

## Antreprenerystė ir jos įtaka ekonomikos augimui

### Valentinas Snitka

Profesorius habilituotas daktaras  
Kauno technologijos universiteto  
Nanotechnologijos ir mikrosistemų centras  
Studentų g. 65, 3031 Kaunas  
Tel. (370 7) 45 15 88, faks. (370-7) 45 15 93  
El. paštas: vsnitka@microsys.ktu.lt

### Stasys Gerdvila

Asistentas  
Šiaulių universiteto Vadybos katedra  
Šiaulių universiteto Vadybos inovacijų centras  
Architektų g. 1, 5400 Šiauliai  
Tel. (370 1) 51 23 08, faks. (370 1) 51 07 75  
El. paštas: stasys.g@smf.su.lt

*Bene pati aktualiausia verslo ir ekonomikos plėtros kryptis Vakarų pasaulyje dabar yra antreprenerystė. Autoriai straipsnyje argumentuoja, kad savo esme antreprenerystė yra specifinė ekonominė veikla, nesutampanti su plačiai vartojama Lietuvoje verslininkystės sąvoka. Straipsnyje antreprenerystės reiškinys tyrinėjamas teoriniu ir taikomuoju požiūriais – antreprenerystės sąvoka ir jos evoliucija, ryšys su ekonomikos plėtra, santykis su bendrąja vadyba. Analizuojami veiksniai, turintys lemiamą įtaką, kad individas taptų antrepreneriu: psichologinės savybės, socialiniai-ekonominiai tinklai, ekonominės ir inovacinės žinios. Straipsnis apibendrinamas išvadomis, kodėl reikėtų skatinti mokslinius tyrimus antreprenerystės srityje, koreguoti mūsų švietimo ir mokymo programas siekiant parengti pakankamai žmonių antreprenerystės veiklai.*

*Prasminiai žodžiai: antreprenerystė, verslininkystė, intraprenerystė, antrepreneris, vadybininkas, verslumas.*

### Įvadas

Naujausiose ekonomikos teorijose, taip pat daugelyje Europos Sąjungos dokumentų iš naujo bandoma įvertinti antreprenerystės – „nematerialaus kapitalo“ vietą ir reikšmę ekonomikoje. Sparčiai didinamos investicijos į šio „nematerialaus kapitalo“ plėtrą, tuo akumuliuojant mokslines, technologines, inovacines žinias bei gerinant intelekto kapitalo kokybę, skatinant ekonominės plėtros motyvaciją.

Nustatyta, kad kasmet pasaulyje vidutiniškai išleidžiama daugiau kaip 1000 antreprenerystės srities publikacijų, įvyksta apie 50 konferencijų, leidžiami 25 specializuoti žurnalai (Filion, 1997, [1]). Nepaisant to antreprenerystės suvokimas

net labiausiai išsivysčiusiose šalyse dar nėra vienareikšmiškas. Pati sąvoka (anglų k. žodis *entrepreneurship* kilęs iš prancūzų k. *entreprendre*) yra seniai ir plačiai vartojama Vakarų visuomenėje. Ypač ji giliai išsiskynijusi JAV, Kanados ir Izraelio visuomenių kultūroje kaip dogma: antreprenerystė – ekonomikos variklis (Cooper, 1998, [2]). Antreprenerystė pirmiausia yra siejama su individualaus, smulkaus ar vidutinio verslo atsiradimu („business birth“). Greitai kintančioje ekonominėje aplinkoje antreprenerystė, kaip ekonominės veiklos būdas, darosi svarbi visose srityse, įskaitant ir net stambias, turinčias pastovių išteklių organizacijas, kurių veiklai dabar yra būdinga antreprenerystės atmaina – intraprenerystė (*intrapreneurship*). Antreprenerys-

tė yra būdinga pradinėje verslo atsiradimo stadijoje, intraprenerystė yra reiškiny, kai antreprenerystės metodai yra taikomi jau veikiančiose stambiose įmonėse, siekiant kūrybingo problemų sprendimo greitai kintančiomis šiuolaikio verslo sąlygomis, kai tradicinės vadybos metodai darosi nepakankamai efektyvūs. Šiuo požiūriu antreprenerystės tyrimai iš esmės orientuoti į praktinę reiškinio analizę ir bandymus apibendrinti gaunamus faktus. Tačiau vis labiau didėja teorinių antreprenerystės tyrimų poreikis bei sudaryti apibendrintą modelį, todėl pastaruoju metu pradėjo formuotis nauja mokslinių tyrimų sritis – antreprenologija (*entrepreneurology*) [1].

