

KULTUROWE UWARUNKOWANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W POLSCE¹

E. Sadowska

Politechnika Białostocka, Białystok, Polska

Szeroko rozumiana przedsiębiorczość odgrywa kluczową rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym. Bez gotowości do podejmowania ryzyka, chęci samorealizacji, kreatywności, elastyczności czy wreszcie innowacyjności, czyli cech charakteryzujących tzw. postawę przedsiębiorczą, trudno wyobrazić sobie osiągnięcie sukcesu gospodarczego – tak w skali pojedynczej firmy, jak i całej gospodarki.

W literaturze ekonomicznej przedsiębiorczość jest ujmowana jako swoista forma pracy lub jako samodzielny czynnik wytwórczy, który decyduje o efektywności gospodarowania poprzez wybór kierunków prowadzonej działalności, stosowanych technik wytwarzania i dostosowania ich do założonych celów funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz istniejących warunków otoczenia. Współcześnie do czynników wytwórczych, poza ziemią, pracą i kapitałem, zalicza się także zarządzanie, kwalifikacje, innowacje, technologie, informacje, które mieszczą się w szerokim pojęciu przedsiębiorczości [7, s. 54]. Oddziaływanie przedsiębiorcy i jego przedsiębiorczości na czynniki pracy, ziemi i kapitału powodują piramidalny wzrost ich efektywności.

Oznacza to, że dzięki czynnikowi przedsiębiorczości następuje intensywny rozwój pozostałych trzech czynników produkcji. Nawet niewielki przyrost czynnika przedsiębiorczości, w znacznie większym stopniu przyczynia się do przyrostu efektu gospodarowania, powodując jego dynamiczny rozkwit.

Kreowanie postaw przedsiębiorczych wśród społeczeństwa, powstawanie nowych firm, a także rozwój już istniejących przedsiębiorstw nabiera szczególnego znaczenia w przypadku polskiej gospodarki. Zmagą się ona ze zjawiskiem wysokiego bezrobocia, a także migracjami znacznych zasobów siły roboczej do krajów stwarzających korzystniejsze warunki na rynku pracy. Kreowanie odpowiednich warunków do rozwoju przedsiębiorczości zapewni znaczne wsparcie w rozwiązaniu tych problemów.

Na kształtowanie się zjawiska przedsiębiorczości zarówno w kontekście społecznym, jak i ekonomicznym, mają wpływ warunki otoczenia, w których działają poszczególne jednostki i podmioty gospodarcze. Można do nich zaliczyć uwarunkowania polityczno-prawne, uwarunkowania ekonomiczne, czy uwarunkowania kulturowe.

Uwarunkowania kulturowe rozwoju przedsiębiorczości tworzą czynniki związane z historycznie ukształtowanymi wzorcami współżycia społecznego, systemami wartości, normami społecznymi, wzorcami postępowania (jednostki, grup, społeczeństwa) kształtujące pewien wzorec zachowań przedsiębiorczych lub stosunek do ich przejawów. [2]

Istotne znaczenie nadaje się religii (która kreuje takie cechy jak pracowitość, posłuszeństwo, podporządkowanie się tradycji, uczciwość czy lojalność w stosunku do partnerów), więzom rodzinnym (wspierają, pobudzają działania przedsiębiorcze, zachęcają do podejmowania ryzyka) i etnicznym (grupy etniczne tworzą wspólnie akceptowane normy zachowań przedsiębiorczych, korzystają z powiązań personalnych między członkami danej grupy, stanowiącymi gwarancję bezpieczeństwa zmniejszającymi ryzyko zachowań nieetycznych). [1, s. 70-75]

Kultura wywiera duży wpływ na ludzkie zachowania i sposób myślenia. Dostarcza ona zespołu kategorii, wzorców, reguł, przekonań, celów i schematów działań realizowanych na poziomie życia codziennego. Dlatego też, aby zrozumieć istotę przedsiębiorczości, konieczne jest dla niej określenie kontekstu kulturowego. Przejawy przedsiębiorczości są osadzone w kulturowym kontekście i całkowicie przez ten kontekst kształtowane. [6, s. 596]

¹ Praca naukowa finansowana ze środków na naukę w latach 2007-2009 jako projekt badawczy nr N118 008 32/3338

Do uwarunkowań kulturowych mających wpływ na stopień rozwoju przedsiębiorczości w danym społeczeństwie można zaliczyć:

