Sang M. Lee and David L Olson, University of Nebraska-Lincoln, USA, p 43: „Convergence is a result of human creativity, usually obtained by taking ideas from one area of experience and applying these ideas to other areas”.

ambiguu de *globalizare*. Una dintre contribuțiile teoriei fenomenelor co-existente secundată de ipoteza noastră asupra eco-economiei morale a spațiilor de afaceri (dezvoltate prin procese de co-extensiune) se referă și la străduința dezambiguizării noțiunii de globalizare. Teoria succesiunilor co-existente a dezambiguizat în chip radical termenul; teoria convergenței contribuie și ea la dezambiguizarea conceptului de globalizare. În cartea amintită, cei doi specialiști din Nebraska vorbesc, precum s-a amintit deja, despre o „eră a convergenței” deschisă de ceea ce ei denumesc „*revoluția convergenței*”. Părerea noastră este că cel ce-a pus fundația paradigmei convergenționiste este reputatul economist român, Academicianul Tudorel Postolache, în cartea dedicată *succesiunilor co-existente*. Domenii diferite ale științelor tehnologice nu mai evoluează separat, după modelul succesiunilor simple ci convergent, adică după modelul succesiunilor convergente. Succesiunea coexistentă a unor asemenea domenii, precum nanotehnologia, biotehnologia, tehnologia informației și știința cognitivă, a provocat o nouă direcție de studii pe care autorii raportului american o asimilează unei categorii noi, categoria convergențelor și paradigmei corelative care tinde să se autonomizeze, așa cum sugerăm noi înșine prin noțiunea compusă: *convergenologie*, știința convergențelor⁷. Ceea ce adăugăm noi, între altele, se referă la faptul că o convergență precum este aceea dintre cele patru domenii menționate se produce ea însăși după modelul descoperit de economistul român și anume acela al „succesiunilor co-existente”. În ceea ce mă privește, am subordonat categoriei *succesiunile coexistente* fenomenele de co-extensiune dat fiind rolul predominant al economicului în dinamismele micro și macro-structurale. Descoperirea fenomenelor de convergență și a rolului lor la scara mare și la cea mică se leagă, în lumina propriilor mele studii, de numele academicianului Tudorel Postolache. A nu sublinia lucrul acesta este mai mult decât miopie. Ne facem de aceea o datorie din a semna această contribuție⁸. Fenomenele de co-existență sau de convergență sunt de o largă diversitate. Abordarea lor unitară este însă un fenomen recent. În studiile mele am cercetat deja fenomenele de co-extensiune a spațiilor de afaceri mixte: fizic și virtual (online). Exemplificările pentru fenomene de convergență sau de co-existență sunt nenumărate. Apariția unei nișe noi, de exemplu, induce, în plan economic, o reacție de convergență sau de co-extensiune. Altfel spus, economia se grăbește să acapareze respectiva nișă la logica procesului economic aplicând noțiunile sale, calculele sale, obiectivele

⁷ Termen propus în cadrul grupului interesat chiar de studiul fenomenelor de convergență, așa cum s-a precizat în nota 2 din această lucrare.

⁸ Cf. A I Bădescu, *Convergențele sunt „succesiuni coexistente”*. Un capitol românesc al științei universale, capitol din lucrarea și studiul predat spre publicare revistei online „Sociologia azi” (cf www.sociologia-azi.ro/)

sale, raționamentele sale și, evident, paradigmele sale, la respectivul spațiu. Când nișa a fost atrasă în spațiul afacerilor deja vorbim despre spații de afaceri co-extinse (coexistente). Apariția spațiului virtual a devenit repede o arie de maxim interes pentru spațiul de afaceri și astfel, prin co-extensiune și deci, prin convergența celor două, au apărut *afacerile online*. Acestea sunt exemple de *fenomene co-extensive (de coexistență)*. Studiarea lor ne-a permis să atragem atenția asupra eco-economiei civilizaționale, domeniu anunțat de către Acad Tudorel Postolache în cadrul teoriei *succesiunilor coexistente* ajunsă la cititor prin apariția unei cărți de excepție, insuficient comentată.⁹ Fenomenele de co-extensiune sau de convergență sunt *fenomene secundare*, adică sunt induse de *fenomene primare*, precum ar fi inovațiile etc. Apariția spațiului virtual nu este nemijlocit un fenomen de co-extensiune sau de convergență economică, dar atragerea lui în câmpul afacerilor și inițierea unui nou tip de business, legat de spațiul online, este un fenomen de co-extensiune economică. Dacă economia n-ar fi devenit interesată de spațiul online n-am fi putut vorbi despre spații de afaceri co-existente sau co-extinse. *Economia spațiilor de co-extensiune este, așadar, domeniul de aplicație interdisciplinară al științei economice la studiul afacerilor ivite în spații co-existente (în exemplul nostru fiind vorba despre spațiile online paralele spațiului fizic și deci despre afacerile co-extinse în aceste spații virtuale)*. Ce este convergența? O definiție lărgită a termenului o găsim la autorii americani citați: „convergența este un rezultat al creativității umane, de regulă obținut prin operația de preluare a ideilor dintr-o arie experiențială spre a fi aplicate în alte arii”¹⁰. Pentru inovațiile din domeniul afacerilor, cei doi autori propun o diagramă a stadiilor de evoluție a convergenței, care mijlocește celui interesat accesul rapid la modelul interpretativ convergenționist aplicat în domeniul de cercetare a evoluției spațiilor de afaceri. Insistența noastră se explică prin paralelismul celor două perspective: convergenționistă și coexistențială (perspectiva fenomenelor de co-extensiune).

Convergență, co-extensiune, co-existență

Convergența este o ilustrare extrem de lămuritoare la ideea fenomenelor de co-extensiune. Inovațiile, ne previn cei doi autori, sunt efectul convergenței. Domeniile separate nu produc inovații dincoace de un prag critic. Dincolo de acest prag, numai convergența poate relansa actul creator și deci procesul inovator. Oamenii redevin creativi „când fac conexiuni absorbind

⁹ Cf Acad. Tudorel Postolache, *Vers un ideal praticable*, Ed Academiei, 2008

¹⁰ Cf *Convergenomics, Strategic Innovation in the Convergence Era*, Sang M. Lee and David L Olson, Iniversity of Nebraska-Lincoln, USA, p 43: „Convergence is a result of human creativity, usually obtained by taking ideas from one area of experience and applying these ideas to other areas”.

