

## Czynniki kulturowe w funkcjonowaniu przedsiębiorstw sharing economy

**Sebastian Jędrak**

*Uniwersytet Gdański, Wydział Ekonomiczny*

*E-mail: sebastian\_jedrak@tlen.pl*

**Tutor: dr Tomasz Gutowski**

*Uniwersytet Gdański, Wydział Ekonomiczny,*

*Katedra Transportu i Handlu Morskiego*

**Słowa kluczowe** – kultura, ekonomia, kultura ekonomiczna, sharing economy, gospodarka współdzielenia

### Wstęp

Sharing economy jest obecnie jednym z najszybciej rozwijanych się sektorów gospodarek na całym świecie. Jest to spowodowane rozwojem technologii, trendem dbałości o środowisko, możliwością efektywniejszego wykorzystywania zasobów i przede wszystkim wygodą dla użytkowników tego systemu. W niniejszym artykule zostały poruszone zagadnienia związane z kulturą, jej istotą i znaczeniem dla współczesnych gospodarek. Przybliżono również specyfikę funkcjonowania modelu gospodarki współdzielenia oraz podjęto próbę identyfikacji kultur, w których sektor sharing economy ma szansę funkcjonować najefektywniej.

W dniu 29 października 2019 roku znany na trójmiejskim rynku operator elektrycznych rowerów miejskich ogłosił upadłość. Powodów takiego rozwoju wydarzeń było wiele. System Mevo borykał się zarówno z problemami technicznymi, jak i liczbą użytkowników przekraczających jego możliwości. Warto jednak poszukać głębiej i poszukać przyczyn niepowodzenia przedsiębiorstwa, których nie widać na pierwszy rzut oka. W okresie, gdy usługa była dostępna można było bowiem zauważyć pojawiające się artykuły, jak i opinie samych użytkowników odnoszących się do użytkowania rowerów niezgodnie z przeznaczeniem, łamanie regulaminu jak i wandalizm ([radiogdansk.pl](http://radiogdansk.pl), 2019). Można zatem założyć, że obok problemów technicznych czy organizacyjnych do upadku przedsiębiorstwa przyczyniły się również czynniki kulturowe. Dokładna analiza tego aspektu powinna być pomocna dla przedsiębiorstw funkcjonujących w podobnym systemie.

### Wszechobecność kultury

Kultura jest tworzona przez każde społeczeństwo jednocześnie posiadając siłę mocnego oddziaływania na poszczególne jednostki. Posiada wpływ na osobowość, zachowanie i sposób myślenia ludzi jednocześnie warunkując interakcje

między nimi. Z kultury wynika również to, w jaki sposób społeczeństwo funkcjonuje na co dzień. O której ludzie się budzą, w jakich godzinach pracują a nawet to, co jedzą na obiad. Z kultury wynika również dynamika społeczna to, jak poszczególne jednostki dobierają się w grupy, jakich wybierają partnerów życiowych, czy jakie mają kontakty z rodziną. To, w jaki sposób kultura wpływa na życie ludzi jest w pełni naturalne, przez co często jej znaczenie staje się niedostrzegalne (Hall, 2001).

Przy rozważaniach na tematy ekonomiczne nie ulega zatem wątpliwości, że należy brać pod uwagę kulturę, jako poważny czynnik mający ogromny wpływ na gospodarkę. Jednak mimo silnego oddziaływania pomiędzy kulturą a gospodarką, nauki ekonomiczne przez długi czas dystansowały się od czynników kulturowych. Głównie przyczynił się do tego teoretyczny model *homo oeconomicus* zaproponowany przez Adama Smitha. Za motywację człowieka ekonomicznego uznaje się bowiem jedynie maksymalizację użyteczności bądź zysku. Model ten opisuje człowieka bez przeszłości a więc takiego, na którego decyzje nie wpływają pochodzenie, obyczaje, historia czy więzi z innymi ludźmi (Morawski, 2001).

Obecnie jednak w teorii ekonomii uwzględnia się istnienie czynników pozaekonomicznych, takich jak kultura. To, w jaki sposób czynniki i bariery kulturowe oddziałują na rozwój gospodarczy badają już nie tylko ekonomiści, ale i specjaliści nauk historycznych, socjologicznych czy politologicznych. Większość przedstawicieli tych grup zdaje się zgadzać z tym, że bez zrozumienia czynników kulturowych niemożliwym jest zrozumienie mechanizmów rządzących rozwojem społeczeństw i życia gospodarczego. Błędem jest zatem pomijanie w analizie ekonomicznej wartości, obyczajów, tradycji, czy norm społecznych (Kostro, 2009).