- system wartości i przekonań, które znajdują odzwierciedlenie w przestrzeganiu określonych norm moralnych,
- tradycje przedsiębiorczości na danym obszarze,
- klimat sprzyjający/niesprzyjający przedsiębiorczości,
- model rodziny i więzi rodzinnych,
- zaufanie jako zasób kulturowy. [4, s. 167]

Niejednokrotnie kultura ma wpływ dominujący na postawy przedsiębiorcze w danym społeczeństwie. Ilustruje to przykład japońskiej „kultury ryżu” i amerykańskiej „etyki konkurencyjnego indywidualizmu”. W społeczeństwie japońskim funkcjonuje umiejętność dostosowania się, praca zespołowa, wzajemny szacunek i poleganie na sobie nawzajem. Korzeni tych zachowań i postaw można upatrywać w specyfice procesu uprawy ryżu będącego podstawą funkcjonowania bytowego społeczeństwa japońskiego (wyťažona praca zespołowa w krótkich okresach). Historyczne uwarunkowania kulturowe mają wpływ na normy i zachowania we współczesnej gospodarce rynkowej. Japończycy postrzegają kapitalizm jako system, w którym nie tyle jednostka osiąga zyski, ile społeczności służą klientowi. [3, s. 177] W społeczeństwie japońskim widoczny jest kult zbiorowości i wspólnoty – kolektywizm (komunitarianizm). W kulturze japońskiej akcentuje się przede wszystkim udział korporacji w rynku, działanie korporacji na rzecz pracowników i społeczeństwa. Dla kontrastu w indywidualistycznym społeczeństwie amerykańskim najważniejszy jest zysk, dochód w przeliczeniu na jedną akcję i zwrot z inwestycji. [3, s. 194]

Indywidualizm amerykański wywodzi się z wzorca przemysłowca, farmera, trapera, poszukiwacza złota, kształtuje zachowania Amerykanów i ich organizacji. Amerykańscy menedżerowie uznają jednostkę za element podstawowy w konstrukcji przedsiębiorstwa, decydujący o jego sukcesie. Są także wewnątrzsterowni – źródłem celów i kierunków działania przedsiębiorstwa są wewnętrzne przekonania jego pracowników. W żadnej innej kulturze nie wkłada się tyle wysiłku w urzeczywistnianie wewnętrznych pragnień jednostki. Amerykanie są przekonani, że człowiek powinien sam decydować i zajmować się swoimi sprawami, zamiast poddawać się wpływowi bliźnich i biegowi wydarzeń. Są to w istocie cechy, które stanowią o przedsiębiorczości: zdecydowana jednostka niestrudzenie dążąca do realizacji własnych marzeń. [3, s. 56-57] Te wartości odciskają wyraźne piętno na amerykańskim stylu tworzenia dobrobytu. Przedsiębiorczość nie przyniosła tylu korzyści żadnej innej kulturze. Ponadto całe społeczeństwo jest zorganizowane tak, by sprzyjać jednostkom.

W tradycji polskiej przez długi okres funkcjonowało wartościowanie bogactwa i pochwała ubóstwa. [8] Wynikało to z kultury staropolskiej (pomnażanie bogactwa, jako cel życia było niegodne szlacheckiego męża). Podobne podejście miało miejsce w okresie socjalizmu. Przedsiębiorca postrzegany był jako prywaciarz, a jego zajęcie było niegodne obywatela. W Polsce, w początkach transformacji za podstawowe cechy przedsiębiorców postrzegano lekceważenie i omijanie prawa, wykorzystywanie luk prawnych, ale z drugiej strony także odwagę i gotowość do podejmowania ryzyka. Obecnie podejście to ulega zmianie. Przedsiębiorca jest ceniony za pracowitość i zaradność. Z drugiej strony pozostało mniemanie, że osoby posiadające własne firmy w dużym stopniu zawdzięczają sukces omijaniu prawa i kombinacjom, choć przy ciężkiej pracy i specyficznym cechom charakteru. [5, s. 22] Obecnie bogacenie się pewnych grup w Polsce, rozwój przedsiębiorczości coraz częściej postrzegane są jako korzyść dla społeczeństwa, w związku z tworzeniem nowych miejsc pracy.

Czynnikiem kształtującym kontekst kulturowy przedsiębiorczości jest także religia. Na przykład religia protestancka od zawsze sprzyjała rozwojowi przedsiębiorczości. „Na chwałę Boga” należało pomnażać majątek, co pobudzało postawy innowacyjne i przedsiębiorcze, dynamiczny przyrost kapitału. Ubóstwo i nędza zaś były ujmowane w kategorii grzechu związanego z lenistwem, rozrzutnością i nieuczciwością.