diverse perspective și idei”¹¹, adică reconstruind unitățile. Economia și toată societatea se află astăzi în fața acestui prag critic, pe care nu-l poate trece decât prin convergență, adică prin strategii dictate de dinamica fenomenelor de co-extensiune. Civilizațional vorbind, performanța în domeniul afacerilor este rezultatul exclusiv al fenomenelor de coextensiune, al convergențelor. Structurile stabile care-și pot transmite rețetele de succes de la o perioadă la alta, nu mai sunt rentabile, pentru că ele au devenit structuri închise. Economia performanței este fatalmente o economie a convergenței sau, cu termenul lui Lee și Olson, *Convergeconomics*, adică, spunem noi, o economie a spațiilor de afaceri co-extensive. „Abilitatea de a conecta idei trans-areale (trans-zonale) a crescut în cadrul culturilor (globalizare), al cunoașterii (digitalizare, integrarea tehnologică), în industrii, la frontierele economice, în cadrul avantajului strategic competitiv, și mai ales în strategia inovațiilor”¹². Economia postmodernă se confruntă cu provocarea mondială a spațiilor de afaceri co-extinse, capabile, altminteri spus, să genereze co-extensiuni, convergențe. Odată apărut spațiul online, domeniul afacerilor n-a mai putut ignora această nouă zonă de profitabilitate, astfel că a inițiat ample operații de co-extindere, de acaparare a noului spațiu în câmpul său de aplicație. Astfel s-au născut spațiile de afaceri co-extensive (co-extinse) și totodată s-a dezvoltat o nouă direcție în știința economică pe care Lee și Olson au denumit-o *Convergeconomics* (economia convergenționistă, distinctă evident de economia convergenței). În preocupările noastre, comune cu ceilalți colaboratori, am propus domeniul încă mai larg al convergenologiei¹³, al științei convergenței pur și simplu, ca fenomen specific de incidență universală. Altfel spus, astăzi nimeni și nimic nu se mai poate sustrage fenomenului de convergență. Orice tip de manifestare atrage după sine un act convergenționist (de convergență), încât a devenit imposibil să izolezi un fenomen de restul conexiunilor sale. Poate doar matematic s-ar putea construi sisteme abstracte bazate pe modelul fenomenelor pure, adică izolate. Nu există fenomene pure, ci fenomene co-extinse, adică absorbite de câmpuri convergenționiste. Oriunde se produce un fenomen se deschide un câmp de co-extinderi multiple, adică de convergență, de interconectare instantanee și deci ni se devoalează game întregi de *succesiuni co-existente*, cum le denumește

¹¹ Ibidem

¹² „The ability to connect ideas across areas has grown over cultures (globalization), knowledge (digitization, technology integration), industries, economic boundaries, strategic competitive advantage, and primary innovation strategy. The driving force of the economy in advanced countries has transitioned from agriculture to manufacturing and to knowledge-intensive service industries”, în ibidem.

¹³ Cf I Ciprian Bădescu, I Bădescu, Alina I Bădescu, „*Convergenologia, un domeniu al cunoașterii holiste*”, în *Sociologia azi*, 2015.

Acad Tudorel Postolache. Cazul afacerilor este unul particular. Oriunde apare un fenomen de tip economic, se creează un spațiu co-extensiv de afaceri. De aceea am și propus noțiunea de afaceri co-existente și, mai general, de fenomene co-existente. Acestea descriu câmpurile de convergență sau convergenționiste. Înainte de a prezenta câmpuri reprezentative de convergențe să insistăm asupra tipurilor de succesiuni coexistente, așa cum sunt ele delimitate de Academicianul Tudorel Postolache. Ambele operațiuni sunt necesare pentru a trasa drumul spre problematica afacerilor în spații co-extensive și deci spre prefigurarea aparatului conceptual al unei asemenea paradigme.

Ce sunt „fenomenele co-existente”¹⁴?

Anul 2008 este marcat de apariția unei cărți de valoare excepțională datorată Acad Tudorel Postolache, o carte pe cât de novatoare pe atât de necomentată. Cu câteva excepții, cartea n-a provocat o dezbateră pe măsură în revistele de profil, deși noutatea ei este de remarcat. Sunt totuși câteva intervenții de aducere în dreaptă lumină a valorii acestei cărți, dar intervențiile au rămas ele însele fără de efecte prea mari. Cartea economistului român apărea cam în același moment cu raportul menționat al unui grup de savanți americani, dedicat unui fenomen de incidență extraordinară pe care specialiștii nu l-au examinat cu toată atenția. Este vorba de raportul, deja amintit mai sus, cu titlul: *„Managing Nano-Bio-Info-Cogno Innovations. Converging Technology in Society”*, editat de către William S Bainbridge și Michael C Roco, care au pus laolaltă contribuții ale echipei de experți americani¹⁵. Am menționat la subsol toate numele savanților americani și pentru a sublinia modelul sănătos și eficient de propagare a unei inovații în cadrul unei culturi. Inaderența socială la o inovație îi diminuează așa de puternic

¹⁴ Domeniul fenomenelor co-extinse sau co-existente a devenit o preocupare specială pentru mine și a trecut din câmpul cercetărilor desfășurate în cadrul amintitului proiect postdrum într-un alt proiect de studiu pe care urmează să-l dezvolt în colaborare, dedicat celui de-al patrulea capitalism: cf I C Bădescu și A I Bădescu. *The Fourth Capitalism. Contribution to the Disambiguation of the Evolutionary Capitalism*, proiect în manuscris. Acest nou proiect nu beneficiază de nici un suport financiar ori instituțional și reprezintă rodul străduințelor proprii care îmbracă forma prelungirii cercetărilor realizate în cadrul amintitului program.

¹⁵ susținută prin coordonarea lui Mihail C. Roco și prin contribuția următoarelor instituții: National Science Foundation* National Science and Technology Council's Subcommittee on Nanoscale Science, Engineering, and Technology. *Din echipa raportului au mai făcut parte: Richard E. Albright, James Canton, Evan S. Michelson, Michael E. Gorman and James Groves, Thomas A. Finholt and Jeremy P. Birnholtz, Jim Hurd, James R. Baker, By Gary H. Bernstein, Leon O. Chua, Arpad I. Csurgay, Patrick Fay, Yih-Fang Huang, Wolfgang Porod, Angel Rodriguez-Vasquez, Botond Roska, Tamas Roska, Frank Werblin, and Akos Zarandy, Wrye Sententia, Zack Lynch, Robert St. Amant, Jim Spohrer, Douglas McDavid, Paul P. Maglio, James W. Cortada, George Khushf, James J. Hughes, Bruce E. Tonn*

eficacitatea încât aproape că o reduce la zero, adică o face ca și inexistentă. Raportul amintit aduce în orizontul de interes al cercetării științifice o categorie de fenomene speciale precum sunt cele pe care autorii raportului american tocmai citat le denumesc *fenomene de convergență*, din aceeași categorie cu cele pe care economistul român, Academicianul Tudorel Postolache, le-a denumit *succesiuni „co-existente”* (referirile sale aparținând mai degrabă epistemologiei științelor economice și ale civilizației). Explozia studiilor dedicate convergenței domeniilor și, prin efect secundar, *fenomenelor de coextensiune*, a condus la apariția unui domeniu științific nou, pe care l-au anunțat doi profesori din Nebraska, propunându-i și denumirea: *Convergeconomics*. Ce este convergența? O definiție lărgită a termenului o găsim la autorii americani citați: „*convergența este un rezultat al creativității umane, de regulă obținut prin operația de preluare a ideilor dintr-o arie experiențială spre a fi aplicate în alte arii*”¹⁶. Pentru inovațiile din domeniul afacerilor, cei doi autori propun o diagramă a stadiilor de evoluție a convergenței, care mijlocește celui interesat accesul rapid la modelul interpretativ convergenționist aplicat în domeniul de cercetare a evoluției spațiilor de afaceri. Insistența noastră asupra acestei noi direcții se explică prin paralelismul celor două perspective: convergenționistă și coexistențială (perspectiva fenomenelor de co-extensiune). Profesorii americani atrag atenția asupra unei schimbări fundamentale în derularea afacerilor petrecută în secolul al 21-lea¹⁷, datorată tocmai convergenței dintre felurite arii și domenii. Unul dintre exemplele cele mai reprezentative de convergență a fost cea provocată de *sistemele informației* care au indus transformări în dinamica bazelor de date, a cunoașterii, a informației etc. Tehnologia a indus ea însăși convergențe pe care mulți cercetători le desemnează prin termenul încă ambiguu de globalizare. Una dintre contribuțiile teoriei fenomenelor co-extinse se referă și la străduința dezambiguizării acestui concept. Teoria succesiunilor co-existente a dezambiguizat în chip radical termenul, teoria convergenței contribuie și ea la dezambiguizarea lui, *economia culturală a spațiilor de afaceri co-extinse* propune și ea contribuții speciale în aceeași direcție. În afirmarea acestei noi paradigme, noi vedem o spectaculoasă confirmare a teoriei fenomenelor de co-existență, studiate de economistul român. În cartea amintită, cei doi specialiști din Nebraska vorbesc despre o „eră a convergenței” deschisă de ceea ce ei denumesc „*revoluția convergenței*”. Agregarea celor patru mari domenii, nanotehnologia, biotehnologia,

¹⁶ Cf *Convergenomics, Strategic Inovation in the Convergence Era*, Sang M. Lee and David L Olson, Iniversity of Nebraska-Lincoln, USA, p 43: „Convergence is a result of human creativity, usually obtained by taking ideas from one area of experience and applying these ideas to other areas”.

