

MIROŚLAWA DUDEL

POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE WŚRÓD ROSJAN – UWARUNKOWANIA KULTUROWE

WPROWADZENIE

Przedsiębiorczość jest rozumiana jako zdolność do inicjatywy, zaradności, pomysłowości. Jest to pewien zbiór zachowań (działań i oddziaływań), których celem jest tworzenie i realizowanie przedsięwzięć umożliwiających osiągnięcie określonych wartości w warunkach niepewności i ryzyka¹. Przedsiębiorczość odgrywa istotną rolę w efektywnej alokacji istniejących zasobów poprzez działanie osób w poszukiwaniu innowacji oraz wykrywaniu nowych związków w istniejącym systemie gospodarczym i społecznym². Na zachowania przedsiębiorcze wpływają czynniki nie tylko osobowe, ale także społeczno-ekonomiczne, w tym kulturowe. Czynniki kulturowe wyznaczają pewien model pożądaných i społecznie aprobowanych zachowań³. Kultura jest związana z człowiekiem, który jest jej twórcą i odbiorcą. Poprzez kulturę człowiek wyraża i zaspokaja swoje potrzeby. Kultura jest zjawiskiem społecznym, ponieważ powstaje i rozwija się w pewnej społeczności i dzięki relacjom społecznym. Kultura jest też zjawiskiem powtarzalnym, a więc

Mgr MIROŚLAWA DUDEL, doktorantka Wydziału Nauk Humanistycznych KUL – Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Instytut Filologii Słowiańskiej; adres do korespondencji: Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: m.dudel@interia.pl

¹ B. BOJEWSKA, *Przedsiębiorczość w zarządzaniu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem, uwarunkowania europejskie*, red. M. Strużycki, Difin, Warszawa 2002, s. 111.

² E. SKAWIŃSKA, *Kapitał społeczny w rozwoju regionu*, w: *Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej*, red. W. Janasz, Warszawa 2009, s. 48.

³ T. ZAŁĘGA, *Mikroekonomia*, Wyd. WWZ, Warszawa 2011; G. BARTKOWIAK, *Psychologia zarządzania*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 1999.

mogą do niej należeć tylko te zjawiska, które charakteryzują się powtarzalnością⁴. Sfera kultury to obszar znaczeń i wartości społeczeństwa⁵. Między zasobami kulturowymi a procesami rozwojowymi w danym regionie występuje wyraźna współzależność, ponieważ terytorium oddziałuje na tożsamość, będącą jedną z podstaw aktywności i podmiotowości społeczności lokalnej na danym obszarze⁶.

Postawa to względnie trwała struktura procesów poznawczych, emocjonalnych i zachowań odnoszących się do jakiegoś przedmiotu. Komponentem poznawczym jest opinia na temat przedmiotu postawy, tj. przekonanie o jego charakterystyce. Z postawami wiążą się różne uczucia i oceny – zarówno pozytywne, jak i negatywne. Postawa obejmuje także komponent behawioralny, czyli uzewnętrzniający się w działaniu wobec przedmiotu postawy⁷. Fakt, że postawy stanowią gotowość człowieka do takiego czy innego zachowania się i są nabyte w ciągu indywidualnego życia, nadaje im ogromne znaczenie.

Celem pracy jest określenie postaw przedsiębiorczych wśród Rosjan, obejmujących ich opinie i oceny oraz działania w zakresie przedsiębiorczości w kontekście uwarunkowań kulturowych. Przedstawione zagadnienie jest ważne, ponieważ reforma rosyjskiego systemu ekonomicznego zdecydowanie wzmogła zainteresowanie problemami związanymi z mentalnością. Mentalność społeczeństwa rosyjskiego oraz jej ogromny wpływ na podejście do pracy rzutowały na skuteczność i efektywność przeprowadzanych reform ekonomicznych. Wzorce oraz postawy związane z pracą zawodową stały się ważnym tematem badań zarówno w sferze naukowej, jak i praktycznej. Próba ślepego kopiowania zachodnioeuropejskich form i zasad, sposobu życia oraz stosunków międzyludzkich zakończyła się fiaskiem. Niepowodzenia na tym gruncie wynikają między innymi z faktu, że na Zachodzie pewne wzorce zachowań społecznych ewaluowały i formowały się na przestrzeni wielu wieków, zaś w Rosji usiłowano je wprowadzić w stosunkowo krótkim czasie⁸.