### **Antreprenerystės samprata ir ryšys su ekonomikos plėtra**

Įvairūs autoriai skiria antreprenerystę nuo kitų subjektų elgsenos normų ekonomikos procese ir pateikia labai skirtingus sąvokos apibrėžimus. J. Schumpeteris [3] yra vienas iš šiuolaikinių autorių, bandžusių įvertinti šį reiškinį. Jis apibrėžia antreprenerystę kaip „naujų verslo kombinacijų sukūrimą“ ir siūlo penkias veiklos kategorijas: 1) naujų produktų įvedimas į rinką; 2) naujo gamybos metodo įdiegimas; 3) naujos rinkos ar nišos rinkoje sukūrimas; 4) naujų tiekimo šaltinių užkariavimas; 5) naujoviškas pramonės organizavimas siekiant sugriauti egzistuojantį monopolį. J. Schumpeterio supratimu, antreprenieris (*entrepreneur*) pagal atliekamų funkcijų sampratą apima inovacijas, kapitalo sukaukimą ir vadybą, kurie būtini jo idėjoms įgyvendinti. Tačiau antreprenerystės sąvoka, pagal J. Schumpeterį, yra spontaniška ar net efemeriškai kylanti individo veikloje, kuri nebūtinai orientuota į verslo atsiradimą. A. Cole'as ir kt. [4] antreprenerystę apibrėžia plačiau, kaip *tikslingą aktyvumą*, siekiant inicijuoti, palaikyti ir plėtoti pelno siekiantį verslą. Tačiau toks požiūris nenustato ribų tarp antrepne-

rio ir vadybos. H. Stevensonas ir kt. [5] antreprenerystę apibrėžia kaip ypatingos rūšies vadybą ir skiria antreprenierio ir bendrosios vadybos tipus. Strateginiu požiūriu antreprenierio veiklos varomoji jėga yra **jo unikali savybė sukurti netolydžias galimybes sukurti tai, kas anksčiau nebuvo sukurta, ir realizuoti rinkoje**. Tuo jis esmingai skiriasi nuo tradicinio vadybininko veiklos, kuri yra ribojama patikėtų išteklių valdymu. Dėl tokios orientacijos antreprenierio veiklos stilius yra revoliucinis ir trumpalaikis, tuo tarpu vadybininko stilius yra evoliucinis ir ilgalaikis. Antreprenierio požiūris į naudojamus išteklius yra daugiaplanis trumpalaikės orientacijos, o vadybininko-administratoriaus požiūris yra vienareikšmis, visiškai pasitikint sprendimų rengimu. Išteklių valdymo požiūriu antreprenieris teikia pirmenybę epizodiniam naudojimui arba reikalingų išteklių nuomai, o vadybininkas orientuojasi į pastovią nuosavybę arba reikalingų išteklių įdiegimą. Todėl vadybos struktūros požiūriu antreprenierinė organizacija yra tiesinė neformalaus bendradarbiavimo tinklo, o vadybinė-administracinė struktūra yra hierarchinė. Tai, kas pasakytą, parodo labiau antreprenierio „dvasią“, tačiau vis dėlto neišryškina kitų svarbių antreprenierio ir vadybininko skirtumų.

Kita vertus, antreprenieris nėra kapitalistas. J. Schumpeteris kuo skiriasi kapitalistas ir antreprenieris aiškina šitaip: antreprenieris suranda idėją, dažniausiai neturi, bet ieško išteklių, idėjos pagrindu įkuria verslą ir įdarbina žmones. Kapitalistas turi finansinių išteklių, savo kapitalą paprastai investuoja į jau veikiančią įmonę ir siekia gauti pelną. Kapitalistas racionalizuoja arba uždaro nenašius įgyto verslo padalinius, tuo priversdamas dalį dirbančiųjų tapti pertekliniais. Antreprenierio veikla pasireiškia ne įmonei funkcionuojant rinkoje, bet įmonės pradinio formavimo ir įėjimo su savo produktais į rinką etapu.