Zupełnie inne podejście do pracy i przedsiębiorczości funkcjonuje w hinduizmie, z którym ściśle związany jest podział kastowy i obowiązek jałmużny. Tradycja, kultura i religia z jednej strony dźwierzają pieczę nad najuboższymi, których przeznaczeniem (złą karma) jest ich trudna sytuacja bytowa, nakazując opiekę nad nimi zamożniejszym. Z drugiej strony wyzwalają bierność społeczną, przyzwyczajają do łatwego zarobku, niejednokrotnie dusząc ducha przedsiębiorczości i ograniczając perspektywy wyjścia ze złej sytuacji materialnej.

Religia katolicka natomiast nie neguje przedsiębiorczości, ale jednocześnie nie daje impulsów do jej stymulacji. W Polsce i w innych krajach o przewadze wyznawców wiary katolickiej religia stanowi więc raczej czynnik neutralny w kontekście wpływu na rozwój przedsiębiorczości.

Kolejnym istotnym aspektem kultury mającym wpływ na stopień rozwoju przedsiębiorczości w danym kraju i szczególnie istotny dla przedsiębiorczości kobiet jest funkcjonujący model rodziny i stopień więzi rodzinnych. Tradycyjny model rodziny może determinować większą nieobecność kobiet wśród przedsiębiorców i hamować w nich postawy przedsiębiorcze ze względu na nadmiar obowiązków rodzinnych. Odwrotna sytuacja może występować w przypadku modelu partnerskiego, gdy powinności domowe są równo rozkładane na obydwu partnerów. Są jednak odstępstwa od tej, jak mogłoby się wydawać oczywistej tendencji. Dobrym przykładem jest duży stopień uczestnictwa kobiet w zakładaniu własnej działalności w Polsce, pomimo przewagi tradycyjnego modelu rodziny. Pomimo tej tendencji, nadal jednak odsetek przedsiębiorców-mężczyzn jest wyższy niż udział kobiet-przedsiębiorców wśród przedsiębiorców ogółem w Polsce. Tradycyjny model rodziny panujący w Polsce, wiąże się także z zajmowaniem przez mężczyzn wyższych stanowisk menedżerskich. Występują kulturowe stereotypy postrzegania mężczyzn jako tych, którzy zarządzają i wydają polecenia, są bardziej dyspozycyjni. Ma to niejednokrotnie wpływ na niedoreprezentowanie kobiet na rynku pracy, wśród których występuje większe bezrobocie.

Polska jest także krajem, w którym pomimo niejednokrotnie trudnych warunków ekonomicznych dla rozwoju przedsiębiorczości i krótkiej tradycji tego zjawiska, istnieją aktywne postawy wśród społeczeństwa dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej. Ludzie często postrzegają założenie własnej firmy jako jedyną drogę do stabilizacji materialnej, niezależności zawodowej. Dla osiągnięcia tych celów są gotowi na podjęcie ryzyka, ciężką pracę i wiele wyrzeczeń, nie boją się decyzji o rozpoczęciu własnej działalności. Ponadto trudna sytuacja na rynku pracy, niejako wymusza w wielu Polakach dużą zaradność życiową, kiedy to już jako młode osoby muszą niejednokrotnie godzić kształcenie (czasem na kilku kierunkach) z dodatkową pracą (także zagranicą), kursami, stażami, nauką języków obcych. Następnie, po wejściu na rynek pracy zmagają się często z wysoką selekcją, dużymi wymaganiami ze strony pracodawców i stresem. Bardzo wiele osób uczy się przez to zaradności, odporności na trudne życiowe warunki. Z tego względu Polacy pracujący zagranicą postrzegani są z reguły, jako rzetelni pracownicy i dobrzy fachowcy z różnych dziedzin.

Obszar Polski jest zróżnicowany kulturowo, co determinuje rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej i stopień przedsiębiorczości. Niektóre tereny, skupione głównie wokół dużych, intensywnie rozwijających się miast, przyciągają kapitał zagraniczny, nowe inwestycje oraz dobrze wykwalifikowaną siłę roboczą. Należą do nich głównie Warszawa, Wrocław, Łódź, Poznań i ich okolice. Obszary te skupiają duże ośrodki akademickie, a ich mieszkańcy w znacznym stopniu skoncentrowani są na realizacji kariery zawodowej. Powstające na tych obszarach firmy w większości opierają się o nowoczesne technologie informacyjne (np. firma Dell w Łodzi, czy LG Philips we Wrocławiu), a także powstają w sektorze usług wymagających wysokich kwalifikacji (np. firmy outsourcingowe).