Do scharakteryzowania opinii i ocen pracy wykorzystano dane z raportów Globalnego Monitora Przedsiębiorczości (GEM) za rok 2015, opracowane przez Polską

⁴ K. SERAFIN, *Kultura organizacyjna jako element wspierający realizację strategii przedsiębiorstwa*, *Studia Ekonomiczne*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 222(2015), s. 88.

⁵ M. ABASSY, *Kultura wobec postępu i modernizacji. Rosja i Iran w perspektywie porównawczej*, WUJ, Kraków 2013, s. 22.

⁶ M. HUCZEK, *Rola organizacji pozarządowych w rozwoju gospodarczym regionu*, w: *Państwo demokratyczne, prawne i socjalne*, red. M. Grzybowski, Wyd. Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2014, s. 488-492.

⁷ T. TARANKO, *Czynniki determinujące postawy konsumentów wobec marki*, „Handel Wewnętrzny” 2016, nr 3(362), s. 343-345.

⁸ Н. ТИХОНОВА, *Динамика социокультурной модернизации в России*, „Социологическая наука и социальная практика” (Москва) 2013, nr 1.

Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, w których znalazły się dane porównawcze dla krajów Europy, w tym Rosji. W badaniu GEM rokrocznie jest poddawana analizie populacja osób dorosłych pod kątem przedsiębiorczych postaw, percepcji przedsiębiorczości oraz przedsiębiorczych aspiracji. Według danych rejestru podmiotów przedsiębiorczości Federacji Rosyjskiej, na terytorium całego kraju w 2016 roku działało ponad 5,5 mln przedsiębiorstw, z czego 2,59 mln podmiotów prawnych oraz 2,93 mln indywidualnych przedsiębiorców. Wśród tej drugiej grupy 99% to były mikroprzedsiębiorstwa⁹, zatrudniające do 15 pracowników, z obrotami sięgającymi 120 mln rubli¹⁰.

1. UWARUNKOWANIA KULTUROWE ROSJI

Mentalność rosyjska – jest to uniwersalne zjawisko kulturowo-psychologiczne. Podstawowe, głębokie rysy i cechy narodu rosyjskiego żyją według własnej logiki, według praw związanych ze społeczno-psychologiczną dziedzicznością i transformacją. Cechy te nie są dopasowane do nowej sytuacji ekonomicznej, do zasad modeli ekonomicznych, które przysły do Rosji. Doprowadziło to już do takich konsekwencji, jak osłabienie bodźców do pracy, w tym pracy na rzecz społeczeństwa, a także spadek tempa rozwoju produkcji oraz zniszczenie najbardziej zaawansowanych gałęzi produkcji i nauki¹¹.

Dogłębne i całościowe zrozumienie wartości i postaw związanych z pracą zawodową w społeczeństwie rosyjskim wymaga zagłębienia się w historię oraz dotarcia do źródeł ich formowania się i pozwala prognozować modele ich rozwoju w przyszłości.

Ważnymi czynnikami kształtującymi mentalność każdego narodu jest położenie geograficzne, warunki przyrodnicze, geopolityczne, a także religia. W przypadku Rosjan bezkresne równinne przestrzenie zajmowanego terytorium, surowy klimat i krótki okres wegetacyjny, specyficzna gleba¹² oraz historyczne różnice między cywilizacją Wschodu i Zachodu wpłynęły na ukształtowanie się w narodzie rosyjskim charakterystycznych cech i postaw związanych z pracą.

⁹ <https://rscme.ru/ru/statistics> [dostęp: 19.2.2018].

¹⁰ http://corpmsp.ru/pres_slujba/news_msp/malye_predpriyatiya_v_2016_godu_kakie_kompanii_popadayut_v_etu_kategoriyu/ [dostęp: 19.2.2018].

¹¹ Е. Сидорова, *Трудовые ценности и установки в менталитете русского народа*, „Вестник Поволжской академии государственной службы имени П. А. Столыпина” 2007, nr 12, s. 168-172.

¹² Л. Милов, *Природно-климатический фактор и особенности российского исторического процесса*, https://www.gubkin.ru/faculty/humanities/chairs_and_departments/country_political_history/Milov.doc [dostęp: 10.2.2018].

