

---

## SOCIOCULTURAL DISCOURSES OF ENTREPRENEURSHIP AND THEIR RELEVANCE FOR FORMAL AND INFORMAL EDUCATION

**Emiliya Bozhkova, Ph.D**

SWU “Neofit Rilski” – Blagoevgrad, Republic of Bulgaria em\_bozhkova@abv.bg

**Abstract:** This paper analyzes social and cultural factors, which affect the development and emancipation of the Bulgarian entrepreneurship society and culture. This is done through an in-depth analysis of the socio-economic framework and parameters involved in the development of Bulgarian entrepreneurship practice. Starting point is an analysis of current educational aspirations to better value orientation, diversification, and amelioration of entrepreneurship training.

**Keywords:** entrepreneurship, sociocultural models, risk, innovation, education

## СОЦИОКУЛТУРНИ ДИСКУРСИ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО И ЗНАЧЕНИЕТО ИМ ЗА ФОРМАЛНОТО И НЕФОРМАЛНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

**доц. д-р Емилия Божкова**

ЮЗУ „Неофит Рилски” – Благоевград, Република България, em\_bozhkova@swu.bg

**Резюме:** Анализират се социокултурните обстоятелства и фактори, които влияят върху разрастването и еманципирането на предприемаческото общество и култура в Р България. В споделените тези се посочват аспекти, свързани със социално-икономическите параметри на развитие на предприемаческата практика. Отбелязват се отправните точки за образователни интенции по отношение на ценностната ориентация, диверсифицирането и съдържанието на предприемаческата подготовка.

**Ключови думи:** предприемачество, социокултурни модели, риск, иновация, предприемаческо поведение, образование.

### 1. УВОД

Този поглед към предприемачеството е необходим не толкова като потвърждение на твърдението, че предприемачеството като характерна човешка практика и поведение е част от социума, колкото като умишлено търсене на педагогически допирателни с постановките, разглеждащи предприемачеството именно в социокултурните и социално-икономическите му обяснения.

Подходите на социокултурния анализ са свързани със систематизирането на релевантните връзки между обществото, практиката на предприемачеството и поведенческите модификации на предприемача. В този смисъл може да се открие тристепенна форма, която включва на първо място влиянието на социокултурната среда върху обективизирането на **обществената нагласа** за предприемачеството и отношението към него, въз основа на което може да се прецени социалната потребност и поръчка към образованието и възможностите му. На второ място посочваме проблема със стратифицирането на вътрешната структура на **предприемаческото съсловие** в рамките на социокултурната среда, въз основа на което могат да се визират и моделите му. И накрая се конкретизира въпроса за диференцирането на **предприемаческите субекти**, според социално-икономическите валенции статус-ситуация-поведение, въз основа на което се извеждат модификациите на предприемача и съответно педагогическото виждане по въпроса.

### 2. ОБЩЕСТВЕНА НАГЛАСА ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Тук преднамерения поглед към предприемачеството изисква специфична терминологична коректност главно по отношението на използването на термина “социокултурна среда”.

Във функцията му на ключово понятие посочваме разбирането си, че социалната култура в своя онтогенезис и филогенезис се явява глобализиращият обединител на човешката общност, превръща я в общество и експлицитно съдържа в себе си всички аспекти на човешките взаимодействия. В този смисъл социално-икономическата среда се явява градивна част от обществото. То търпи влиянията на другите структуриращи елементи на средата, като е характерна и обратната посока.

В проведено социологическо изследване на българската специфичност в началото на XXI век социално-икономическите параметри и темпове на предприемаческата практика се фиксират и анализират като следствия от влияние на социокултурната среда [1]. Определят се влиянията на фактори като:

- икономическите институции – пазарната институция, институцията на частната собственост, финансово-кредитните институции, данъчната политика и отношението към данъците, данъчното законодателство;
- политическите институции и политическото представителство на предприемаческите интереси;
- образователните институции;
- традициите и идейната среда;
- общественото мнение и обществените настроения;
- консултантската инфраструктура.