## Od kultury do kultury ekonomicznej

Kultura jest pojęciem szerokim. Można do niej zaliczyć wiele czynników a każdy nieco inaczej rozumie jej istotę. Można jednak określić kulturę, jako specyficzne zaprogramowanie umysłu danej grupy społecznej, które odróżnia ją od innych. W tym ujęciu zaprogramowanie przejawia się w zachowaniach, poglądach, reakcjach i odczuciach. Kultura nie narzuca jednak konkretnym jednostkom wzorców myślenia a jedynie narzuca ramy społeczne ich decyzjom. Programowanie rozpoczyna się od najmłodszych lat poprzez wychowanie, następnie kontynuowane jest w szkole przez cały okres dorastania człowieka a ostateczne ramy zachowań narzucane są w środowisku pracy. Proces ten odbywa się a trzech poziomach. Pierwszym jest poziom uniwersalny, jednakowy dla ogółu społeczeństwa. Jest powiązany z ludzką naturą, dotyczy podstawowych potrzeb i wartości człowieka. Kolejnym poziomem programowania jest płaszczyna kolektywna. Dotyczy ona grup ludzi, organizacji, wspólnot czy też całych narodów. Dzięki poziomowi kolektywnemu konkretna grupa uzyskuje własną tożsamość, jednostki identyfikują się z podobnymi sobie jednocześnie odróżniając się od innych. Ostatnią płaszczyną jest poziom indywidualny. Dzięki niemu jednostki będące w tej samej grupie odróżniają się od siebie. Dotyczy specyficznych zachowań czy cech charakteru (Hofstede, 2000).

Kultura ekonomiczna jest natomiast konkretnym wykładnikiem kultury w rozumieniu ogólnym. Pojęcie dotyczy tych wartości, zachowań czy tradycji mających związek z życiem gospodarczym. Dotyczy ona zarówno jednostek, jak i przedsiębiorstw. Bezpośrednio wiąże się z warunkami, w jakich organizacje muszą funkcjonować. W dużej mierze wynika z historycznego rozwoju społeczeństwa i stanowią odzwierciedlenie moralnej i umysłowej kondycji społeczeństwa. Warto zaznaczyć, że w procesie podejmowania decyzji przez podmioty gospodarcze kultura ekonomiczna należy do czynników pozaekonomicznych i kładzie się duży nacisk na oddzielenie jej od czynników ściśle ekonomicznych. Jedną mimo rozróżnienia na czynniki pozaekonomiczne i ekonomiczne zrozumienie obu ma wspólny cel, usprawnienie wymiany dóbr pomiędzy stroną podażową a popytową w taki sposób, aby obie były usatysfakcjonowane (Kochanowicz i inni, 2007).

## Sharing economy czyli gospodarka współdzielenia

Kultura ekonomiczna, jak i nawet ta w rozumieniu ogólnym, stanowi fundament koncepcji gospodarki współdzielenia. Samo określenie „sharing economy” jest stosunkowo nowe i nie zostało jeszcze dokładnie sprecyzowane. Gospodarkę współdzielenia można najogólniej określić, jako model, w którym aktywizuje się aktywa niewykorzystywane dotychczas w pełni. Aby dane dobro mogło być efektywniej spożytkowane, podmiot który posiada je na własność, udostępnia drugiemu możliwość korzystania z niego. Sharing economy dotyczy zarówno sytuacji, w której dane dobro jest współużytkowane przez posiadacza i użytkownika, jak i takiej, w której posiadacz udostępnia możliwość korzystania z dobra użytkownikowi samemu. Dobro może być zarówno materialne jak i niematerialne a udostępnienie go może być odpłatne lub całkowicie darmowe. Dostarczyciele usług

chcący udostępnić posiadane przez siebie dobro łączeni są poprzez pośrednika z użytkownikami chcącymi dane dobro użytkować. Uważa się, że ludzie dzielą się posiadaniem przez siebie dobrami z wielu powodów. Jednym z nich jest z pewnością chęć osiągnięcia zysków z tytułu posiadania aktywa, którego sami nie mogą w pełni wykorzystać. Mniej oczywistymi aspektami są czynniki społeczne takie jak chęć poznania nowych osób i nawiązania relacji z nimi (Poniatowska-Jaksch, 2018).

## Transakcje czy relacje

Jednym z ważniejszych czynników mogących w znaczący sposób oddziaływać na przedsiębiorstwa funkcjonujące w modelu sharing economy jest stosunek narodu do zawierania transakcji. Można tu wyróżnić podejście protransakcyjne i propartnerskie.