Położenie i rozmiar terytorium Rosji oraz ukształtowany na przestrzeni wieków imperialny charakter szczególnie przyczyniły się do rozwoju idei wybraństwa narodowego, a co za tym idzie, poczucia wyjątkowości. Oprócz tego powyższe czynniki sprzyjały wykształceniu się kolektywizmu oraz silnej władzy państwowej. Specyfika krajobrazu kształtowała u Rosjan szczególny stosunek do piękna formy i duchowości. Warunki klimatyczne w Rosji rozwijały zdecydowanie bardziej kontemplacyjne niż aktywne postrzeganie życia, w tym szczególnie stosunek do pracy, ziemi i bogactwa. Historyczne uwarunkowania w Rosji nie dawały możliwości rozwoju w przedsiębiorczym z natury narodzie rosyjskim zdolności przedsiębiorczych w znaczeniu burżuazyjnym, a religia prawosławna utrwalała nadrzędność wartości duchowych nad materialnymi¹³.

W kształtowaniu się rosyjskiego kolektywizmu istotną rolę odgrywały takie czynniki, jak rozległość terytorium kraju, nieprzewidywalność pogody, historyczna konieczność zjednoczenia rosyjskich ziem. W Rosji od zarania dziejów funkcjonowały idee zjednoczeniowe, pozwalające narodowemu organizmowi przetrwać w trudnych warunkach wrogiego otoczenia. Można tu wymienić chociażby czas niewoli tatarsko-mongolskiej czy też okres „Wielkiej Smuty”. Po rozpadzie ZSRR idea zjednoczenia narodu rosyjskiego nabrała nowego znaczenia¹⁴.

Historyczne badania specyfiki wartości związanych z pracą zawodową w systemie rosyjskiej mentalności dowodzą, że wszelkie nielogiczne z punktu widzenia zachodniego racjonalizmu zachowania Rosjan mają logiczne wyjaśnienie. Dowodem logiczności rosyjskiego podejścia do pracy i związanych z tym dokonywanych wyborów jest fakt nieprzerwanego istnienia narodu i funkcjonowania w trudnych warunkach klimatycznych i geopolitycznych¹⁵.

W analizie wartości i postaw związanych z pracą zawodową, jej istoty, roli i miejsca w mentalności rosyjskiej, wiele informacji dostarcza porównanie mieszkańców Rosji z mieszkańcami innych krajów. Perspektywy owocnej współpracy Rosji z partnerami zagranicznymi narzucają potrzebę lepszego zrozumienia unikalności społeczeństwa rosyjskiego oraz określenia jego miejsca w historii. Gospodarka rosyjska powinna być budowana z uwzględnieniem tradycji narodowych, narodowej psychologii i kultury, przy ich dogłębnej analizie, a nie na podstawie mechanizmów czysto rynkowych.

Trudności w zakorzenieniu się w Rosji kapitalizmu często są tłumaczone tym, że w hierarchii wartości Rosjan nie ma miejsca na „zachodnie” cechy, np. przedsiębiorczość i odpowiedzialność. W mentalności rosyjskiej nie jest kultywowane dążenie do bogactwa jako cel sam w sobie, jednak funkcjonują takie cechy, jak zorientowanie na cel, dążenie do osiągnięcia pozycji lidera, zaufanie we własne siły i własną sprawczość. W ciągu ostatnich lat nastąpiła ogromna transformacja warto-

¹³ Е. СИДОРОВА, *Трудовые ценности и установки в менталитете русского народа*.

¹⁴ L. BAZYŁOW, *Historia Rosji*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1985, s. 126-134.

¹⁵ Е. СИДОРОВА, *Трудовые ценности и установки в менталитете русского народа*.

ści związanych z pracą zawodową w społeczeństwie rosyjskim, czemu nie ma się co dziwić. Potrzeba zaspokojenia podstawowych potrzeb materialnych spowodowała, że obniżyły się w hierarchii ważności następujące wartości: możliwość cieszenia się życiem, władza, możliwość realizowania własnych zdolności i wyjawiania inicjatywy, możliwość społecznej aprobaty i twórczości¹⁶.

Z drugiej strony wzrosło znaczenie samorealizacji, w tym osiągnięcia sukcesu, poczucia bezpieczeństwa i stabilności, a także poczucia sprawiedliwości społecznej. W wyniku przemian, które miały miejsce po rozpadzie ZSRR, oraz konieczności dostosowania się do nowych sytuacji, wartości i postawy przejawiane przez Rosjan związane z pracą są obecnie praktycznie identyczne z wartościami preferowanymi przez mieszkańców wysoko rozwiniętych krajów zachodnich. Szczególnie jest to zauważalne w kwestiach dobrego wynagrodzenia, zainteresowania pracą, stabilności pracy, wygodnego grafiku, możliwości urlopowych i społecznego szacunku do pracy. Jednocześnie obecnie w społeczeństwie rosyjskim główną postawą związaną z pracą zawodową jest wytrwała i konsekwentna praca w celu uzyskania wysokiego wynagrodzenia. Przyпуска się, że w miarę wzrostu zamożności potrzeba samorealizacji i szacunku społecznego stanie się nie mniej istotna. Jednak pełne przejście zachodnich wartości i postaw związanych z pracą zawodową nie jest możliwe z powodu oddziaływania mentalności Rosjan, która powoduje transformację tych wartości i postaw¹⁷.

