

ПРЕТПРИЕМНИЧКОТО ОДНЕСУВАЊЕ ВО ФУНКЦИЈА НА ИНТЕРКУЛТУРАЛИЗМОТ

Христина Серафимовска¹

¹ Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
hristina.serafimovska@ugd.edu.mk

Апстракт. Овој труд има за цел да го стави претприемничкото однесување, како универзална димензија на општественото живеење, во функција на интеркултурализмот со цел надминување на разликите и воспоставување на принципите на хармонија во живеењето. Економската литература одамна го третира прашањето за влијанието на религијата и културата врз водењето бизнис. Посебните верски, етнички и други социјални групации, кои имаат своја субкултура, креираат свој вредносен систем кој го детерминира и однесувањето на економските субјекти. Она што нас не интересира е повратна врска според која претприемништвото ќе биде тоа кое ќе може да влијае врз надминување на разликите креирани од различните култури. Овој труд дава препораки со кои основните карактеристики на претприемништвото (иновативноста, проативноста, преземањето ризик и сл.) отвораат можности за надминување на предизвиците на современото живеење содржани во интеркултурализмот.

Клучни зборови: интеркултурализам, претприемничко однесување, претприемништво, мултикултура

ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR IN SERVICE OF INTERCULTURALISM

Hristina, Serafimovska¹

¹Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
hristina.serafimovska@ugd.edu.mk

Abstract. This paper aims to put entrepreneurial behaviour, as a universal dimension of social life, in the function of interculturalism in order to overcome differences and establish the principles of harmony in living. Economic literature has long addressed the question of the influence of religion and culture on doing business. Special religious, ethnic and other social groups, which have their own subculture, create their own value system that determines the behaviour of economic subjects. What we are interested in is the reverse relationship according to which entrepreneurship will be the one that will be able to influence overcoming the differences created by different cultures. This paper provides recommendations with which the basic characteristics of entrepreneurship (innovation, proactivity, risk-taking, etc.) open opportunities for overcoming the challenges of modern living and interculturalism.

Kew words: interculturalism, entrepreneurial behaviour, entrepreneurship, multiculturalism

1. Вовед

Вообичаеното поимање на поимот претприемништво, најчесто е поврзан и се разгледува во рамки на економскиот контекст. Па така, претприемништвото традиционално се поврзува со однесувањето на економските субјекти – претпријатијата, нивното внатрешно организирање на процесите, начинот на менаџирање, интеракцијата со останатите претпријатија и сл. Како крајна цел од ваквиот процес секако, е креирање конкурентска предност манифестирана преку достигнување на исклучителни материјални вредности.

Сето ова може да се воочи од многуте дефиниции кои се во обид да ја дефинираат суштината на претприемништвото. Станува збор за бројни дефиниции кои поаѓаат од различни аспекти, но се сведуваат на иста суштина. Па така, за претприемништвото, односно за претприемачот може да зборуваме како за:

- човек кој исплаќа фиксни приходи за несигурни, неизвесни приходи во иднина и на тој начин презема ризик, според Ричард Кантјон, или како
- капиталист чија основна цел е да го максимизира профитот, како очекувана награда за својот напор, според Адам Смит¹
- друга посеопфатна дефиниција вели дека претприемачите се сопственици на претпријатија кои воведуваат иновации и на тој начин го диференцираат својот бизнис наспроти конкуренцијата, преземаат ризик, вршат комбинација, рекомбинација и супституција на поскапите производствени фактори со поевтини и ги насочуваат ресурсите кон секторите на нивната најпродуктивна употреба.²
- за претприемништвото исто така, се зборува и како за „креативна деструкција“. Шумпетер уште во 1942 г. преку овој поим во фокус ја става иновативната компонента на претприемничкото однесување, која е способна да ги извади процесите од економска рамнотежа и на тој начин да ја придвижи економијата, секако заменувајќи ги старите со понови производи, позбогатени, поразвиени и поатрактивни.³

Како што може да се види од дефинициите, претприемачкото однесување преку својата оригиналност содржана во основната претприемачка карактеристика – иновативноста, се доживува како развоен фактор кој отвора широки можности за просперитет. Шумпетер оваа развојна компонента ја поврзува со поимот деструкција, мислејќи на креативната деструкција, но она на што фокус става овој труд е токму обратниот процес, воспоставување на хармонија. Практиката покажува дека претприемништвото одамна го има поминато ограничувањето на економскиот контекст, па така се почесто зборуваме за претприемништво во образованието, во спортот, културата и сл. Претприемништвото е нераздвоен елемент на сите општествени сегменти.