¹⁷ There has been a fundamental change in how business is done in the 21st century. The driving force for the change is convergence in a number of areas. (op.cit. p 43)

tehnologia informației și știința cognitivă, este cea care a provocat noua direcție de studii pe care autorii raportului american o asimilează unei categorii noi, categoria convergențelor, și paradigmei corelative, care tinde să se autonomizeze, așa cum sugerăm noi înșine prin noțiunea compusă: convergenologie, știința convergențelor. Ceea ce adăugăm noi, între altele, se referă la faptul că o agregare de domenii ca cele patru menționate se produce ea însăși după modelul descoperit de economistul român și anume acela al „succesiunilor co-existente”. În ceea ce mă privește, am subordonat categoriei *succesiunilor coexistente* fenomenele de co-extensiune dat fiind rolul predominant al economicului în dinamismele micro și macro-structurale. Ne facem de aceea o datorie din a semnală această contribuție a academicianului Tudorel Postolache¹⁸. Fenomenele de co-existență sau de convergență sunt de o largă diversitate. Abordarea lor unitară este însă un fenomen recent. În studiile mele am cercetat deja fenomenele de co-extensiune a afacerilor în spații mixte: fizic și virtual (online). Exemplificările pentru fenomene de convergență sau de co-existență sunt nenumărate. Apariția unei nișe noi, de exemplu, precum este aceea a piețelor on-line, induce, în plan economic, o reacție de convergență sau de co-extensiune. Altfel spus, economia se grăbește să integreze respectiva nișă în logica procesului economic aplicând studierii și gestionării acesteia noțiunile sale, calculele sale, obiectivele sale, raționamentele sale și, evident, paradigmele sale. Când nișa a fost atrasă în spațiul afacerilor deja vorbim despre spații de afaceri co-extinse (coexistente). Apariția *spațiului virtual* a devenit repede o arie de maxim interes pentru dinamica afacerilor și astfel, prin co-extensiune și deci, prin convergența celor două, au apărut *afacerile online*. Acestea sunt exemple de *fenomene co-extensive (de coexistență sau co-extinse)*. Studiarea lor ne-a permis să atragem atenția asupra eco-economiei civilizaționale, domeniu anunțat de către Acad Tudorel Postolache în cadrul teoriei *succesiunilor coexistente*.¹⁹ Fenomenele de co-extensiune sau de convergență sunt *fenomene secundare*, adică sunt induse de *fenomene primare*, precum ar fi inovațiile etc. Apariția spațiului virtual nu este nemijlocit un fenomen de co-extensiune sau de convergență economică, dar atragerea lui în câmpul afacerilor și inițierea unui *nou tip de business*, legat de spațiul online, este un fenomen de co-extensiune economică. Dacă economia n-ar fi devenit interesată de spațiul online n-am fi putut vorbi despre spații de afaceri co-existente sau co-extinse. *Economia spațiilor de co-extensiune este, așadar, domeniul de aplicație interdisciplinară al științei economice la studiul afacerilor în spații co-existente (în*

¹⁸ Cf. A I Bădescu, *Convergențele sunt „succesiuni coexistente”*. Un capitol românesc al științei universale, capitol din lucrare și studiu predat spre publicare revistei online „Sociologia azi” (cf www.sociologia-azi.ro/)

¹⁹ Cf Acad. Tudorel Postolache, *Vers un ideal praticable*, Ed Academiei, 2008

exemplul nostru fiind vorba despre spațiul online, paralel spațiului fizic și deci despre afacerile co-extinse în aceste spații mixte, fizice și virtuale).

Efectul unei convergențe de scară

Co-relaționarea locurilor funcționale

Efectul de convergență indus de circulația raportului savanților americani readuce în miezul atenției cartea economistului român, o carte de epistemologie economică comparabilă doar cu același tip de lucrare datorată unui al mare economist, Georgescu Roegen. Economistul român aduce în câmpul analizei un tip special de unificări ale unor secvențe procesuale dominate, în mod obișnuit, de legea succesiunii simple. Asemenea unificări apar în câmpuri fenomenologice speciale ori în epoci istorice târzii. Epoca modernă, ne spune autorul, a preschimbat *succesiunile simple* în *succesiuni co-existente*, adică în convergențe, cum le denumesc savanții americani. Asemenea coexistențe sunt de fapt convergențe ale unor fenomene ori elemente distincte, precum ar fi guma și creionul, ca să luăm exemplul lui Lee și Olson. Din clipa în care cineva a pus *locul funcțional* al gumei la un capăt al creionului și *locul funcțional* al minei creionului la celălalt capăt a împlinit o convergență. *Locurile funcționale legate între ele prin succesiune simplă au fost reintegrate într-un singur obiect numit creion cu gumă de șters.* Acest este produsul unei convergențe care a reasezat funcțiunile separate într-o unitate nouă. În cadrul acestui produs succesiunile simple au devenit coexistente. Să reține, așadar, această a doua dimensiune a conceptului propus de noi, al fenomenelor de coextensiune. *Acestea sunt fenomene de integrare în aceeași secvență funcțională a unor locuri funcționale separate sau care, până la acel moment, se manifestaseră în câmpuri separate. Actul co-extensiv și deci convergența le-a reasezat într-o nouă compunere din care a rezultat o unitate nouă și deci o secvență funcțională unitară care transformă succesiunile simple în succesiuni co-existente și locurile funcționale separate în unități co-extinse.* Conceptul principal de co-extensiune se reazemă, iată, pe un concept corelativ, cel de loc funcțional al unui fenomen. În exemplul celor doi economiști, guma și mina creionului funcționaseră în locuri funcționale separate până la momentul în care, printr-un act de gândire și de inovație co-extensivă cineva le-a reasezat într-o unitate funcțională nou numită creion cu gumă de șters. Din acel moment puteai să ceri la un stand de rechizite creioane cu gumă sau creioane fără gumă. Lee și Olson numesc acest gen de convergențe, *convergențe de produs* și le încadrează în gama inovațiilor induse de operațiile de transfigurare a operațiunilor separate în *obiecte bifuncționale*. În teoria economistului român este vorba despre transfigurarea *succesiunilor simple* în *succesiuni coexistente*. Acest gen de