Zainteresowanie tą tematyką nie jest przypadkowe. Każda firma, szukająca krajów, w których mogłyby być prowadzone badania dotyczące możliwości wprowadzenia nowych produktów, świadomie lub nieświadomie, dokonuje wyboru między kulturami. Często wybór firm jest dokonywany na podstawie tradycyjnych wyobrażeń, takich jak wyposażenie techniczne, źródła finansowe, logistyka i dostępność rynku. Tym nie mniej różnice kulturowe, które często nie są brane pod uwagę, mogą mieć wpływ na przebieg i rezultaty realizacji na przykład wprowadzenia nowego produktu.

W ramach badania wartości i postaw związanych z pracą zawodową nie można nie zauważyć znacznego wzmocnienia pozycji kobiet w systemie stosunków społecznych. Ze względu na obecną sytuację demograficzną¹⁸ udział kobiet w biznesie, polityce czy w zarządzaniu może wzrosnąć. Dla szefa – mężczyzny zarządzanie zespołem, w którym przeważają kobiety, wymaga uwzględnienia ich istotnych cech.

¹⁶ А. БУТЕНКО, Ю.В. КОЛЕСНИЧЕНКО, *Менталитет россиян и евразийство: их сущность и общественно политический смысл*, "Социологические исследования" 1996, nr 5, s. 92-102, <https://www.rosdil.ru/pdf2/011Butenko.pdf> [dostęp: 11.2.2018].

¹⁷ Е. СИДОРОВА, *Трудовые ценности и установки в менталитете русского народа*.

¹⁸ Współczynnik feminizacji społeczeństwa rosyjskiego wynosił w ciągu kilku ostatnich lat 1,16 i charakterystyczna jest duża przewaga liczebna kobiet nad mężczyznami po 35. roku życia; http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/en/figures/population/ [dostęp: 19.2.2018].

W procesie zarządzania brany jest pod uwagę charakter relacji międzyludzkich z uwzględnieniem różnic między psychiką kobiety i mężczyzny, a także charakterystycznych cech osobowościowych. Obecnie nietradycyjne modele zarządzania sprzyjają przejściu w kierunku nowego paradygmatu zarządzania, którego istotą jest odejście od racjonalizmu zarządczego w stronę większego otwarcia na zmiany, i elastyczności w stosunku do stale zmieniającego się środowiska zewnętrznego. Bez wątplenia dzięki takim wartościom, jak optymizm i kreatywność kobiet, ich zaangażowanie w sprawy oraz dążenie do tworzenia kobieta może stać się równoprawnym partnerem biznesowym mężczyzny. Jest nadzieja, że właśnie Rosja, z charakterystyczną dla jej obywateli mentalnością i wynikającym z tradycji szacunkiem do kobiety – matki, kobiety pracującej, kobiety przedłużającej ród, będzie szukać nowych modeli zarządzania zespołowego i je wypracowywać.

2. POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE ROSJAN

W projekcie GEM postawy przedsiębiorcze są mierzone za pomocą czterech wskaźników: intencji przedsiębiorczych, rozpoznawania szansy biznesowej, samooceny zdolności przedsiębiorczych oraz strachu przed niepowodzeniem.

Intencje przedsiębiorcze pokazują plany rozpoczęcia biznesu. Mierzą one odsetek osób dorosłych (18-64 lata), które nie są zaangażowane w prowadzenie działalności gospodarczej, ale zamierzają ją założyć w perspektywie najbliższych trzech lat. Występuje stała zależność, wskazująca na zmniejszającą się intensywność intencji przedsiębiorczych wraz z postępującym rozwojem gospodarczym. Najczęściej działalność gospodarczą zamierzają założyć osoby z krajów zorientowanych na czynniki produkcji (40,2%), w których brakuje alternatywy w postaci znalezienia zatrudnienia, a rzadziej z krajów zorientowanych na efektywność¹⁹ (22,8%) i innowacje (12,3%)²⁰. Dla Rosji, która jest zakwalifikowana do grupy krajów bazujących na efektywności, wskaźnik ten w 2015 r. wyniósł 3,5% i był mniejszy niż kilka lat wcześniej (6,2% w 2012 r.)²¹.