Tuo pačiu antreprenerio veikla yra orientuota į naują žmonių išteklių panaudojimą, tai yra naujų darbo vietų kūrimą.

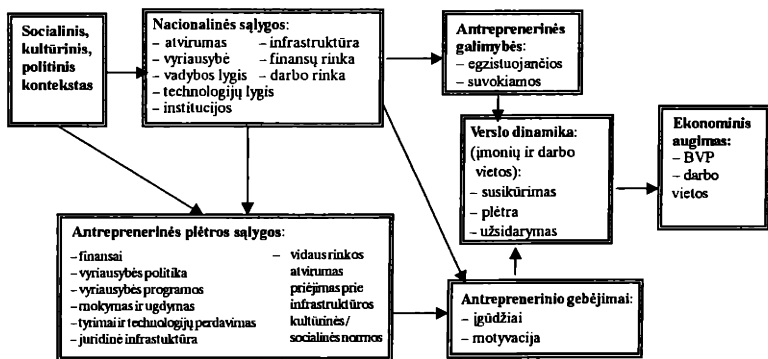
Daugelis autorių išryškina antreprenerio funkcijas dar kitais aspektais, pavyzdžiui, apibrėžiančiais antreprenerio elgesio savybes. H. Leibensteinas [6] įvertina psichologinį veiksnį. Jis argumentuoja, kad įmonės skirtingai sugeba naudotis informacija, technika ir įdeda nevienodai pastangų tikslams pasiekti. Todėl jis antreprenerystę vertina kaip galimybę dirbti kūrybingiau ir intensyviau negu konkurentas. I. Kirzerio [7] koncepcija akcentuoja antreprenerio sugebėjimą ne tik identifikuoti rinkos disbalansą, bet ir imtis veiksmų pelnui gauti iš šių „rinkos defektų“. Tokiu disbalansu gali būti naujų produktų poreikis, nepasitenkinimas kokybe ar kaina, paslaugų nebuvimas ir t. t. Ypač pabrėžiama, kad išskirtinė antreprenerio savybė yra ta, kad jis sugeba „teisingai numatyti, kurioje rinkos vietoje naujas disbalansas atsiras“.

Pastaruosiu metu antreprenerystės tyrinėtojai labiau sutelkia dėmesį į antreprenerystės proceso tyrimą. Tai leidžia įsigilinti į sisteminius tyrimus ir gauti labiau praktinius tyrimų rezultatus.

W. Gartneris [8] siūlo konceptualią konstrukciją, kuri aprašo naujų, rizikingų verslo požiūriu įmonių kūrimosi galimybes. Jo koncepcija apima keturias pagrindines antreprenerystės vizijas: 1) individo, kuris pradeda įmonės kūrimo procesą, charakteristiką; 2) pačią įmonę, kurią jis kuria; 3) kuriamos įmonės aplinką; 4) procesą, su kurio pagalba ta įmonė kuriama. Teigdamas prielaidas antreprenerystės klasifikacijai, kuri skirta įvertinti įvairovės ir kompleksiskumą, autorius išvengia formalių apibrėžimų. A. Carsrudas [9] siūlo panašų modelį, kuris įvertina sąveiką tarp psichologinio, personalinio, demografinio, organizacinio ir situacijos kintamųjų įvardijimo įmonės kūrimo procese.

Tačiau svarbiausia – išsiaiškinti ir įvertinti antreprenerystės veiksnius, kurie lemia ekonominį augimą. Šiuo požiūriu antreprenerystės, kaip reiškinio globaliu požiūriu, esmė yra jos didėjanti įtaka ekonomikos pažangai. Remdamiesi naujausiais tyrimais P. Reynoldsas ir kt. [10] pateikia tokį antreprenerystės ir ekonominio augimo ryšio modelį (1 pav.).