Natomiast tereny północno-wschodniej i wschodniej Polski, które są uboższe, o charakterze rolniczym, odznaczają się mniejszym stopniem rozwoju przedsiębiorczości. Powstające na tych obszarach firmy związane są głównie z walorami turystycznymi województw (np. gospodarstwa agroturystyczne na terenie województwa warmińsko-mazurskie, czy województwa podlaskiego) oraz z rolniczą tradycją obszarów i wykorzystaniem ich walorów naturalnych (np. rozwój przemysłu spożywczego w województwie podlaskim).

Podsumowując powyższe rozważania można stwierdzić, iż uwarunkowania kulturowe danego obszaru w dużym stopniu wpływają na formę i stopień rozwoju działalności gospodarczej. Oddziaływanie to następuje głównie poprzez tradycje kulturowe dotyczące przedsiębiorczości, respektowany przez społeczeństwo system wartości, religię, model rodziny, czy klimat odnośnie prowadzenia własnych firm. W Polsce pomimo krótkiej tradycji przedsiębiorczości, neutralnego wpływu religii katolickiej, dominacji tradycyjnego modelu rodziny, czy trudnej sytuacji ekonomicznej w kontekście prowadzenia własnej działalności, następuje przyrost nowych inwestycji, widoczne są aktywne postawy wśród społeczeństwa. Co prawda rozwój przedsiębiorczości nie jest równomierny na terenie całego kraju, stanowi jednak szansę dla rozwoju gospodarczego Polski i poprawy sytuacji na rynku pracy.

Literatura

1. Brajer-Marczak R., Marciszewska A., *Uwarunkowania zewnętrzne rozwoju przedsiębiorczości*, w: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości-szanse i zagrożenia*, K. Jaremczuk (red.) Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prof. S. Tarnowskiego w Tamobrzegu, Tamobrzeg 2003,
2. Haber L., *Wzory przedsiębiorczości w świadomości przyszłych menedżerów*, „Studia socjologiczne” nr 1-2, 1995.
3. Hampden-Turner Ch., Trompenaars A., *Siedem kultur kapitalizmu. USA, Japonia, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Szwecja, Holandia*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003,
4. Hryń B., *Społeczno-kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości*. w: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstwa - szanse i zagrożenia*, K. Jaremczuk (red.) Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prof. S. Tarnowskiego w Tamobrzegu, Tamobrzeg 2003,
5. Kisiel P., *Społeczne uwarunkowania przedsiębiorczości – postawy społeczne wobec przedsiębiorczości*, w: *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999,
6. Kraśnicka T., *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – podejście wielowymiarowe*, w: K. Jaremczuk, *Przedsiębiorstwo w procesie transformacji*, Przemysł 2000,
7. Lipski S., *Przedsiębiorczość. Postawa, talent czy wiedza*. w: *Przedsiębiorczość młodzież, Szanse, bariery, perspektywy.*, J. Merski, K. Piotrowski (red.), DrukTur, Warszawa 2003.
8. Marmuszewski S., *Bogactwo i ubóstwo – dwa motywy potocznego myślenia*, „Kultura i społeczeństwo” 1998, nr 2.

ОТНОШЕНИЕ К РЕЛИГИИ – СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОЛЬСКИХ И РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ

М.Н. Чернявска

Белостоцкий политехнический университет, г. Белосток, Польша

Изменения государственного строя в странах Центральной и Восточной Европы детерминируют - как можно судить - преобразования религии в сфере доктрины, теологии и институции. Религиозные институты можно рассматривать как ценность саму в себе или как источник ценностей, доминирующих в культурном обороте и политическом дискурсе [6]. В новой ситуации государственного строя они должны перестраиваться так, чтобы была возможность их приспособления к изменяющимся обществам. Одновременно - и это необходимо чётко подчеркнуть - приписывание значения религии и религиозным институтам в общественной жизни в большой степени зависит от состояния религиозности в период, предшествующий трансформации.

В странах Центральной и Восточной Европы в послевоенное время (в России в послереволюционный период) проявлялись процессы секуляризации. Они связывались с разделением религиозной и общественной жизни, а также со значительными ограничениями в