¹⁹ Charakterystyka trzech faz rozwoju gospodarczego obejmuje gospodarki zorientowane na czynniki produkcji (od rolnictwa do wydobywania surowców naturalnych), efektywność (zwiększone uprzemysłowienie i ekonomia skali), innowacje (badania i rozwój, intensywność wiedzy, rozwijający się sektor usług). D. WĘCLAWSKA, A. TARNAWA, M. NIEĆ, P. ZBIEROWSKI, *Raport GEM*, PARP, Warszawa 2015, s. 11.

²⁰ Tamże, s. 16-17.

²¹ P. ZBIEROWSKI, D. WĘCLAWSKA, A. TARNAWA, P. ZADURA-LICHOTA, M. BRATNICKI, *Raport GEM*, PARP, Warszawa 2012, s. 16.

W Rosji nadal niski, z tendencją malejącą (27,1% w 2012 r., 26,5% w 2015 r.), jest wskaźnik dotyczący rozpoznawania szansy biznesowej, który jest mierzony odsetkiem osób uważających, że w ich otoczeniu panują dobre warunki do rozpoczęcia działalności w ciągu najbliższych 6 miesięcy. Znaczny dystans dzieli Rosję od średniego wyniku dla krajów o gospodarkach zorientowanych na czynniki produkcji (54,6%), efektywność (42,4%) i innowacje (38,9%).

Strach przed porażką nie wydaje się immanentną cechą Rosjan, choć jeszcze kilka lat temu był on zauważalny. Obecnie jedynie 40,9% z nich nie decyduje się na założenie własnej firmy z tego powodu (w 2012 r. 46,4%). Strach przed porażką zależy od poziomu rozwoju gospodarczego; najwyższy jest dla krajów zorientowanych na innowacje (37,8%), a najniższy dla krajów opartych na czynnikach produkcji (31,4%), co jest pochodną odmiennych uwarunkowań rynkowych, determinowanych poziomem konkurencyjności gospodarki oraz oczekiwań konsumentów, jak również prawnych, związanych z przeprowadzaniem upadłości²².

Rosjanie nie boją się niepowodzenia, ale też nie wierzą we własne zdolności przedsiębiorcze. Jedynie 27,8% Rosjan ocenia posiadaną wiedzę i umiejętności jako wystarczające do prowadzenia firmy. Kilka lat wcześniej było to 33,2%. Ich samoocena zdolności przedsiębiorczych jest znacznie niższa niż w przypadku przeciętnego mieszkańca krajów innowacyjnych (42,0%), zorientowanych na efektywność (54,9%) czy czynniki produkcji (64,7%)²³.

Widać różnice w postawach przedsiębiorczych kobiet i mężczyzn. Mniej kobiet (23,7%) niż mężczyzn (29,5%) uważa, że w ich otoczeniu są dobre warunki do założenia firmy. Kobiety wydają się mniej skłonne do podjęcia ryzyka, jakim jest założenie własnej firmy, niż mężczyźni. Mężczyźni mają lepsze samopoczucie niż kobiety (różnica 5,7 p.p.), jeśli chodzi o umiejętności przedsiębiorcze. Dodatkowo, mężczyźni, rzadziej niż kobiety, obawiają się porażki w biznesie (różnica 6,5 p.p.)²⁴.

Według założeń modelu GEM działalność gospodarcza jest wynikiem trzech rodzajów czynników: indywidualnych, uwarunkowań zewnętrznych, w tym kulturowych, oraz wartości społecznych odnoszących się do przedsiębiorczości. GEM dokonuje ilościowego pomiaru zmiennych kulturowych. Elementami kultury poddawany mi pomiarowi są: postrzeganie przedsiębiorczości jako dobrej ścieżki kariery, status społeczny przedsiębiorców, uwaga mediów poświęcana przedsiębiorczości. Są one próbą uchwycenia postrzegania przedsiębiorczości przez społeczeństwo danego kraju, które,

²² D. WĘCŁAWSKA, A. TARNAWA, M. NIEĆ, P. ZBIEROWSKI, *Raport GEM*, s. 16-17; P. ZBIEROWSKI, D. WĘCŁAWSKA, A. TARNAWA, P. ZADURA-LICHOTA, M. BRATNICKI, *Raport GEM*, s. 16.