Pastarųjų metų tarptautinės ekonominės plėtros tendencijos rodo, kad svarbiausi verslo dina-



1 pav. Detalus antreprenerystės ir ekonominio augimo ryšio modelis [10]

mikos veiksniai, lemiantys valstybės ekonominį augimą, yra šie: 1) antreprenerinės galimybės; 2) antreprenerinio gebėjimai; 3) infrastruktūra; 4) demografija; 5) profesinis ugdymas ir treniravimas; 6) kultūra. [domu pažymėti, kad pirmieji du veiksniai yra stipriai veikiami kitų keturių, taip pat tai, kad visų šešių veiksmių bendras veikimas įvairioms šalims yra skirtingas.

### **Antrepreneris – ekonominių ir inovacinių žinių integruotojas**

Kokios savybės ar poreikiai individą verčia imtis veiksmų, vertinamų kaip antreprenerystė, t. y. imtis įmonės įkūrėjo atsakomybės, rizikuoti pačiam? McClellandas [11] argumentuoja, kad „aukštos socialinės padėties siekimo poreikis“ yra tam tikros kultūros savybė ir viena iš esminių psichologinių antreprenerio savybių. Individas, kuriam yra svarbus „pasiekimų“ poreikis, charakterizuojamas taip: 1) prisiimantis atsakomybę už inovacinių sprendimų rengimą, 2) formuojantis tikslus ir siekiantis juos įgyvendinti savo pastangomis, 3) siekiantis gauti iš savo veiklos ekonominių rezultatų. Tačiau šios savybės yra svarbios ne tik antrepreneriui. Kiti autoriai charakterizuoja individą, turintį antreprenerio savybių, kaip žmogų su vidiniu „savikontrolės šaltiniu“. Tai savybė, kuri įtvirtina antreprenerio įsitikinimą, kad jo, kaip individo, likimas priklauso tik nuo jo paties asmeninių savybių, o ne nuo jo aplinkos. Tačiau vėliau buvo nustatyta, jog savikontrolė nėra esminė antreprenerio savybė. Ji galbūt labiau tikėtų charakterizuoti sėkmingą antreprenerį nuo nesėkmingo. Nevengti savo veiksmų rizikos taip pat svarbi antreprenerio psichologinė savybė, tačiau tai nėra patvirtinta empiriniais tyrimais. Antrepreneris nepasizymi didesnės rizikos veiksmiais, tačiau sėkmingas antrepreneris savo veiksmiais sugeba sumažinti galimą rizikos ekonominiame procese laipsnį.

Kitos antrepreneriui priskiriamos savybės yra šios: stiprus savo veiklos autonomijos poreikis, siekis dominuoti grupėje, nepriklausomybė ir gebėjimas veikti ilgą laiką esant nepalankioms aplinkybėms, stresui, kartu neieškant išorinės paramos [12]. Dar viena savybė, kuri ryškiai išskiria antreprenerį iš kitų, yra jo tolerancija kitų nuomonei ir kompleksinis aplinkos suvokimas. Tyrimai rodo, kad antrepreneriai labiau toleruoja kitų skirtingą nuomonę negu vadybininkai.

Ne mažiau svarbi tyrimų kryptis – antreprenerio asmeninių charakteristikų įtaka pačiai organizacijai, kurią jis kuria. E. Scheinas [13] tyrė antreprenerio veikimą sudarant įmonės organizacinę struktūrą. Jo nuomone, antrepreneris pasižymi stipriu globalinės ekonomikos suvokimu bei jo kuriamos organizacijos vieta jį. Antreprenerio, kaip žinių integruotojo, funkciją ryškiausiai yra pateikęs K. Shaveris [14]: „**Socialiniai - ekonominiai tinklai – svarbu; ekonominės aplinkybės – svarbu; rinkodara – svarbu; finansai – svarbu; visuomeninių agentūrų pagalba – svarbu. Bet nė vienas šis ekonominės veiklos elementas negali inicijuoti įmonės atsiradimo. Tam mums reikalingas individas, kuris savyje gali integruoti tam tikru būdu visas šias galimybes, kuris tiki, kad inovacijos yra galimos, kuris motyvuotas nenuilstamai veikti tol, kol darbas įkurti įmonę bus padarytas iki galo**“.