procesele novatoare se multiplică în epoca modernă și, în timp, vor induce adevărate mutații civilizaționale. Un exemplu celebru de *succesiune coexistentă* este cel al generațiilor. Fenomenul a fost indus de prelungirea duratei de viață, adică a speranței medii de viață. Menite să succedă una alteia, în epoca modernă și postmodernă generațiile au devenit coexistente, astfel că o singură generație poate cumula funcțiunile tuturor celor trei generații succesive. Generația creatoare este în același timp și generație receptoare și generație evaluatoare sau (critic-sintetizatoare). Un autor cumulează în decursul vieții lui timpurile celor trei generații: a generației sale, a generației celor care-i receptează opera și a generației celor care o validează, o așează în tomurile de istorie (literară, științifică, tehnologică etc.). El întrunește profilul unui „*individ trigenerațional*”, cu noțiunea economistului român. Apariția și generalizarea *individului trigenerațional* în societatea modernă este expresia unui fenomen de *convergență intergenerațională* sau, de *coexistență trigenerațională* (prin care generațiile succesive au devenit generații coexistente). Există câmpuri a căror lege generală de existență este „coexistența succesiunilor” și Acad Tudorel Postolache atrage atenția asupra rolului lor crucial în dinamica umanității. Un astfel de câmp este cel al *inconștientului universal* care face cu puțință fenomenul *bibliotecilor multimilenare „condensate într-un simbol”* (cum se exprimă autorul). „Un simbol este o bibliotecă orală condensată”, zice autorul. Legea acestui câmp este o altă ilustrare a convergențelor. Savanții americani, citați în capitolul anterior, vorbesc despre un tip nou de capacități induse de fenomenele de convergență și dau exemplul acelor „*nano-bio-info-cogno capabilities*” induse de convergența celor patru domenii: nanotehnologia, biotehnologia, tehnologia informaticii și știința cognitivă (NBIC). Economistul român atrage atenția asupra unor *capacități noi* pe care le dezvoltă *succesiunile coexistente* și propune un nou sistem de categorii pentru abordarea economică între care două sunt cu adevărat inovatoare în teoria economică: *proprietatea identitară și renta de identitate*. Aceste concepte pot servi pentru fundamentarea economiei coexistențiale sau co-extinse, adică a spațiilor co-extinse sau convergente, aduse la o unitate funcțională nouă fără ca ele însele să-și piardă identitatea. De pildă, spațiul virtual și cel fizic sunt aduse la o unitate nouă prin afacerile mixte, online și offline, fără ca prin această nouă unitate ele însele să-și piardă identitatea. De aceea le-am denumit afaceri co-extinse sau co-existente (ceea ce în abordarea noastră înseamnă același lucru). Noua știință economică indusă de acest nou tip de afaceri va trebui să-și remodeleze sistemul categorial astfel că și regula economică și regula sistemică și regula organizațională specifică și cea legată de specificul celor două spații, să fie toate respectate și deci reflectate conceptual în noul flux analitic. La fel s-a întâmplat, ca să luăm un alt exemplu, prin trecerea de la economia de firmă locală la economia națională ori, mai recent,

la economia mondială. Emergența acestor noi spații economice, datorate fenomenelor de co-extensiune și deci de co-existență, n-a condus la distrugerea identității vechilor unități economice sau de afaceri. Firmele locale sau regionale n-au dispărut ci au fost reintegrate ca unități funcționale de scară locală sau zonală în unități co-funcționale de scară națională ori internațională. Din acel moment ele au dobândit caracter bi-funcțional, adică și-au păstrat funcțiunea locală ori regională (evidentă, de exemplu, în privința ariei de recrutare a forței de muncă), dar au devenit și unități co-funcționale sau bi-funcționale căci au preluat și o funcțiune națională, de unități ale economiei naționale. Ca urmare a dinamismelor co-extensive și deci a relativității unităților economice co-funcționale, economia devine întrucâtva o știință relativă fără a pierde capacitatea de accesare a întregului. Tot la fel și celelalte domenii convergente. Teoria succesiunilor coexistente sau a dinamismelor coexistente sau convergente îndeplinește funcția unei teorii generalizate a noului câmp științific premodelat de aceste fenomene și această teorie datorează destul de mult contribuției Academicianului Tudorel Postolache. Să reținem deocamdată că fenomenele de co-extensiune proprii dinamicii afacerilor și nu doar acestora ne dăm seama asupra fenomenelor co-funcționale, adică asupra dinamicii unităților co-funcționale. În al doilea rând, aceste fenomene ne previn asupra convergenței economicului cu alte domenii non-economice, astfel că noua știință economică trebuie să devină obligatoriu una inter și trans-disciplinară dacă vrea să se facă utilă noului management și deci noilor strategii și politici ale noului dinamism al spațiului de afaceri.

Fenomenul convergenței și teoria succesiunilor coexistente

Teoria convergenței, în varianta ei americană, pornește de la ultima și cea mai radicală formă de convergență, aceea indusă de științele tehnologice tocmai menționate, nanotehnologia, biotehnologia, tehnologia informației și știința cognitivă. Teoria succesiunilor co-existente a academicianului Tudorel Postolache, însă, pornește de la cu totul altă perspectivă și anume de la identificarea câmpurilor care induc fenomene co-funcționale și dinamisme co-extensive, coexistențe progresive și universalizante, precum cele care vizează formele de proprietate sau relațiile dintre generații, ori atragerea înconștientului universal în câmpul major al istoricității. Convergența este un eveniment care echivalează cu ieșirea din succesiune simplă și intrarea în succesiune coexistentă. Un asemenea eveniment s-a petrecut acum 200 de ani pentru *paternal succesiunii generațiilor*. Atunci s-a modificat nu numai raportul dintre generații ci și conținuturile denumite prin acești termeni. Începând cu acea dată s-a petrecut ceva extraordinar care a modificat *întregul câmp inter-generațional* și deopotrivă termenii acestui raport, adică

*generațiile însele. „Nu numai generația s-a transformat înlăuntrul ei ci și indivizii aparținătoare, care au devenit indivizi trigeneraționali sau universali. Lucrul acesta s-a repetat cu civilizațiile. Prima civilizație care a ieșit din succesiune simplă și a intrat în succesiune coexistentă a fost civilizația europeană de dinaintea de Quattrocento, când a fi grec, roman, iudeu și creștin n-a mai însemnat a fi unul după altul, în succesiune, ci a fi unul împreună cu altul în coexistență și într-o nouă unitate numită Europa greco-romană și iudeo-creștină.”²⁰ Prin urmare, există adevărate câmpuri de convergență în curgerea istoriei universale care preschimbă succesiunile simple în succesiuni coexistente, astfel că în istorie apar entități noi, datorate convergențelor fără ca prin aceasta să dispară cele vechi. A fi european nu induce anularea celor patru identități de substrat ci adaugă o identitate nouă care le confirmă pe cele subsecvente, ea însăși fiind cu totul distinctă. Convergențele își au sursa și suportul în ceea ce autorul teoriei succesiunilor coexistente denumeste *energie identitară*. Aceasta menține părțile în întreg fără a le anihila individualitatea, caracterul de entități distincte ele însele. Pe un atare temei autorul propune o meta-economie care poate analiza deopotrivă fenomenele de scară, pe cele de gamă și pe cele holistice și aceasta pentru că toate sunt realități co-incluse. Așa putem înțelege posibilitatea și veracitatea unei noțiuni foarte complexe precum cea de *proprietate identitară*, propusă de către economistul român. Iată enunțurile definitorii pentru noul concept al *meta-economiei convergenței*, pe care, în spiritul cărții economistului român și al studiilor dedicate fenomenului convergenței generalizate, am denumit-o eco-economie morală (forma comprimată a termenului: „eco-economia co-extensiunii”, la care vom face referiri aprofundate mai jos, într-un capitol de sine stătător):*