²³ Tamże.

²⁴ D. WĘCŁAWSKA, A. TARNAWA, M. NIEĆ, P. ZBIEROWSKI, *Raport GEM*, s. 19.

tworząc określone ramy, wpływa na jej poziom i rozwój²⁵. Ponad 67% Rosjan uważa, że przedsiębiorczość jest dobrym wyborem, jeśli chodzi o planowanie kariery. Widać tu wyraźny wzrost tego wskaźnika (64,5% w 2012 r.). Jest to dobry wynik, oznaczający czwarte miejsce w Europie, powyżej średniej dla krajów zorientowanych na innowacje (55,1%), gdzie rynek pracy najmniej stwarza równe dobre możliwości rozwoju i bogacenia się, co własna działalność gospodarcza. Jedną ze składowych tego przekonania jest utrzymujący się w Rosji rynek pracodawcy i niskie zarobki, które zwiększają atrakcyjność własnej działalności gospodarczej. Prawie dwie trzecie dorosłych Rosjan (66%) zgadza się, że sukces w roli przedsiębiorcy jest powiązany z wysokim statusem społecznym i jest to wynik praktycznie niezmienny w ostatnich latach (65,3% w 2012 r.). Podobny odsetek osób cechuje kraje zorientowane na efektywność. Poglądy społeczeństwa na temat przedsiębiorców i ich działalności to także w pewnym stopniu efekt oddziaływania mediów. Dlatego w GEM badane są opinie na temat obecności tematu przedsiębiorczości w nośnikach informacji. W Rosji około połowa badanych osób uważa, że media poświęcają przedsiębiorczości dużo uwagi i jest to jeden z najniższych wyników dla krajów Europy, dodatkowo niższy niż jeszcze w 2012 r. (55,3%). Prawie 68% Rosjan jest zdania, że ludzie wolą równy standard życia dla wszystkich. Jest to jednocześnie wynik znacznie wyższy od średniej dla krajów zorientowanych na efektywność (63,1%), innowacje (62,5%) i czynniki produkcji (58,3%)²⁶, co wskazuje na wpojone przez poprzedni system gospodarki poczucie równości i niechęci do tych, którzy osiągnęli więcej. Zmiany społecznej percepcji przedsiębiorczości pokazują poprawę wizerunku przedsiębiorcy w rosyjskim społeczeństwie, choć już na samym początku przemian ustrojowych sytuacja prywatnych przedsiębiorstw była trudna. Po pierwsze, ze względu na głęboko niechętną, opartą na społecznym egalitaryzmie postawę wobec tych, którym w widoczny sposób powodzi się lepiej. Po drugie, ze względu na brak zrozumienia mechanizmów rynku, praw regulujących popyt i podaż oraz tego, jak te prawa – bo już nie kontrola czy interwencja państwa – wpływają na życie obywateli²⁷.

Motywacje, jakimi kierują się ludzie, decydując o podjęciu działalności gospodarczej, są niezbędne dla zrozumienia charakteru przedsiębiorczości danego kraju. W GEM analizowane są motywacje skrajne: wykorzystanie szansy i przedsiębiorczość z konieczności. Szansa rozumiana jest jako uzyskanie niezależności lub wzrost dochodów osobistych, co przekłada się na poprawę standardu życia. Konieczność z kolei oznacza brak alternatywy w postaci znalezienia zatrudnienia

²⁵ P. ZBIEROWSKI, D. WĘCŁAWSKA, A. TARNAWA, P. ZADURA-LICHOTA, M. BRATNICKI, *Raport GEM*, s. 15.

²⁶ Tamże, s. 18; D. WĘCŁAWSKA, A. TARNAWA, M. NIEĆ, P. ZBIEROWSKI, *Raport GEM*, s. 14-15.

²⁷ W.D. CONNOR, *Wyboista droga: przedsiębiorczość w radzieckiej gospodarce w latach 1986-1989*, w: *Kultura przedsiębiorczości*, red. B. Berger, Oficyna literatów „Rój”, Warszawa 1994, s. 205-206.

na rynku pracy. Im wyższy poziom rozwoju gospodarczego, tym większa i lepsza jakościowo oferta pracy najemnej, dlatego odsetek przedsiębiorstw zakładanych z powodu dostrzeżonej szansy powinien być wyższy. W krajach opartych na czynnikach produkcji i w krajach o gospodarkach nastawionych na efektywność około 28% przedsiębiorstw założono z powodu konieczności (w krajach innowacyjnych już tylko 18%)²⁸. W Rosji 39% przedsiębiorstw we wczesnej fazie powstało z konieczności, a jedynie niewiele więcej, bo 41,6% firm, założono w wyniku dostrzeżonej okazji²⁹.