Kultury protransakcyjne cechuje otwartość społeczeństwa na zawieranie transakcji z obcymi ludźmi. Nie ma potrzeby spędzania długich godzin budując zaufanie pomiędzy partnerami biznesowymi i rozmowy szybko przechodzą do wniosków. Dodatkowo dużą część problemów można rozwiązać w sposób zdalny, za pomocą telefonu czy też poczty elektronicznej. Kultura protransakcyjna z jednej strony działania biznesowe jednak z drugiej relacje osobiste pomiędzy stronami mogą przez to ucierpieć. Przykładem takiej kultury jest Holandia, w której nawiązywane relacje biznesowe mają przynosić korzyść a relacje międzyludzkie stoją na drugim miejscu.

Polska natomiast jest przedstawicielem kultury propartnerskiej. Kulturę tą cechuje mocno ograniczone zaufanie pomiędzy stronami. Nie sprzyja to zatem prowadzeniu interesów z nieznanymi kontrahentami. Z tego powodu dużo czasu poświęca się na budowaniu relacji a większość problemów trzeba rozwiązywać osobiście (Gesteland, 2000). Biorąc pod uwagę powyższe czynniki można zauważyć, że przedsiębiorstwa funkcjonujące w modelu sharing economy będą miały ułatwione zadanie funkcjonując w kulturze protransakcyjnej. Założenia modelu gospodarki współdzielenia naturalnie wpisują się w potrzeby takiego społeczeństwa. Kultury propartnerskie mogą odczuwać mocne opory w korzystaniu z usług takiego przedsiębiorstwa, co może się w znacznym stopniu przełożyć na jego wyniki.

## Jednostka czy grupa

Preferencja narodu do stawiania na pierwszym miejscu relacji bądź transakcji nie jest jedynym czynnikiem mogącym mieć znaczenie dla przedsiębiorstw gospodarki współdzielenia. Kolejnym czynnikiem jest rozróżnienie czy społeczeństwo funkcjonuje w kulturze kolektywizmu czy indywidualizmu.

Kultura kolektywizmu opiera się głównie na postrzeganiu przez ludzi siebie nie jako jednostki a część większej grupy. Przykładem takiego społeczeństwa jest Japonia, w której tożsamość nie wynika z indywidualnych cech człowieka a grupy, do jakiej należy. W zamian za lojalność i poczucie obowiązku ludzie otrzymują poczucie bezpieczeństwa. Relacje między nimi przypominają bardziej więzi rodzinne a najważniejsza jest zgoda i harmonia. Gospodarkę rozumie się głównie przez pryzmat dobra ogólnego a nie indywidualnego.

Przeciwieństwem kolektywizmu jest kultura indywidualizmu. Duży nacisk kładzie się na niezależność i odrębność jednostki od innych. Ludzie są skupieni na sobie i swoich najbliższych a interesy otoczenia stanowią sprawę drugoplanową. Podstawą zawierania kontraktów handlowych jest przede wszystkim osiągnięcie jak największej korzyści. Ludzie dużą wagę przykładają do samorealizacji a gospodarkę traktują, jako narzędzie do osiągnięcia własnych, indywidualnych celów. Polska może stanowić dobry przykład kultury indywidualnej (Hofstede, 2000).

Rozpatrując kolektywizm i indywidualizm pod kątem warunków prowadzenia organizacji w modelu sharing economy można wysnuć wniosek, że funkcjonowanie w warunkach kolektywizmu sprzyja prowadzeniu takiego przedsiębiorstwa. Współużywanie bądź oddanie na użytek dobra jest dużo łatwiejsze w warunkach, gdy społeczeństwo myśli o interesie ogółu. Ludzie wychowani w kulturze indywidualizmu mogą okazywać mniejszy szacunek dla użytkowanego przez siebie cudzego aktywa.

### **Iść do przodu czy stać w miejscu?**

Obok podejścia do zawierania transakcji czy stosunku narodu do kolektywizmu, ogromne znaczenie dla wszystkich przedsiębiorstw ma to, czy gospodarka się rozwija. Duży udział w tym procesie mają czynniki pozaekonomiczne związane z kulturą. Planując rozwój przedsiębiorstwa funkcjonującego w modelu sharing economy trzeba brać pod uwagę to czy kultura ma charakter prorozwojowy czy sprzyja stagnacji. Polska kultura znajduje się gdzieś pomiędzy tymi dwoma podejściami.