Чрез оценка на параметрите на тези разнопосочни влияния се извеждат и съответните изводи. Кои от тях ни интересуват? Естествено тези, които се явяват в ролята на обща социална потребност и поръчка към образователната институция и възможностите ѝ за влияние в социокултурната среда, а именно:

- идейната среда и най-вече ценностите, свързани със старата обществено-политическа система са преобладаващи, а общественото съзнание демонстрира силни егалитарни и етатистки рефлексии;
- виталността на тези ценности се подхранва от обективната невъзможност (напреднала възраст, липса на начален капитал и подходящи знания) на голяма част от българското население да се опре на предприемаческата стратегия;
- домакинствата, които следват предприемаческата икономическа стратегия имат негативна нагласа спрямо данъците (като гражданска отговорност в обществото);
- преобладаващият частен бизнес в повечето случаи използва само счетоводно консултиране, а предприемаческата си образованост добива хаотично, чрез подражание и съпоставяне;
- общественото мнение и обществените настроения проявяват дуализъм в отношението си към частния бизнес;
- очевидно на ценностно равнище българинът приема по-скоро предприемачеството като “рационален, предприемачески авантюризм”, отколкото като “рационален капитализъм”;
- поради това българите си изграждат психологическия образ за успелия частен бизнес като “спекулативен, мошенически, незаконен, нечестен, “далаверски”.

Следователно, педагогическите интенции на образователната политика могат да се определят конструктивистки като:

- туширане на неадекватните, за личностното развитие в пазарното стопанство, нагласи и претенции за опека по посока на култивиране на самоутвърждаването и независимостта на личността, чрез поощряването и развитието на личната и груповата предприемчивост;
- позитивиране на отношението към частните (и личните) инициативи и бизнес, като възможност за утвърждаване на личността в обществото и поощряване на активността ѝ;
- създаване на условия за перспективно кариерно мислене и планиране аспектите на живота;
- култивиране у личността на действено-практическо разбиране и отношение към гражданските отговорности в обществото и осъзнаването липсата на противоречие между личните ползи и обществените.

### 3. КОЙ СТАВА ПРЕДПРИЕМАЧ

Формалните и неформалните структури на образователната институция трябва да добият по-висока степен на предприемчивост и адекватност към потребностите на обществото от развитието на предприемаческа култура. Като своеобразно допълнително основание представяме три обяснителни модела, посочващи предпоставките, които подпомагат създаването на предприемача.

**“Предприемачески традиции”** – децата и внуците на предприемачите имат придобити ценности, поведенчески образци, знания и умения, които сега могат да бъдат възродени и използвани. Това е хипотеза за прекъснатото обуржоазяване. Твърди се, обаче, че тя потвърждава малка част от предприемаческата активност.

**“Трансформация на политическия капитал в икономически”** – води до силна поляризация на частния бизнес на едър и дребен и съдържа функционалността държавния монопол да се замени с частен.

Третият обяснителен модел “Естествено предприемаческо създаване” залага на едновременното действие на факторите: равнище на образование, професионално занятие и демографски фактори (пол, възраст, населено място). Личните качества плюс мрежата от роднински, професионални и приятелски връзки също са много важни. Този модел води до създаване на средна класа.

“Българският модел”, притежавайки единични черти и от трите модела, има прогнозната посока да се утвърди на базата на третия модел. Необходимо е икономическите и обществените усилия да въртят колелото на развитието с идеята за възраждането на тлеещата предприемаческа традиция. С смисъл и образ „функционалният модел на предприемача” може да е надежден „целеви ориентир на предприемаческата подготовка” [1, 37]

#### 4. ДИФЕРЕНЦИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКОТО ПОВЕДЕНИЕ

За социологическия дискурс към предприемачеството е от значение разграничаването на предприемаческото от непредприемаческото поведение. Това е важно и за педагогическата му оценка, защото практически е неефективно, съществени проблеми на предприемачеството да се подават и да бъдат достъпни и ефективни за педагогическа модификация, извън действителната му среда.

Такъв именно решаващ проблем е социално-икономическото разбиране на съотношението между риск и иновация. Счита се, че най-важният критерий за предприемачеството, според настоящото му тълкуване, е рискът. Иновацията също е важен, но второстепенен определител.