PODSUMOWANIE

Niewielki odsetek Rosjan zamierza w najbliższej przyszłości prowadzić własną działalność gospodarczą. Wynika to m.in. stąd, iż niewielu mieszkańców uważa, że w ich otoczeniu panują dobre warunki do rozpoczęcia takiej działalności. Strach przed porażką nie wydaje się immanentną cechą Rosjan, choć jeszcze niedawno był on zauważalny. Rosjanie nie boją się niepowodzenia, ale też nie wierzą we własne zdolności przedsiębiorcze. Widać różnice w postawach przedsiębiorczych kobiet i mężczyzn. Mężczyźni częściej dostrzegają szanse w otoczeniu, są bardziej skłonni do podjęcia ryzyka, jakim jest założenie własnej firmy, mają lepsze samopoczucie niż kobiety, jeśli chodzi o posiadanie umiejętności przedsiębiorczych. Dodatkowo mężczyźni rzadziej niż kobiety obawiają się porażki w biznesie. Ponad 67% Rosjan uważa, że przedsiębiorczość jest dobrym wyborem, jeśli chodzi o planowanie kariery. Dwie trzecie dorosłych Rosjan zgadza się, że sukces w roli przedsiębiorcy jest powiązany z wysokim statusem społecznym. Prawie 68% Rosjan jest zdania, że ludzie wolą równy standard życia dla wszystkich. W Rosji praktycznie tyle samo przedsiębiorstw powstaje z konieczności (39%), co w wyniku dostrzeżenia okazji (41,6%).

Czynniki kulturowe wpływają w wyraźny sposób na zachowania przedsiębiorcze Rosjan. Trudne warunki przyrodniczo-historyczne sprawiły, że w kontaktach biznesowych Rosjan cechują: ogromna wytrwałość i twardość, a nawet chęć manifestowania swojej siły³⁰. Nie boją się oni zatem ryzyka związanego z prowadzeniem własnej działalności. To, że w niewielkim stopniu podejmują aktywność przedsiębiorczą, choć jest ona wysoko ceniona w społeczeństwie, wynika raczej z braku dobrych

²⁸ D. WĘCŁAWSKA, A. TARNAWA, M. NIEĆ, P. ZBIEROWSKI, *Raport GEM*, s. 25-26.

²⁹ Tamże, s. 26.

³⁰ W. WASILEWSKA, *Efektywne negocjacje w biznesie*, UWM. Centrum Innowacji i Transferu Technologii, Olsztyn 2010, s. 35.

warunków do rozpoczęcia takiej działalności. Wpływ na to ma również zmiana wartości w hierarchii związanych z pracą zawodową ukierunkowaną na zaspokojenia głównie potrzeb materialnych. W hierarchii ważności obniżyły się takie wartości, jak możliwość cieszenia się życiem, realizowania własnych zdolności i wyjawiania inicjatywy, możliwość społecznej aprobaty i twórczości, a wzrosły: znaczenie osiągnięcia sukcesu, poczucia bezpieczeństwa i stabilności. Nie zmieniło się poczucie kolektywizmu wyrażające się w potrzebie sprawiedliwości społecznej i równości.

