

## **PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ IMIGRANTÓW Z DALEKIEGO WSCHODU W POLSCE**

Zjawiska migracyjne budzą coraz większe zainteresowanie i są analizowane z rozmaitych perspektyw, również takich uwzględniających ekonomiczną stronę procesów migracji. W Polsce jednak ciągle nieliczne są opracowania przedstawiające imigrantów, zwłaszcza tych, którzy przyjeżdżają do Polski, jako przedsiębiorców. Jedną z przyczyn może być to, że w Polsce imigranci stanowią ciągle relatywnie niewielką grupę – poniżej 1% populacji. Grupa ta jednak rośnie i jest coraz bardziej zróżnicowana. W Polsce, poza imigrantami z krajów sąsiednich (np. Ukrainy), coraz częściej można spotkać także osoby pochodzące z krajów odległych geograficznie i kulturowo. Bardzo często osoby te decydują się na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej.

**Celem projektu** jest dogłębna charakterystyka działań przedsiębiorczych podejmowanych w Polsce przez imigrantów z Dalekiego Wschodu: Wietnamu, Chin, Indii, Korei Południowej i Filipin.

Grupy imigrantów pochodzących z Dalekiego Wschodu zostały wybrane do projektu ze względu rosnącą liczebność (np. Wietnamczycy są jedną z najliczniejszych grup obcokrajowców w Polsce), dystans kulturowy, jaki dzieli je z Polską, a także stwierdzoną w innych krajach (np. USA) dużą skłonność do zakładania własnych firm. Są to jednak społeczności zintegrowane i dość zamknięte, niechętnie otwierające się na osoby spoza swojego grona. Konsorcjum powołane do realizacji projektu (Wydział Zarządzania UW i Instytut Bliskiego i Dalekiego Wschodu UJ) ma w tych grupach kontakty i doświadczenia badawcze. Dzięki temu realizacja projektu jest możliwa. Nasz projekt ma wypełnić istniejącą lukę badawczą i przyczynić się do pogłębienia wiedzy na temat imigrantów.

W badaniach poszukujemy odpowiedzi, między innymi, na następujące pytania:

- Jaka jest specyfika działań przedsiębiorczych podejmowanych przez imigrantów?
- Jakie są główne motywy rozpoczynania działalności gospodarczej i jakie rodzaje działalności są najczęściej wybierane?
- Jak przedsiębiorcy imigranci definiują swoje rynki i klientów? Co decyduje o wyborze pomiędzy koncentracją na rynku etnicznym a obsługą klientów lokalnych (lub międzynarodowych)?
- Jaka jest rola społeczności etnicznych a jaka lokalnych w działaniu przedsiębiorców? W jaki sposób imigranci – przedsiębiorcy budują relacje ze społecznościami lokalnymi?
- W jaki sposób imigranci radzą sobie z różnicami kulturowymi, instytucjonalnymi i ekonomicznymi? Jakie czynniki kształtują ich międzykulturowe kompetencje?
- Jakie różnice występują pomiędzy różnymi grupami i pokoleniami imigrantów w podejściu do prowadzenia biznesu, rozpoznawania szans, tworzenia planów rozwojowych?

W celu podniesienia jakości otrzymanych wyników zaprojektowane badanie łączy **metody jakościowe** (etnograficzne) i **ilościowe**. Rozpoczynamy od przeprowadzenia 65 wywiadów z przedsiębiorcami pochodzącymi z różnych krajów i reprezentującymi pierwsze i drugie pokolenie imigrantów. Wyniki uzyskane w pierwszej części projektu posłużą do sformułowania hipotez, które następnie zostaną zweryfikowane w badaniu ankietowym. Dzięki temu uzyskamy dogłębną wiedzę dotyczącą badanych grup, będziemy także mogli porównać je pomiędzy sobą pod względem rodzajów podejmowanych działań przedsiębiorczych, strategii, kompetencji kulturowych.

Problematyka migracji i aktywności ekonomicznej imigrantów jest ważna społecznie z uwagi na rosnącą skalę międzynarodowych migracji i związane z tym wyzwania, które ostatnich miesiącach szczególnie uwidoczniły się w Europie. Rezultatem projektu będzie opis wzorów działań przedsiębiorczych imigrantów, ich uwarunkowań, oraz znaczenia dla procesów integracji ze społecznością kraju przyjmującego (w tym wypadku Polski). Taka dogłębna wiedza może pomóc w społecznej i ekonomicznej adaptacji migrantów do warunków kraju przyjmującego, a w dalszej perspektywie – może być źródłem wytycznych polityki migracyjnej. Te elementy wyznaczają społeczne znaczenie projektu.