Kultura prorozwojowa ułatwia funkcjonowanie organizacji na rynku z wielu powodów. Jednym z nich są wysokie obligacje moralne społeczeństwa, co idzie w parze z mniejszą potrzebą kontroli ze strony państwa. Zauważa się również większą skłonność do oszczędzania, dbania o środowisko oraz dobrobyt przyszłych pokoleń. Docenia się nowatorskie, praktyczne rozwiązania o dużej użyteczności. Społeczeństwo ma tendencję do myślenia w dalszej perspektywie czasowej i cechują je takie cnoty, jak punktualność, solidność i porządek.

Przedsiębiorstwo funkcjonujące w kulturze sprzyjającej stagnacji ma utrudnione zadanie. Organizacje spotykają się bowiem z większą kontrolą ze strony państwa, co utrudnia życie gospodarcze. Ludzie z reguły nie myślą o oszczędzaniu ani o efektywniejszym wykorzystaniu posiadanych przez siebie aktywów. Obecne pokolenie skupia się na teraźniejszości zamiast na polepszeniu warunków do życia dla pokoleń następnych. Wspierane są pomysły natchnione wizją, które mają więcej wspólnego z utopią niż użytecznością. Społeczeństwo ma tendencję do krótkookresowego postrzegania świata, co idzie w parze z brakiem troski o środowisko (Grondon, 2003). Opisane czynniki mają szczególne znaczenie dla przedsiębiorstw funkcjonujących w modelu gospodarki współdzielenia. Przede wszystkim jest to stosunkowo nowy sposób gospodarowania, dlatego funkcjonowanie w skomplikowanych warunkach prawnych jest dodatkowo utrudnione. Istotą modelu sharing economy jest zwiększenie efektywności posiadanych obecnych na rynku zasobów. Rozwiązanie to lepiej się zatem sprawuje w spo-

łeczeństwach mogących spojrzeć na problem w perspektywie długookresowej a także dbające o środowisko. Dodatkowo model ten niesie za sobą nowe rozwiązania technologiczne, co wśród społeczeństwa niechętnego zmianom może budzić dezaprobatę.

### **Podsumowanie**

Kultura jest jednym z najistotniejszych zjawisk w życiu społeczeństwa. Zasadne jest zatem uwzględnienie kultury ekonomicznej jako jednego z kluczowych czynników pozaekonomicznych w analizie gospodarczej. Dla stosunkowo młodego modelu sharing economy taka analiza jest tym bardziej istotna a dobre zrozumienie zjawisk kulturowych może stanowić o sukcesie bądź porażce przedsiębiorstw z niego korzystających. Wydaje się, że najlepsze warunki do funkcjonowania dla takich przedsiębiorstw daje kultura protransakcyjna, kolektywistyczna i prorozwojowa. Z przeprowadzonej analizy wynika, że funkcjonowanie przedsiębiorstw opartych o gospodarkę współdzielenia w Polsce może być znacznie utrudnione. Organizacje te powinny uwzględnić wyżej przedstawione czynniki kulturowe w swoich strategiach rozwoju i szukać rozwiązań, dzięki którym model ten będzie można przystosować do Polskiego społeczeństwa. Jednakże, polska kultura ekonomiczna coraz bardziej zbliża się do prorozwojowej, co daje nadzieję na poprawę sytuacji przedsiębiorstw działających w modelu sharing economy w przyszłości.

### **Literatura**

- radiogdansk.pl, 2019 <<https://radiogdansk.pl/wiadomosci/item/92676-sposoby-wandalizmu-zaskakuja-nas-kazdego-dnia-jeden-z-rowerow-mevo-wyladowal-w-wodzie-film/92676-sposoby-wandalizmu-zaskakuja-nas-kazdego-dnia-jeden-z-rowerow-mevo-wyladowal-w-wodzie-film>> [dostęp 24.01.2020]
- Hall E., 2001. Poza kulturą. PWN, Warszawa, s. 13.
- Morawski W., 2001. Socjologia ekonomiczna. PWN, Warszawa, s. 27.
- Kostro K., 2009. Zagadnienia kulturowe w ekonomii. Gospodarka Narodowa nr 3/2009, Warszawa, s. 28-29.
- Hofstede G., 2000. Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu. PWE, Warszawa, s. 39-40, 50, 339-340.
- Kochanowicz J., Mandes S., Marody M. (red.), 2007. Kulturowe aspekty transformacji ekonomicznej. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, s. 19, 62.
- Poniatowska-Jaksch M., 2018. Ekspansja zagraniczna przedsiębiorstw w modelu sharing economy. Ekonomia Międzynarodowa nr 22/2018, Łódź, s. 44-45.
- Gesteland R., 2000. Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. PWN, Warszawa, s. 131-133.
- Grondon M., Harrison L., Huntington S. (red.), 2003. Kultura ma znaczenie. Zysk i S-ka, Warszawa, s. 105-113.