1. Prima idee a economistului român este esențială pentru înțelegerea specificului convergențelor. Acestea sunt fenomene de interacțiune, adică de *integrare a unor părți separate în unități noi fără ca prin aceasta individualitatea părților să fie afectată*. Aceste unități paradoxale sunt principalul produs al fenomenelor de convergență și principalul temei pentru redefinirea discursului economic și pentru propunerea unei direcții disciplinare noi, aceea a eco-economiei culturale sau morale a spațiilor de afaceri co-existente sau co-extinse. Caracterul paradoxal al acestor unități induse de succesiuni coexistente a fost clar subliniat de către acad Tudorel Postolache. Iată: O entitate “*odată apărută nu mai dispare*”, precizează economistul român, ci “*rămâne ca o componentă a fondului universal de cunoaștere,...* iar unele procese se retranscriu în ‘subconștientul universalizat’, de unde hrănesc intuiții, angoase, mituri, aspirații, frici, coexistente toate cu realitățile succesive legate de epocile și de spațiile

²⁰ Bădescu I, *Despre criză în lumina teoriei succesiunii coexistente*, Editura Expert, 2009

cele mai diverse”²¹. Sesizăm, iată, că inconștientul universalizat este, în vederile autorului, cel mai cuprinzător câmp de convergențe prin care este garantată puterea creatoare a omului în toate epocile istorice și în toate civilizațiile. Prin urmare, noul concept de valoare și noul *comput economic* trebuie să includă în evaluările specific economice inconștientul universal ca cea mai importantă resursă economică și deci ca suport și parte constitutivă a proprietății identitare și a capitalului uman. Noile unități tind spre universalizare și astfel convergențele sau succesiunile co-existente induc trenduri universalizante, care în timp vor genera o nouă structură școlară prin emergența „școlii universale”, cum o numește autorul.

2. „Tendința spre un *orizont de universalitate* a destinului oricărei entități umane, a oricărui popor, devine o realitate palpabilă în măsura în care: a) acea tendință se sprijină pe elementele co-substanțiale ale *naturii*, ale *sufletului* și ale *spiritului* poporului respectiv; b) câștigă consistența unui simbol, a unei idei mesianice, o difuziune universală, când mersul istoriei face posibil lucrul acesta sau chiar necesar. Când un Stat nucleu a știut să-și impună profilul său strategic, acest lucru a fost posibil doar în măsura în care el a încarnat atât *identitatea distinctă a poporului respectiv* ca și *identitatea profundă, care ține de univers*. Ideea forță care unifică *„spiritul locului cu axul lumii”* personificat de Școala universală dă expresie necesității unui consens universal decisiv pentru supraviețuirea umanității”²². În vederile economistului român, școala universală, bazată pe programe care introduc în fluxul școlar aceste resurse, devine principala forță productivă a noii economii. Economiiile și politicile economice care nu vor valorifica potențialul Școlii universale (pe care autorul român o prefigurează ca singura punte spre un viitor posibil al omenirii însăși) se vor condamna la stagnare în raport cu ascensiunea celui de-al patrulea capitalism.”²³

3. În vederile autorului, umanitatea a acumulat resurse uriașe pentru care bibliotecile sunt un simplu indicator, chiar dacă unul semnificativ. „În biblioteci, există adevărate „cimitire de idei”, care pot fi resuscitate „prin simpla atingere exploratorie a unei alte idei.... Cu cât somnul se prelungește, cu atât sporește forța de reîncarnare în idei noi....Imperiul miturilor este sursa cea mai profundă în timp și în spațiu a tuturor ideilor, el este biblioteca oralității condensate”²⁴. Economistul român identifică legături sau *convergențe secrete* între *geografia (spațiul)*

²¹ (Postolache, 47-48)

²² (Postolache, 49)

²³ Conceptul acesta a fost lansat de I C Bădescu și A I Bădescu în cadrul lucrării *The Fourth Capitalism and the Convergence Phenomena. Disambiguation of Evolutionary Capitalism*, în curs de editare.

²⁴ (Postolache, 51)

prosperității și structura intelectuală a civilizațiilor planetare. Tocmai aceste convergențe ascunse au făcut posibilă deplasarea geografică a potențialului evoluționar al omenirii.

4. „În decurs de câteva secole, subliniază autorul, profilul Eurasiei și al lumii, în genere, s-a schimbat în funcție de mișcarea pe *scara prosperității* a diferitelor regiuni. În secolele XVII și al XVIII-lea, de pildă, se poate consemna o expansiune economică a Americii Latine, dar, deja în secolul al XIX-lea se constată o răsturnare a trendurilor spațiale, astfel că putem consemna un boom al Americii »²⁵. „Dacă pe la 1780 America Latină era la egalitate cu America de Nord, deja în 1870 ea nu mai reprezenta decât 26% din nivelul de prosperitate nord-americană”²⁶. Fenomenul ține tocmai de *strategia identitară a elitelor civilizaționale*. „Nu s-ar putea spune că identitatea europeană ar fi fost, în sine, mai puternică decât cea chineză ori indiană, dar cele din urmă erau, în termeni seculari, *identități închise*, pe când identitatea europeană s-a transformat în decurs de câteva secole dintr-o identitate în sine într-o identitate deschisă”, ceea ce i-a permis să preschimbe succesiunile civilizaționale simple în succesiuni coexistente²⁷.

5. Pentru România lucrurile se prezintă astfel: „de circa 140 de ani România a reușit să mențină *rata medie a creșterii economice peste media mondială*, cu toate că per ansamblu *decalajele privind productivitatea și nivelul de viață au sporit*”²⁸.

După 1989, „pentru prima dată în istoria secolului al XX-lea, economia românească a cunoscut o *rată de creștere sub media mondială vreme de un deceniu*” (ibidem). „Să fie fenomenul acestei căderi submediane consecința unei fracturi inter-generaționale, cum conchide I. Bădescu, ori este vorba de-a dreptul de eșecul strategiei identitare a elitelor politice românești din ultimii 20 de ani, cum credem noi, în lumina teoriei proprietății identitare?”²⁹.

²⁵ (Ibidem)

²⁶ (ibidem, 52)

²⁷ (ibidem)

²⁸ (Postolache, 55)

²⁹ „Fracturarea generațiilor a fost strămutată în compoziția manualelor școlare, a celor care reprezintă variabile strategice ale statului și ale conștiinței identitare – latură fundamentală a funcționalității proprietății identitare – și anume manualele de istorie și de literatură. Segmente ale elitei tehnocratice din toate domeniile, de la sistemul diplomației la cel al ingineriei economice etc. au fost fracturate, oamenii au fost înlăturați cu întregul lor segment de vârstă. La fel s-au petrecut lucrurile cu ocazia celeilalte tranziții, de la capitalism la socialism. În Rusia fenomenul a fost relativ similar până la venirea lui Putin la putere, fapt care a făcut ca PIB-ul Rusiei să mai reprezinte 60% din PIB-ul Chinei la 10 ani de tranziție, în condițiile în care cu zece ani mai înainte raportul era exact invers (cf Stiglitz, citat de către dl Postolache la p 56-57). Însă China n-a urmat sugestia Occidentului de a opera fracturarea generațională la nivelul entității sale societale” (apud I Bădescu, „Despre criză în lumina teoriei succesiunii coexistente”, Ed Expert, 2010)

6. Strategia luxemburgheză, ne spune savantul român, s-a bazat pe valorificarea „rentei identitare” adică pe „punerea în valoare a propriei identități, pornind de la asumarea conștiinței slăbiciunilor și fragilităților specifice unui Stat foarte mic, înconjurat de țări incomparabil mai puternice.”³⁰ Altminteri spus, elitele luxemburgheze au ieșit din criză prin dezvoltarea noilor capacități datorate valorificării convergențelor dintre cultura economică universală și structurile locale, adică au ridicat două entități distincte la statutul de unitate paradoxală (care unește fără să suprimă).