Како една универзална димензија на општественото живеење, овој труд има за цел да го стави претприемничкото однесување во функција на интеркултурализмот со цел надминување на разликите и воспоставување на принципите на хармонија во живеењето.

2. Различноста како предизвик

Претприемништвото, независно дали се врзува за дејствувањето на економските субјекти, или на него се гледа како на механизам кој нуди можности за развој во спортот, образованието и сл., неминовно е дел од општественото дејствување. Човекот, како што забележал Шумпетер⁴, е централната фигура околу која се одвиваат сите настани. Тој е носителот на претприемничката иницијатива, од неговата способност за воочување на можностите започнува се, и на крај човекот е тој кој од другата страна на претпријатието ги конзумира испорачаните производи или услуги. Човекот неминовно е општествено битие, тој е дел од општеството. Она што се јавува како карактеристика на секое општество е неговата мултидимензионалност и слоевитост. Овде пред се, ќе се задржиме на културните, социјалните, етничките и верските разлики кои постојат помеѓу луѓето во рамки на едно општество.

¹Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 12

² Фити Т., Хаџи Василева-Марковска В., Бејтмен М. (2007). *Претприемништво*, Економски факултет, Скопје. високошколски учебник, стр. 57

³ К. McCraw, Т. (2007). *Prophet of Innovation*, Harvard University Press, p. 3

⁴ Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 12

Економската литература одамна го третира прашањето за влијанието на религијата и културата врз водењето бизнис. Познато е дека религиите креираат свој вредносен систем кој го детерминира и однесувањето на економските субјекти. Често пати претпријатијата ги модифицираат своите производи и креираат понуда наменета за пазари кои се разликуваат во своите потреби креирани токму од верски уверувања.

Од друга страна пак, различни држави имаат различна деловна култура кон која економските чинители исто така мораат да се прилагодат за да бидат успешни. Така на пример, можеме да зборуваме за деловна култура која е материјалистички фокусирана со карактеристики на современото живеење, за разлика од други држави каде преовладуваат традиционални елементи и се негуваат уверувања од минатото, во смисла на тоа кои бои или движења на телото се сметаат за пригодни и прифатливи.⁵

Со оглед на тоа дека однесувањето на луѓето е на извесен начин програмирано од контекстот во кој поединецот се родил, развивал, образувал, каде ги стекнал своите навика, работно и животно искуство, може да се каже дека националната култура може да се смета за фактор кој влијае врз иновативноста и развојот на претприемништвото. Истото важи и за професионалната култура здобиена од претходното работно искуство на единката и стекнатото образование кое во комбинација со националниот контекст може да даде различни резултати.⁶

Освен влијанието на националниот и професионален контекст, можеме да зборуваме и за посебност на ниво на организации/ентитети, поточно за корпоративната т.е. организациска култура. Се поставуваат прашањата: Зошто едни организации се поиновативни од други? и Која организациска култура е најпогодна за развој на претприемништвото? Токму на овие прашања се надоврзува моделот на Хофстед (Hofstede). Овој модел дава типологија на димензии на организациската култура, која е најсоодветна за поттикнување на иновативноста и развојот на интрапретприемништвото, а оперира со шест димензии во управувањето, и тоа:

- оддалеченост на моќ,
- избегнување неизвесност
- индивидуализам/колективизам
- мажественост/женственост
- отвореноста на системот и
- долгорочна/краткорочна ориентација

Од гореспоменатото може да се заклучи дека луѓето припаѓаат на различни средини и помеѓу себе се делат по различни основи. Ваквите поделби честопати се причина за недоразбирања и конфликти кои многупати знаат да ескалираат и до поголеми размери.

2.1 Културен диверзитет

Токму поради културната посебност на народите едно од суштинските прашања со кои се занимава Европската унија е прашањето за различноста. Во таа смисла е и White Paper on Intercultural Dialogue на ЕУ уште во 2008 г., креиран како документ со препораки за делување во оваа специфична област под мотото “Living Together as Equal in Dignity”.⁷

Предизвик на современите општества е соодветно менаџирање на културниот диверзитет кој е во се поголем пораст. Прашања кои се исправуваат пред нас е: Како да се одговори на различностите? Која е нашата визија за иднината, какво општество сакаме? Дали посакуваме отворено инклузивно општество без дискриминација, или пак, предност ќе дадеме на сегрегацијата по групи заробени во предрасуди? Во оваа смисла е препораката за градење на интеркултурен дијалог како алатка за спречување на етнички, религиозни, лингвистички и културни поделби.