### **Antrepreneris kaip socialinių-ekonominių tinklų dalis**

Socialiniai-ekonominiai tinklai apima tiek įvairių juose veikiančių dalyvių, tiek pačių dalyvių sąveikos mechanizmą. Būtų galima išskirti du tinklų tipus: neformalus tinklai (giminės, draugai, verslo partneriai) ir formalūs (bankai, sąsąskaita, teisinė sistema, valstybės verslo valdymo struktūra). Nustatyta, kad antrepreneris labai pasitiki ir priklauso nuo neformalių tinklų, bet

nelabai pasitiki formaliais tinklais. Tinklų reikšmės suvokimas yra labai svarbus veiksnys, skatinantis verslo subjektų atsiradimą. Antreprenerystė, kaip socialinis-ekonominis veiksmas, keičia nusistovėjusių visuomeninių santykių struktūrą, padeda susieti individo siekius ir esamas galimybes. Naujo verslo formavimasis yra dalis visuomenės evoliucijos proceso, kurį lemia aplinkos pokyčiai, atranka, visuomeninės sąmonės atmintis, sukauptų žinių perdavimas ir difuzija visuomenėje, o tai gali būti įvardijama kaip kova už egzistenciją. Socialinių-ekonominių veiksmų įtaka, ekonominės informacijos srautai, žinių lygis, sukauptas socialinėje-ekonominėje aplinkoje, lemia antreprenerio veiksmus ir jo motyvaciją, todėl naujo verslo kūrimas yra ne tiek individualus antreprenerio aktas, kiek socialinės ir personalinės sąveikos rezultatas. Šios didėjančios socialinių-ekonominių tinklų įtakos antreprenerystei šiuolaikinėje visuomenėje atspindys yra įvairūs mokslo ir technologijų parkai, „verslo inkubatoriai“, „žinių inkubatoriai“, kurie, siekdami savo tikslų, jungiasi į ekonominio bendradarbiavimo siekiančius tinklus, vis labiau įgaudami tarptautinių ar net globalių tinklų struktūrą.

Didėjanti šiuolaikinės socialinės-ekonominės aplinkos įtaka individo pažinimui ir suvokimui rodo, kad nebegalima verslo formavimo proceso traktuoti tik kaip individualių aktų ir laikyti, kad tai yra individo stimuliuoti procesai tam tikroje socialinėje aplinkoje. Todėl svarbu žinoti, ar teisingai šiuos procesus suvokia tiek pati verslo visuomenė, tiek valdymo institucijos, atsakingos už ekonomikos plėtrą. Didėjantis antreprenerių susidomėjimas pradėti verslą įvairiuose „verslo inkubatoriuose“ [15] rodo socialinių-ekonominių tinklų svarbą verslo procesui. Tačiau vienu atveju pats „verslo inkubatorius“ gali būti panaudojamas kaip vieta, kurioje antrepreneriui suteikiamos patalpos, įrengimai, techninės ir verslo paslaugos, galimybė bendrauti su

kitais antrepreneriais ir naudotis jų teikiama paslaugomis (tai sukuria informacinių mainų ir kūrybinę aplinką), o kitu atveju – „inkubatorius“ gali būti tik vieta, kurioje antrepreneris dirba parengiamąjį darbą prieš atidarydamas savo įmonę. Praktika rodo, kad technologinio verslo antrepreneriai, pradėdami verslą, yra linke nenutolti nuo savo buvusių įmonių, stengiasi palaikyti ekonominius ryšius ir naudotis teikiama paslaugomis. Jų kuriami produktai dažniausiai yra susieti su buvusios darbovietės produkcija. Yra daugybė pavyzdžių, kai stambios įmonės yra aplipusios smulkiosiomis įmonėmis, kurios gamina ir tiekia produkciją pagrindinei įmonei, kadangi stambi pagrindinė įmonė nėra tokia inovacinė, kad spėtų greitai persiorientuoti gaminti naujus produktus pagal rinkos poreikius.