“Trecerea la noul tip de proprietate (cea identitară) devine posibilă, ne spune, Acad Postolache, grație “noilor resurse” oferite de accesul la “oceanul subconștientului personal, colectiv și universal” și “noului tip de mediator societal” care este *Școala universală*. “Noi resurse vor ieși la lumină grație accesului la oceanul sub-conștientului personal, colectiv și, finalmente, ale subconștientului universal...; noul tip de mediator societal – Școala universală a viitorului reprezintă cadrul societal chemat să garanteze colaborarea organică între ‘generațiile succesive coexistente’ la nivelul societății și al fiecărui individ în parte și, totodată, să garanteze medierea tipului anticipativ, adică centrat pe problemele legate de proprietatea identitară.”³¹. Individul generațional postbelic a trebuit să “treacă testul dur al rupturilor repetate”: “trecerea de la capitalism la socialism și de la socialism la capitalism, căderea dictaturilor, dezmembrarea CAER-ului, lărgirea UE etc., schimbări operate pe durata unei singure ‘generații superpuse’”³² Toate acestea descriu ceea ce s-ar putea denumi transformarea structurală cu toate costurile sale (faptul că în tot intervalul scade valoarea PIB-ului, arată că orice transformare de structură costă. Ca atare nu trebuie confundată cu schimbarea co-extensivă care aduce o diminuare a costurilor și o sporire a acumulărilor).

Economia co-extinsă (Co-extended Economics)

Explozia afacerilor în spații co-extinse a modificat nu doar modelul unei afaceri tip, dar și întregul discurs economic, astfel că suntem nevoiți să acceptăm un domeniu nou al științei economice ivit la intersecția dintre economie, științele culturii, științele societății (sociologia neo-constructivistă este o dezvoltare de acest tip) și științele spațiului sau ale mediului de afaceri. Apariția spațiului mixt (fizic și virtual), a produselor în pachet, a unor profiluri ocupaționale noi denumite generic lucrători intelectuali, a unei economii bazate pe cunoaștere,

³⁰ (Postolache, 56)

³¹ (Postolache, 23)

³² (Postolache, 25, apud ibidem)

a unei inovații indusă progresiv de fenomenul convergențelor de toate tipurile în frunte cu cele dintre nanotehnologie, biotehnologie, tehnologia informației și științele cognitive, mutația accentului de pe activele tangibile definatorii pentru economiile de scară spre cele intangibile de genul resurselor unice co-existente și netransmisibile etc., toate acestea au provocat o mutație epistemologică pe care o desemnăm printr-o denumire disciplinară nouă și anume economia co-extensiunii sau, cu un termen sintetic eco-economia morală. Aceasta este știința evoluției afacerilor în spații mixte sau co-extinse și, într-o accepție lărgită, a afacerilor în spații duble sau multiple ridicate la o nouă unitate tocmai de noul tip de afaceri (co-extinse) induse de fenomene de convergență. Eco-economia morală s-a impus în temeiul generalizării afacerilor în spații co-extinse (duble, triple, multiple) care sunt, cum precizăm, ridicate la o unitate de procesul noului business fără ca unitățile spațiale subiacente (sau nișele co-extensive) să-și piardă individualitatea.

Mecanismul co-extensiunii în afaceri s-a generalizat în raport cu tipurile noi de produse care se distribuie în/la pachet. Este vorba de așa numitele *product bundling*. Firmele din domeniul telecomunicațiilor, din servicii financiare, din industriile informaticii au provocat o explozie a acestor produse în(îm)-pachetate. În afacerile de software se cumpără astfel de produse la pachet: un *”Word processor”* (*proces de cuvinte*), un *software* pentru analiza datelor, un *fișier central de date*, toate într-un *”Office suite”* (*pachet de programe Office*). În general, în noua economie bazată pe cunoaștere, domină modelul co-extensiunii, al afacerilor construite pe baza acestui model, astfel încât totul se transformă și *tipul produsului* (se extinde tipul de *bundling produs* – produsul la pachet sau în-pachet-at) și *structura ocupațională* (apar ocupații noi și se extinde categoria muncitorului intelectual - *knowledge worker*) și computaționismul economic și categoriile analitice și *structura afacerilor* (predomină afacerile co-extinse) și *structura firmei* (apar platformele co-extinse în cele două spații – fizic și virtual – de rază planetară ceea ce conferă lumii caracter de lume plată, cum o dă numește G. Friedman. Un pachet Office (*”Office suite”*) este „o colecție de *”bundled productivity software”* destinată folosirii lucrătorilor intelectuali (*knowledge workers*). Componentele sunt în general distribuite împreună, au o interfață de folosire consistentă și de regulă pot interacționa unele cu altele, uneori în modalități pe care în mod obișnuit sistemul de operare nu le-ar admite.”³³

Iată tabloul peisajului co-economiei doar pentru un tip de afaceri și deci de produse – componentele unui pachet de Office – așa cum este el trasat în circuitele online vulgare (de la vulgus: mulțime):

³³ PC Magazine Encyclopedia. [Ziff Davis](#). Retrieved 30 November 2014

„Existing office suites contain wide range of various components. Most typically, the base components include: word processors; spreadsheets; presentation programs. Less common components of office suites include: database software, graphics suites (raster graphics editors, vector graphics editors, image viewers), Desktop publishing software, Formula editors, Diagramming software, Email clients, Communication software, Personal information managers, Notetaking software, Groupware, Project management software, Web log analysis software.”³⁴

Într-o formă încă mai bine conturată și relativ completă, tabloul pachetelor de Office arată astfel³⁵:

Office suites		
Desktop suites	Free	Apache OpenOffice Calligra Suite LibreOffice NeoOffice
	Proprietary	ThinkFree Office iWork Kingsoft Office Microsoft Office SoftMaker Office WordPerfect Office ConceptDraw Office
	Discontinued	AppleWorks Corel Home Office Go-oo IBM Lotus SmartSuite IBM Lotus Symphony IBM Workplace Managed Client KOffice Microsoft Works OpenOffice.org Siag Office

³⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Productivity_software#Office_suite

³⁵ Ibidem

		StarOffice/Oracle Open Office
Mobile suites	Proprietary	Documents To Go Kingsoft Office iWork Microsoft Office Mobile Polaris Office Quickoffice SoftMaker Office ThinkFree Mobile
Online suites	Free	Feng Office CE Tiki Wiki CMS Groupware
	Proprietary	Cloud@Mail.Ru Google Docs iWork.com Office Online ShareOffice ThinkFree Online Zoho Office Suite
Related technologies	File formats OpenDocument Office Open XML Spreadsheets	
See also	Vector graphics editors Word processors	

Valorificarea noilor contribuții ale economiei culturale i-au permis unui specialist de la ICCV să elaboreze câteva dintre liniamentele a ceea ce, în viziunea mea este, de fapt, eco-economia (al cărei ax este o eco-economie culturală căci extinde analiza de economia culturii și la învelișul mediilor de afaceri. Vom prezenta succint noile concepte elaborate de autor (frontiere, cvasi-rente, dualismul mediului de afaceri, modelul Lorenz – Pareto, diseconomiile de scară și cvasi-renta, valoarea-muncă, renta de identitate și cvasi-renta etc.) întregind astfel schița

propusă de noi a unei noi direcții în economia culturală și anume, ecoeconomia morală, ca domeniu de sine stătător al analizei adaptate noilor tipuri de afaceri în spații co-extinse, precum este și spațiul mixt fizic și virtual în același timp, adică în cadrul aceleiași afaceri care devine astfel afacere co-extinsă). Una dintre chestiunile axiale ale noii direcții de cercetare se referă la problematica afacerilor în medii divergente. Care sunt categoriile (limbajul) explicative, principiile manageriale, arhitectura strategică a unei afaceri co-extinse, derulată în spații divergente, multiple etc. Prima și cea mai semnificativă chestiune este cea care se referă la noul tip de interacțiuni în cadrul unei afaceri co-extinse. Chiar și într-o afacere monocentrică apar rupturi între departamente asupra cărora insistă noile tipuri de cercetări ca cele dedicate „efectului de turn” și căilor de înlăturare a unui atare efect care poate bloca un mediu de afaceri provocând pierderi și chiar falimentul firmelor. Teoria afacerilor în spații co-extinse devine pivotul eco-economiei afacerilor în medii divergente.