⁵ Ташков, Н., Митрева, Е. (2014). *Организациско однесување*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, учебник, стр. 146-164

⁶ Серафимовска, Х., Поповски, В. (2017). *Иновации и претприемништво*, 2 Август – Штип, високошколски учебник, стр. 113

⁷ Council of Europe (2008). *White Paper on Intercultural Dialogue*, Strasbourg

Ваквиот предизвик всушност се состои во креирање на правилни политики кои се поврзани со мултикултурализмот и интеркултурализмот како поими. И двата поими во општествата, и на макро, и на микро (локално) ниво, се развиени како теории, наративи и политички парадигми кои служат за менаџирање на културниот диверзитет. Сепак тие помеѓу себе се разликуваат во значењето. Постојат повеќе дефиниции за тоа на што точно се однесуваат овие два поими кои помеѓу себе сепак, имаат заедничка нишка и во оваа насока постојат автори кои тврдат дека двата поими меѓусебно и не се разликуваат.

Генерално поимот *интеркултурализам* ја нагласува важноста од меѓусебна соработка, интеракција комуникација и меѓусебно прифаќање на различните културни групации помеѓу себе.⁸ Додека *мултикултурализмот*, повеќе се однесува на политика која го поддржува принципот на културна различност и го поддржува правото на различни културни и етнички групи да ги задржат карактеристичните културни идентитети обезбедувајќи нивен правичен пристап до сите сфери на општеството, независно дали станува збор за малцинска или мнозинска заедница во едно општество.⁹

Развојот на интеркултурализмот не евозможен без развивање на соодветни навики на однесување кај луѓето. Соодветниот тип на однесување е она по што трагаат современите општества и токму претприемничкото однесување може да допринесе многу во оваа насока.

3. Претприемништвото како алатка за надминување на различностите

Ако културните, религиските, етничките и други заедници ги сфатиме како еден вид на ентитети создадени од хомогена структура која има свои граници во кои се оптега, тогаш нивното функционирање во голем дел може да се поистовети со функционирањето на претпријатијата. Па ако во економијата имаме конкуренција на пазарот, тогаш не треба да не изненадува и фактот дека историски гледано постојат обиди да едни народи се прогласуваат за посупериорни од други, се генерираат опасности за верски војни, па дури имаме и тензични односи на превласт и триумфализам помеѓу етнички заедници и во рамки на една држава.

Она што претприемничкото однесување го нуди како можност е од ваквиот однос на судир и кокурирање на различните ентитети да не се изродат негативни екстерналии, и наместо нив да имаме раст и развој.

За тоа дека културната позадина може да има свое влијание врз политиките на економските субјекти зборувавме претходно. Во случајов, она што нас не интересра е обратната врска според која претприемништвото е тоа кое може да влијае врз надминување на конфликтите произлезени од различните култури. И до сега имаме искуство со користење на механизмите на претприемништвото во за влијаење врз одредени општествени појави. Типичен пример за тоа е на пр. социјалното претприемништво кое ги третира маргиналните групи и кое во својата суштина е познато како механизам¹⁰ кој служи не само за решавање на оние проблеми кои не може да ги реши системот на државата, туку помага во решавањето на проблемите кои државата ги генерира.¹¹

Имено, по претходно изнесените бројни дефиниција за претприемништвото може да се заклучи дека во суштина тоа претставува специфичен начин на однесување на претпријатијата, кој се темели на своите основни карактеристики¹² како што се¹³: иновативност, проактивност, преземање ризик,

⁸ Kastoryano, P. (2018). *Multiculturalism and interculturalism: redefining nationhood and solidarity*, Comparative Migration Studies - Springer Nature

⁹ Barrett, M. (2013). *Interculturalism and Multiculturalism: similarities and differences*, Council of Europe, p. 1968 - 1971

¹⁰ Briar – Lawsson, K., Miesing, P., Ramos, M.B. (2020). *Social Entrepreneurship and Enterprises in Economic and Social Development*, Oxford University Press, p. 16-17

¹¹ Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 230-242

¹² Cagica Carvalho, L., Reis, L., Silveira, C. (2021). *Handbook of Research on Entrepreneurship, Innovation, Sustainability and ICTs in the Post – COVID 19 Era*, IGI Global, p.190

толеранција на неизвесност и сл.¹⁴ Токму овие карактеристики на претприемништвото нудат можности за излегување и надминување на воспоставените обрасци на однесување, надминување на стереотипите и конфликтните ситуации, а за сметка на тоа ни нудат можности за раст и хармонија.