Apibendrinant individo ir socialinės-ekonominės aplinkos reikšmę naujo verslo formavimuisi būtų galima sakyti, kad pradinis rinkos ekonomikos etapas, kai visuomeninė struktūra santykiškai paprasta, individo savybės buvo svarbiausios verslo kūrimui. Tačiau šiandienėje visuomenėje, turinčioje kompleksinę ir globalizuotą informacinių mainų, rinkos ir finansų sistemą, verslo augimą lemia šioje sistemoje vykstanti atranka. Tokią atranką sėkmingam verslo įkūrimui pereina tik tie antrepreneriai, kurie giliai suvokia visuomenės ekonominius ryšius ir jos raidos tendencijas, moka naudotis ekonominės informacijos srautais ir juos analizuoti.

### **Antreprenerystė – įmonių ekonominio išlikimo alternatyva**

Antreprenerinės strategijos šalininkai identifikuoja daug pagrindinių veiksmų, kurie lemia ekonominį įmonės išlikimą. K. Vesperis [16] nurodo tokius penkis pagrindinius veiksmus: techninės žinios (*know how*), produkto ar paslaugos idėja, asmeniniai ryšiai, fiziniai ištekliai

ir vartotojų užsakymai. Kitų autorių nuomone, ekonominės sėkmės veiksmų yra daugiau ir jų reikšmė priklauso nuo konkretaus verslo, aplinkos ir kitų sąlygų. Tačiau norinčiai išlikti nuolat besikeičiančioje rinkoje įmonei būtina:

- turėti talentingą ir kūrybingą lyderį – antreprenerių, pasižymintį visomis būdingomis individualiomis ir psichologinėmis savybėmis;
- sugebėti pritraukti ir suburti kūrybingą komandą, turinčią reikalingų veiklos įgūdžių. Tai svarbu siekiant įmonės ekonominės plėtros;
- nuolat turėti naujų idėjų ir mokėti jas paversti komerciniu produktu;
- turėti verslo planą, kad galėtų nustatyti efektyvią strategiją, rinkos potencialą, finansus, technines produkto tobulinimo galimybes, komandos poreikius;
- palaikyti išorinius ryšius, sukurti ir panaudoti vietinį socialinį-ekonominį tinklą;
- gauti būtina finansavimą.

Ne mažiau svarbu nustatyti bendrus veiksmus, kurie gali būti lemiami įmonės ekonominei sėkmei. Jų yra labai daug, jie mažai analizuoti, tačiau tarp svarbiausių tikslinga išskirti šiuos: rinkos nepažinimas, nesugebėjimas deleguoti atsakomybės, inovacinių žinių, investicinio kapitalo trūkumas. Pažymėtina, kad vieno nesėkmės faktoriaus neįvertinimas yra pakankama sąlyga, kad įmonė žlugtų. Sėkmingo verslo strategija gali būti įvairi, tačiau „sėkmingas verslas“ orientuojasi į produkto rinkos segmentą su didele pirkėjų koncentracija, kurioje per technologinį pranašumą jo produktai gali pasiekti vartotoją ir išlikti konkurentabilūs. Įmonės naujo produkto įvedimo į rinką sėkmė priklauso nuo to, kiek pradinio etapu naujas produktas yra nepriklausomas nuo konkurentų, kiek rinka rodo norą priimti naują produktą.

Naujo komercinio produkto kūrimą ir tobulinimą lemia visuomenės evoliucija. Ir jo eigoje būtent antreprenieris destabilizuoja seną statinę

ekonominę sistemą, pasireiškdamas kaip „nauja sukuriantis griovėjas“ [17]. Tai reikšia tam tikrą šuolį visuomenės evoliucijos proceso, kuris dažniausiai yra susietas su naujomis, stambiomis inovacijomis, kurias įdiegus prasideda ryškus naujo verslo įmonių steigimasis. Tokios įmonės su naujomis žiniomis ir lanksčia struktūra greičiau adaptuojasi naujiems rinkos poreikiams tenkinti. Antreprenieriai, norėdami išlaikyti jas rinkoje, laiku įveda vieną ar kitą naują produktą. Įprasto vadybinio mąstymo gamintojas negali suvokti, kad rinkoje formuojasi naujo produkto poreikis ir iš rinkos yra išstumiamas naujai susiformavusių antreprenierių įmonių.