Acest studiu a fost elaborat cu suportul Programului Sectorial Operațional Human Resources Development (SOP HRD), finanțat de Fondul Social European și Guvernul României (SOP HRD/159/1.5/S/136077).

BIBLIOGRAFIE

Aldrich Howard, *Organizations Evolving*, Sage Publication, London, 1999

Astley Graham W., *The Two Ecologies: Population and Community Perspectives on Organizational Evolution*, în *Administrative Science Quarterly*, 30, 1985

Bădescu, Alina I., *Competitivitatea și supraviețuirea organizațiilor*, Mica Valahie, București, 2014

Baltasiu, Radu, *Antropologia Globalizării. Transformări și Curiozități (de)codificate*, Editura Mica Valahie, București, 2009

Baum Joel A.C., Shipilov Andrew V., *Ecological Approaches to Organizations*, în *Sage Handbook for Organization Studies*, 2006, disponibil online la SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1017085>, 21.01.2011

Bădescu, Alina I., *Competitivitatea și supraviețuirea organizațiilor*, Ed. Mica Valahie, București, 2014

Bădescu, Ciprian I., *Vertical Boundaries of the Firm*, ASLA Press, Pasadena, 2006

Bădescu, Ilie, *Despre criză în lumina teoriei succesiunii coexistente*, Editura Expert, 2009

Bădescu, Ilie, *Noopolitica. Teoria fenomenelor asincrone*, Ed. Mica Valahie, București, 2005

Bertalanffy Ludwig von, *An Outline of the General Systems Theory*, în *British Journal for the Philosophy of Science*, 1, 1950b

Boone Christophe, Witteloostuijn van Arjen, *A Game Theory of Organizational Ecology: A Model of Managerial Inertia and Market Selection*, Netherlands Institute of Business Organization and Strategy Research, University of Maastricht, Faculty of Economics and Business Administration. Disponibil online la <http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=649>, 19.01.2011.

Boone Christophe, Witteloostuijn van Arjen, *Industrial Organization and Organizational Ecology: The potentials for cross-fertilizations*, în *Organization Studies*, 16 (2), 1995. Disponibil online la <http://tinyurl.com/8-BooneChristophe>, 25.02.2012.

Camarinha-Matos Luis, Afsarmanesh Hamideh, *Processes and Foundations for Virtual Organizations*, Kluwer Academic Publisher, US, 2004. Disponibil online la <http://tinyurl.com/CamarinhaMatosLuis>

Carroll Gleen R., *Organizational Ecology*, în *Annual Review of Sociology*, 10, 1984

Carroll Gleen R., *Concentration and Specialization: Dynamics of Niche Width*, în *American Journal of Sociology*, 90(6), 1985

Carroll Gleen R., *Ecological Models of Organizations*, Mass, Ballinger, Cambridge, 1988

Carroll Glenn R., Hannan Michael T., *The Demography of Corporations and Industries*, Oxford University Press, New York, 2000

Carroll Glenn R., Harrison Richard J., *Culture and Demography in Organizations*, Princeton University Press, Princeton, 2005

Alvarez & O. Sorenson (eds.), *Handbook of Entrepreneurship: Disciplinary Perspectives*, Kluwer, New York, 2005

Chandler Alfred D., *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*, Harvard University Press, Cambridge, Mass, 1977

Cherian George, *The Life Cycle of Business is Studied Through Organizational Ecology*, review inclus la secțiunea Research News de pe website-ul Școlii de Afaceri (Graduate School of Business), Stanford University, 2002. Disponibil online la http://www.gsb.stanford.edu/NEWS/research/ob_ecology.shtml, 27.01.2011

DiMaggio Paul J., Powell Walter W., *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*, în *American Sociological Review*, 48, 1983

Drucker Peter F., *The Age of Discontinuity*, Harper and Row, New York, 1968

Drucker Peter F., *Managing in Turbulent Times*, Collins, New York, 2006

Durkheim Emile, *Diviziunea muncii sociale*, Editura Albatros, București, 2001

Durkheim Emile, *Regulile metodei sociologice*, Editura Antet, București, 2004

Emery Fred, Introduction, în vol. III, *The Social Engagement of Social Science* (Trist Eric, Emery Fred, Murray Hugh - eds), University of Pennsylvania Press, 1997

Emery Fred E., Trist Eric L., *The Causal Texture of Organizational Environment*, în *Human Relations*, 18, 1965a

Emery Fred E., Trist Eric L., *Towards a Social Ecology: Contextual Appreciation of the Future in the Present*, Plenum Press, London, 1972

Fulk Janet, DeSanctis Gerardine, *Electronic Communication and Changing Organizational Forms*, în *Organization Science*, 4(6), 1995

Fung Victor K., Fung William K., Wind Yoram J., *Concurența într-o lume plată: cum să construim o companie într-o lume fără granițe*, Publica, București, 2009

Granovetter Mark, *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*, Harvard University Press, Cambridge/Mass, 1974

Granovetter Mark, *The Strength of Weak Ties*, în *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1973

Handy Charles, *Epoca Irațiunii*, Editura CODECS, București, 2007

Handy Charles, *Gods of Management: The Changing Work of Organizations*, Oxford University Press, Oxford, 1996

Hannan Michael T., Polos Laszlo, Carroll Glenn R., *Logics of Organization Theory: Audiences, Codes and Ecologies*, Princeton University Press, Princeton, 2007

Hannan Michael T., Carroll Glenn R., *Dynamics of Organizational Population: Density, Legitimation and Competition*, Oxford University Press, New York, 1992

Hannan Michael T., Carroll Glenn R., *The Demography of Corporations and Industries*, Oxford University Press, New York, 2000

Hannan Michael T., Carroll Glenn R., *Density Dependence in the Evolution of Populations of Newspaper Organizations*, în *American Sociological Review*, 54(4), 1989

Hannan Michael T., Carroll Glenn R., *Organizations in Industry: Strategy, Structure, and Selection*, Oxford University Press, New York, 1995

Hannan Michael T., Freeman John H., *Organizational Ecology*, Harvard University Press, Cambridge/Massachusetts/London, 1993

Hannan Michael T., Freeman John H., *Structural Inertia and Organizational Change*, în *American Sociological Review*, 49, 1984

Hannan Michael T., Freeman John H., *The Ecology of Organizational Mortality: American Labour Unions, 1836-1985*, în *American Journal of Sociology*, 94, 1988

Hannan Michael T., Freeman John H., *The Population Ecology of Organizations*, în *American Journal of Sociology*, 83, 1977

Hoffman Oscar, *Sociologia organizațiilor*, Editura Economică București, 2005

Hout Thomas, Porter Michael E., Rudden Eileen, *How Global Companies Win Out*, în *Harvard Business Review*, September-October, 1982. Disponibil online la <http://tinyurl.com/HoutThomasPorterMichael>, 25.02.2012

Ingram Paul, Simons Tal, *State Formation, Ideological Competition, and the Ecology of Israeli Workers' Cooperatives, 1920-1992*, în *Administrative Science Quarterly*, 45, 2000

Javalgi Rajshekhar, Cutler Bob, Todd Patricia, *An Application of an Ecological Model to Explain the Growth of Strategies of Internet Firms: The Cases of eBay and Amazon*, în *European Management Journal*, 22, 2004. Disponibil online la <http://tinyurl.com/Javalgi>, 25 noiembrie 2008

Kamps Jaap, Péli Gábor, *Qualitative Reasoning Beyond the Physics Domain: The Density Dependence Theory of Organizational Ecology*, în *Proceedings of the 9th International Workshop on Qualitative Reasoning* (Bredeweb Bert editor), May 16-19, University of Amsterdam, Amsterdam, 1995. Disponibil online la <http://tinyurl.com/KampsJaap>, 14.02.2012

Koponen J., Arbelius, H., *Strategic Management of Declining Industries – a Literature Review*. Disponibil online la: <http://tinyurl.com/46-KoponenJArbelius>, 17.01.2012.