Иновативен пристап. Надминување на диверзитетите (културни, етнички, религиски и сл.) е возможно ако во однесувањето воведеме иновативен пристап и научиме проблемите и појавите да ги третираме на поинаков начин. Со издигнување над проблемите и размислување „надвор од кутијата“ всушност се овозможува надминување на стереотипите кои ограничуваат и креирање на решенија кои можат да обезбедат добробит за сите.

Проактивност. При надминување на конфликтни ситуации и трагање по решение особено е значајно да бидеме во можност да ги предвидиме случувањата кои следуваат. Проактивноста овозможува да се согледаат последиците од нашите постапки уште пред да ги направиме и на тој начин да контролираме и превенираме несакани дејствија.

Толерантноста кон ризик и неизвесност. Навиките во однесувањето, дејствувањето на вообичаен начин не држи во рамки на конфорната зона. Но, ако таа зона значи припаѓање на некакви заедници кои на долг рок носат поделби и конфронтации за одредени прашања мораме да научиме да ризикуваме со нешто ново во нашето однесување кои ќе не издигне над проблемите. Толерантноста кон ризик ни ја дава храброста да се одважаме да бидеме први во ваквите чекори. Ваквиот невообичаен начин на однесување со себе носи и доза на неизвесност, но доколу имаме јасна цел и истрајност тоа ќе вроди со плод.

Меѓутоа претприемничкото однесување не е само прашање на одлука, туку претпоставува и неопходност од соодветни вештини. Затоа е значајно да постои перманентно вложување во развојот на претприемачките вештини кај поединците со цел во иднина да знаат како да се носат со предизвици на културниот диверзитет. Ако интеркултурализмот го сфатиме како комплексна појава на сложени односи меѓу заедниците, тогаш претприемништвото е механизмот за справување со предизвиците кои произлегуваат од ваквите односи.

4. Заклучок

Економската литература одамна го третира прашањето за влијанието на религијата и културата врз водењето бизнис. Она што е предмет на елаборација во овој труд е повратното влијание според кое претприемништвото е тоа кое може да влијае врз надминување на разликите креирани од припадноста во различните заедници и културни диверзитети. По дефиниција претприемништвото претставува специфичен начин на однесување на претпријатијата кој се темели на иновативност, проактивност, преземање ризик, толеранција на неизвесност и сл, и токму ваквите карактеристики нудат можности за надминување на стереотипи и конфликтни ситуации, а за сметка на тоа ни нудат раст и хармонија. Токму затоа ако интеркултурализмот го сфатиме како комплексна појава на сложени односи меѓу заедниците, тогаш претприемништвото е механизмот за справување со предизвиците кои произлегуваат од ваквите односи.

Користена литература

1. Barrett, M. (2013). *Interculturalism and Multiculturalism: similarities and differences*, Council of Europe, p. 1968 – 1971
2. Briar – Lawsson, K., Miesing, P., Ramos, M.B. (2020). *Social Entrepreneurship and Enterprises in Economic and Social Development*, Oxford University Press, p. 16-17

¹³ Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 13-21

¹⁴ Wu, Y.J., Yuan, Ch., Chen, M. (2021). *From Thinker to Doer: Creativity, Innovation, Maker and Venture Capital*, Frontiers, p. 7-10

3. Cagica Carvalho, L., Reis, L., Silveira, C. (2021). *Handbook of Research on Entrepreneurship, Innovation, Sustainability and ICTs in the Post – COVID 19 Era*, IGI Global, p.190
4. Council of Europe (2008). *White Paper on Intercultural Dialogue*, Strasburg
5. K. McCraw, T. (2007). *Prophet of Innovation*, Harvard University Press, p. 3
6. Kastoryano, P. (2018). *Multiculturalism and interculturalism: redefining nationhood and solidarity*, Comparative Migration Studies - Springer Nature
7. Wu, Y.J., Yuan, Ch., Chen, M. (2021). *From Thinker to Doer: Creativity, Innovation, Maker and Venture Capital*, Frontiers, p. 7-10
8. Магдинчева – Шопова, М (2021). *Претприемништво*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, високошколски учебник, стр. 12
9. Серафимовска, Х., Поповски, В. (2017). *Иновации и претприемништво*, 2 Август – Штип, високошколски учебник, стр. 113
10. Ташков, Н., Митрева, Е. (2014). *Организациско однесување*, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, учебник, стр. 146-164
11. Фити Т., Хаџи Василева-Марковска В., Бејтмен М. (2007). *Претприемништво*, Економски факултет, Скопје. високошколски учебник, стр. 57