Analizuojant visus antreprenierystės reiškinio aspektus, kurie daro įtaką ekonomikai, galima nagrinėti arba individualaus antreprenierio likimą, arba visos pramonės šakos vystymosi, kaip antreprenierystės aktyvumo rezultata, įtaką tam tikros šalies ekonominei gerovei. Todėl gali būti keli analizės lygiai: individualus, grupinis, organizacijos, visos visuomenės. Svarbu suvokti antreprenierystės įtaką ekonomikai daugialypių aspektu. Van de Ven [18] nurodo, kad individualiu lygiu sėkmę lemia išsilavinimas ir patirtis, savikontrolė, rizikos pažinimas, plati ir aiški verslo idėja ir asmeninės investicijos. Organizacijų lygiu sėkmė labai priklauso nuo efektyvaus planavimo, bet dažnai detalus ir ilgas verslo plano ruošimas duoda blogesnę kokybę, todėl organizacijų lygiu jų sėkmė priklauso ir nuo nedidelių inovacinių įmonių atskyrimo bei jų laipsniško planingo augimo, atskirų darbuotojų aktyvumo ir vadovų kompetencijos priimančių ir įgyvendinančių ekonominius sprendimus. Visuomenės lygiu ekonominę sėkmę lemia vartotojų ir gamintojų santykiai, intelekto kapitalo, turimų žinių lygis, darbuotojų apmokymo ir ugdymo lygis, garantuoti produktų bei paslaugų užsakymai, visuomeninių agentūrų tinklas, tinkamas valdymas valstybės lygiu.

## **Strateginė antreprenerystės įtaka Lietuvos ekonomikai**

Buvusiose socialistinėse šalyse, įskaitant ir Lietuvą, susiformavo specifinės pereinamojo laikotarpio ekonomikos sąlygos, kurioms darė didelę įtaką ir buvusios planinės ekonominės politikos palikimas visuomeniniuose santykiuose ir sąmonėje. Todėl, ypač pradinėje privatizavimo fazėje, didelę reikšmę Lietuvos ekonomikos pagrindų formavimuisi turėjo šešėlinė ekonomika bei nusistovėjusi neigiama visuomenės nuostata privatinės nuosavybės ir rinkos ekonomikos atžvilgiu. Iš tikrųjų ne taip seniai socialistinėse šalyse antreprenerystė buvo laikoma nelegalia ekonomine veikla, tai giliai įsišaknijo ir visuomenės sąmonėje [19]. Todėl antreprenerystės suvokimą ekonomine prasme tenka Lietuvoje atkurti. Nors Lietuvoje verslo plėtra yra kasdienė didelės dalies visuomenės veikla, tačiau tos ekonominės veiklos teoriniai modeliai, priežastinių ryšių suvokimas ir sisteminis požiūris tik formuojasi. Antreprenerystės reikšmė, specifika ir vieta Lietuvos socialinėje-ekonominėje infrastruktūroje beveik neanalizuota ir, kaip rodo tyrimai, netgi nemaža dalis intelektualinės visuomenės nėra gerai susipažinusi su šiuo ekonominiu reiškiniu. Antreprenerystės sąvoka šiandien Lietuvoje be išimties identifikuojama su vadyba arba verslininkyste. Tačiau gilesnė analizė rodo, kad, nors ir yra to paties ekonominės veiklos proceso sudedamosios dalys, funkcinio požiūriu jos skiriasi. Per daug sureikšmintą vadybos, kuri skirta valdyti turimus išteklius, svarba Lietuvoje jau neduoda teigiamų rezultatų mūsų ekonomikai. Vadyba buvo ir gali toliau būti efektyvi esant stabiliai, lokalizuotai ekonominei situacijai. Tačiau ekonomikai globalizuojantis dauguma Lietuvos įmonių atsidūrė nestabilioje, išteklių bei rinkų stoka pasižyminčioje situacijoje. Papildomai komplikuoja Lietuvos ekonominę padėtį mažiau ar daugiau nesėkmingas valstybės objektų privatizavimas.