Kotler Philip, Jain Dipak, Maesincee Suvit, *Marketingul în era digitală. O nouă viziune despre profit, creștere și înnoire*, Meteor Press, București, 2009

Kotler Philip, Caslione John A., *Management și marketing în era turbulențelor*, Publica, București, 2009

Kyungmook Lee, Pennings, Johannes M., *Mimicry and the Market: Adoption of a New Organizational Form*, College of Business Administration, Seoul National University, Seoul, Korea, 2000. Disponibil online la <http://tinyurl.com/KyungmookLee>, 29.05.2012

Lawrence Paul, Lorsch Jay, *Differentiation and Integration in Complex Organizations*, în *Administrative Science Quarterly*, 12, 1967a

Lawrence Paul, Lorsch Jay, *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*, Graduate School of Business Administration, Harvard University, Boston, 1967b

Lee, Sang M., Olson, David L., *Convergenomics – Strategic Innovation in the Convergence Era*, Gower Publishing Limited, England, 2010

Lissack Michael, Richardson Kurt A., *A Management Theory Resource*, 2005. Disponibil online la adresa web <http://lissack.com/mgmtredef.html>, 25.01.2011

Mascarenhas Briance, Sambharya Rakesh B., *The Pattern of Density Dependence in Two Global Industries*, în *Management International Review*, 36(4), 1996

Mărginean Ioan, *Proiectarea Cercetării Sociologice*, Editura Polirom, București, 2000

Meyer John W., Rowan Brian, *Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony*, în *American Journal of Sociology*, 83, 1977

Miles Raymond E., Snow Charles C., *Organizations: New Concepts for New Forms*, în *California Management Review*, 28(2), 1986

Mintzberg Henry, *Ascensiunea și declinul planificării strategice*, Publica, București, 2008

Monge Peter, Fulk Janet, *Communication Technology for Global Network Organizations*, în *Shaping Organization Form: Communication, Connection, and Community*, Organizations Science (DeSanctis Gerardine, Fulk Janet - eds), Sage Publication, London, 1999

Nikolaus Beck, *Organizational Ecology as a Theory of Competition*, în The Institutions of the Market, Oxford Scholarship Online Monographs, 2008, pp. 202-221

Nohria Nitin, Eccles Robert G., *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*, Harvard Business School Press, Boston, 1992

Nohria Nitin, Berkley James D., *The Virtual Organization: Bureaucracy, Technology and the Implosion of Control*, în The Post-Bureaucratic Organization. New Perspectives on Organizational Change (Heckscher Charles C., Donnellon Anne- eds), Sage Publications, Londra, 1994

Nunez-Nickel Manuel, Moyano Fuentes Jose, *New Size Measurements in Population Ecology*, în Small Business Economics, 26, 2006

Okoli Chitu, *The Internet Competitive Landscape: Insights from Organisational Ecology*, în International Journal of Business Environment, 1(4), 2007. Disponibil online <http://tinyurl.com/OkoliChitu>, 30. 11. 2011

Păunescu Mihai, *Organizare și câmpuri organizaționale. O analiză instituțională*, Editura Polirom, București, 2006

Peeples Donna K., *Instilling consumer confidence in e-commerce*, în Advanced Management Journal. Disponibil online la <http://www.allbusiness.com/sales/internet-e-commerce/345833-1.html>

Pfeffer Jeffrey, *Organizational demography*, în Research in Organizational Behavior (Cummings Larry L., Staw Barry M., eds), cap 5, JAI Press Greenwich, Conn, 1983

Pham Hien Hoang, *Organizational Birth, Growth, Decline, and Death*, pp. 1-16. Disponibil online la <http://tinyurl.com/PhamHienHoang>

Pop Luana Miruna, *Imagini Instituționale ale Tranziției*, Editura Polirom, București, 2003

Pop Luana Miruna, Vlăsceanu Lazăr, *Imagini Instituționale ale Tranziției: pentru o Sociologie a Retro-instituționalizării*, Editura Polirom, Iași, 2003

Porter Michael E., *Despre concurență*, Meteor Press, București, 2008

Porter Michael E., Millar Victor E., *How Information Gives you Competitive Advantage*, în Harvard Business Review, 63(4), 1985. Disponibil online la <http://tinyurl.com/PorterMichaelMillar>, 25.02.2012

Postolache, Tudorel, *Vers un ideal praticable*, Ed Academiei, 2008

Preda Marian, *Comportament Organizațional. Teorii, Exerciții și Studiu de Caz*, Editura Polirom, București, 2006

Ranger-Moore James, Banaszak-Holl Jane, Hannan Michael T., *Density-dependent Dynamics in Regulated Industries: Founding Rates of Banks and Life Insurance Companies*, în *Administrative Science Quarterly*, 36, 1991. Disponibil online la: http://findarticles.com/p/articles/mi_m4035/is_n1_v36/ai_10581578/, [09.02.2012]

Roco, Mihail C., Bainbridge, William S., Tonn, Bruce, Whitesides, George, *Convergence of Knowledge, Technology and Society – Beyond Convergence of Nano-Bio-Info-Cognitive Technologies*, 2013, Disponibil online la: <http://www.wtec.org/NBIC2/Docs/FinalReport/Pdf-secured/NBIC2-FinalReport-WEB.pdf> [20.06.2015]

Schumpeter, Joseph A., *Capitalism, Socialism and Democracy*, Taylor & Francis, New York, 1942

Stinchcombe Arthur L., *Social Structures and Organizations*, în *Handbook of Organizations* (March James- editor), Rand McNally, New York, 1965

Terreberry Shirley, *The Evolution of Organizational Environments*, în *Administration Science Quarterly*, XII, 1968

Toffler Alvin, *Șocul viitorului*, Antet, București, 2000

Trist Eric L., *A Concept of Organizational Ecology*, în *Australian Journal of Management*, 2 (2), 1977

Trist Eric L., *Work Improvement and Industrial Democracy*, European Economic Community, Brussels, 1974

Trist Eric L., Emery Fred, Murray Hugh (eds), *The Socio-Ecological Perspective*, în vol. III, *The Social Engagement of Social Science*, University of Pennsylvania Press, 1997

Tsolmon Urelmaa, *The Organizational Analysis of Non-Governmental Development Organizations*, disertație master, Brigham Young University, 2004. Disponibilă online la: contentdm.lib.byu.edu/ETD/image/etd521.pdf, 21.01.2011

Turban Efraim, King David, Lee Jae, Chung Michael H., *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Prentice-Hall, Upper Saddle River (NJ), 2000

Vlăsceanu Mihaela, *Organizațiile și Cultura Organizării*, Editura Trei, București, 1999

Bryleson