Боравейки с тези понятия уточняваме и разбирането си за тях:

1. Рискът е осъзната възможна опасност за неуспех или загуба. Предприемаческият риск се характеризира с неопределеност, неочакваност, неувереност, усещане за провал. [4;112]В друго определение рискът се определя като „...воля на човека да се поставя в ситуация с неизвестни резултати и включва планирането като техника за намаляването му.” [5; 91]

2. Иновацията е често използвана в тавтология с новаторството. Употребява се за обозначаване на процеса на промяна между старите и новите параметри на дадена дейност. Със същото понятие се дефинира и резултатът от този процес. Като процес иновацията в предприемачеството съдържа в себе си и творчеството, което “израства от рутината и заглъхва в новаторството”.

Спрямо релацията *предприемачество – риск – иновация* типологията на предприемача може да се представи така: 1) рутинен предприемач – пасивен риск; 2) масов предприемач – умерен активен риск и 3) иновативен предприемач – силен активен риск.

Видимо е, че активният (инициативният) риск – умерен или силен – отличава предприемача от непредприемача. Според тази логика рутинният предприемач не може да се счита за такъв. В тази качествена определеност се визират масовият предприемач, който експлоатира риска; и иновативният предприемач, който експлоатира риска чрез иновацията. [2]

От това би следвало и разбирането, че и държавните мениджъри, попадайки в ситуация на инициативен риск трябва да се считат за предприемачи.

Като своеобразно следствие от “Кой е предприемач и защо?” е и въпросът: “Кои, са причините една предприемаческа практика да съществува, а предприемачът да е гъвкав и мобилен?” Един от социологическите отговори на този въпрос се съдържа в релационното съотношение и съпоставяне между дименсиите: 1) **статус:** правно-икономически статус; 2) **ситуация:** стартиране, разгръщане на бизнес или приватизация и 3) **поведение:** като вид социално-икономическо поведение. Вследствие на анализа се установява степента на покриването или разминаването между статус и поведение (роля): **покриване:** предприемач според статуса и предприемач като икономическо поведение или **разминаване:** предприемач според статуса и непредприемач като поведение (чрез неизпълнението на ролята си предприемачът губи статуса и следва закриване на дейността или фалит).

Предприемаческият статус може да се приеме за нещо относително константно. Докато предприемаческото поведение е временно състояние на субекта, защото при често експлоатиране на активния риск и неразумно бързата смяна предмета на дейност, пазара, клиентите или технологията се стига до кризисни състояния и загуба на оптимизъм

Комбинациите с дадени по-обща или конкретни ситуации изграждат и множеството варианти на описаната типологична картина на предприемачеството.

#### 5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Този интересен и съществен аспект от разбирането на предприемачеството, считаме за неудачно да се интерпретира в чист вид чрез информационен педагогически подход и дори възможностите му на

Twelfth International Scientific Conference  
KNOWLEDGE WITHOUT BORDERS  
31.3-2.4.2017, Vrnjacka Banja, Serbia

---

действен са също ограничени. Практическа ориентация по въпроса, обаче би могла да се постигне, чрез дейности и задачи свързани с приложението на предприемаческите методи и вземане на решения, за които се спомена по-рано. Обучаващ ефект може да се постигне и, ако основната цел е да се разграничава предприемаческото от непредприемаческото поведение, първичният авантюризм от осъзнатия риск; ако на него се гледа като на позитивна житейска активност и се внушава идеята за отговорността от собствените действия и решения.

**ЛИТЕРАТУРА**

- [1] Божкова, Е. Предприемаческа подготовка и технологично обучение. „Корект”, Бл-град, 2007
- [2] Гладичева, Р. Социално-икономически проблеми на иновативния процес, док. Дис. 1996
- [3] Дракър, П. Мениджмънт в следващото общество. Изд. „Класика и стил” ООД, София, 2006
- [4] Секстон, Д., Н. Бауман, Ф. Майнер. Предприемаштво. Креативност и развој, „Детра”, 1993
- [5] Хизрич, М., М. Питерс. Предприемателство. „Прогрес”, Москва, 2012