BIBLIOGRAFIA

- ABASSY M., *Kultura wobec postępu i modernizacji. Rosja i Iran w perspektywie porównawczej*, WUJ, Kraków 2013.
- BARTKOWIAK G., *Psychologia zarządzania*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 1999.
- BAZYŁOW L., *Historia Rosji*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1985.
- BOJEWSKA B., *Przedsiębiorczość w zarządzaniu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem, uwarunkowania europejskie*, red. M. Strużycki, Difin, Warszawa 2002, s. 111.
- БУТЕНКО А., КОЛЕСНИЧЕНКО Ю.В., *Менталитет россиян и евразийство: их сущность и общественно политический смысл*, „Социологические исследования” 1996, nr 5, s. 92-102.
- CONNOR W.D., *Wyboista droga: przedsiębiorczość w radzieckiej gospodarce w latach 1986-1989*, w: *Kultura przedsiębiorczości*, red. B. Berger, Oficyna Literatów „Rój”, Warszawa 1994, s. 205-206.
- HUCZEK M., *Rola organizacji pozarządowych w rozwoju gospodarczym regionu*, w: *Państwo demokratyczne, prawne i socjalne*, red. M. Grzybowski, Wyd. Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2014, s. 488-492, https://www.gubkin.ru/faculty/humanities/chairs_and_departments/country_political_history/Milov.doc
- SERAFIN K., *Kultura organizacyjna jako element wspierający realizację strategii przedsiębiorstwa*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 222(2015), s. 88.
- СИДОРОВА Е., *Трудовые ценности и установки в менталитете русского народа*, „Вестник Поволжской академии государственной службы имени П. А. Столыпина” 2007, nr 12, s. 168-172.
- SKAWIŃSKA E., *Kapitał społeczny w rozwoju regionu*, w: *Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej*, red. W. Janasz, Warszawa 2009, s. 48.
- TARANKO T., *Czynniki determinujące postawy konsumentów wobec marki*, „Handel Wewnętrzny” 2016, nr 3(362), s. 343-345.
- ТИХОНОВА Н., *Динамика социокультурной модернизации в России*, „Социологическая наука и социальная практика” 2013, nr 1.
- WASIŁEWSKA W., *Efektywne negocjacje w biznesie*, UWM. Centrum Innowacji i Transferu Technologii, Olsztyn 2010, s. 35.
- WĘCŁAWSKA D., TARNAWA A., NIEĆ M., ZBIEROWSKI P., *Raport GEM, PARP*, Warszawa 2015.
- ZALEGA T., *Mikroekonomia*, Wyd. WWZ, Warszawa 2011.
- ZBIEROWSKI P., WĘCŁAWSKA D., TARNAWA A., ZADURA-LICHOTA P., BRATNICKI M., *Raport GEM, PARP*, Warszawa 2012.

Strony internetowe

<https://rcsme.ru/ru/statistics>

http://corpmsp.ru/pres_slujba/news_msp/malye_predpriyatiya_v_2016_godu_kakie_kompanii_popadayut_v_etu_kategoriyu/

**POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE WŚRÓD ROSJAN
– UWARUNKOWANIA KULTUROWE****Streszczenie**

Celem pracy jest określenie postaw przedsiębiorczych wśród Rosjan, obejmujących ich opinie i oceny oraz działania w zakresie przedsiębiorczości w kontekście uwarunkowań kulturowych. Czynniki kulturowe wpływają w wyraźny sposób na zachowania przedsiębiorcze Rosjan. Nie boją się oni ryzyka związanego z prowadzeniem własnej działalności. To, że w niewielkim stopniu podejmują aktywność przedsiębiorczą, choć jest ona wysoko ceniona w społeczeństwie, wynika raczej z braku do tego dobrych warunków. Wpływ na to ma również zmiana wartości w hierarchii związanych z pracą zawodową ukierunkowaną na zaspokojenie głównie potrzeb materialnych. W hierarchii ważności obniżyło się znaczenie takich wartości, jak możliwość cieszenia się życiem, realizowania własnych zdolności i wykazywania inicjatywy, możliwość społecznej aprobaty i twórczości, a wzrosło znaczenie osiągnięcia sukcesu, poczucia bezpieczeństwa i stabilności. Nie zmieniło się poczucie kolektywizmu wyrażające się w potrzebie sprawiedliwości społecznej.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość; uwarunkowania kulturowe; Rosja; Rosjanie.

ENTREPRENEURIAL ATTITUDES AMONG RUSSIANS**Summary**

The aim of this work is to identify entrepreneurial attitudes among Russian people, which include their opinions and actions in the field of entrepreneurship in the cultural context. Cultural factors have a great impact on the entrepreneurial behavior of the Russian people. They are not afraid of risk connected with running their own business. The fact that they slightly initiate the entrepreneurial activity, although it is high valued in society, can be caused by the lack of good conditions for this. Apart from that, the changing values in the hierarchy connected with the professional activities which are mainly aimed at fulfilling material needs, have an influence, too. On the one hand, the importance of values such as the ability to enjoy life, to realize their potential and to show initiative, the ability of social approval and creativity decreased in the hierarchy of importance. On the other hand, the importance of success, feeling of safety and stability increased. The sense of community, computed in the need for social justice did not change.

Key words: entrepreneurship; cultural conditionality; Russia; Russian people.