Būtina pažymėti, kad racionalus ir kūrybinis individualumas, kaip viena iš antreprenerystės sąlygų, yra silpnai išreikštas tiek Lietuvoje, tiek Vidurio ir Rytų Europoje. Tinkamai suvokti antreprenerystės proceso visuomenėje yra vienas iš lemiamų veiksnių mažinant nedarbą per individualių darbo vietų kūrimą, o tai svarbu ir Lietuvai. Kadangi Lietuvoje, kaip ir kitose posovietinėse valstybėse, verslo kultūra, etika dažnai pasireiškia iškreiptomis formomis, antreprenerystės tyrimai, jos esmės suvokimas ir perkėlimas į visuomeninę sąmonę yra būtina sąlyga siekiant visų veiksnių, sąlygojančių ekonominį augimą, efektyvios sąveikos.

Mažai tikėtina, jog Lietuvoje pavyks labai pagerinti šiandienės ekonomines tendencijas, jei visuomenėje neįsigalės antreprenerinis požiūris ne tik į verslo atsiradimo suvokimą ar pakankamų sąlygų užtikrinimą įmonėms išlikti, bet ir visų institucijų valdymą, įskaitant valstybės institucijas, universitetus ir t. t. Kad tokią sudėtingą ekonominę situaciją Lietuvoje būtų galima efektyviau keisti norima kryptimi, pirmiausia žmonės įvairiose mokymo institucijose turi būti rengiami antreprenerio veiklai pagal iš esmės pakoreguotas mokymo programas [20]. Matyt, tai turėtų atsispindėti ir valstybinėje mokslo, mokslo ir verslo plėtros politikoje.

### **Išvados**

Darbe apžvelgta literatūra apie antreprenerystės reiškinio įvairiose šalyse tyrimus leidžia daryti šias išvadas:

- antreprenerystė rinkos ekonomikos sąlygomis yra esminis veiksnys verslui atsirasti; neabejotinai būtini nuodugnesni šio reiškinio tyrimai siekiant suvokti jo įtaką ekonomikos augimui;
- antreprenerystė, kaip naujo verslo atsiradimo veiksnys, šiandienėje ekonomikoje yra ne tik individo, bet kai kuriais atvejais ir kolektyvo

savybė, būtina norint pasiekti ženklus ekonominio augimo;

- antreprenerystė nėra tik prigimtinės ar išsiugdytos individo savybės; tai reiškiny, neatsijamas nuo socialinės-ekonominės aplinkos bei nacionalinės kultūros nuostatų;
- antreprenerystės socialinio-ekonominio reiš-

kinio tyrimai Lietuvoje yra nauja kryptis, kurios plėtra būtina, siekiant suprasti šiuolaikinės ekonomikos formavimosi mechanizmą ir jį panaudoti valstybės ekonomikos augimui skatinti;

- būtina mokyti antreprenerystės ir plėtoti antreprenerinę kultūrą visuomenėje.

## LITERATŪRA

1. Filion L. J. From Entrepreneurship to Entrepreneurship, HEC The University of Montreal Business School. Montreal, 1997.
2. Cooper A. Entrepreneurship. The past, the Present, the Future. USASBE Conference, Clearwater, FL, 1998.
3. Schumpeter J. The Theory of Economic Development. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1934.
4. Cole A. Meso-Economics: A Contribution from Entrepreneurial History // Exploration in Entrepreneurial History, 1968, 6(1), 3–33.
5. Stevenson H., Roberts M., Grousback H. New Business Ventures and The Entrepreneur. Irwin, 1965.
6. Leibenstein H. Competition and X-Efficiency: Reply // Journal of Political Economics, 1973, 81.
7. Kirzner I. Competition and Entrepreneurship. Chicago: The University of Chicago Press, 1973.
8. Gartner W. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. Academy of Management Review, 1988.
9. Carsrud A. L., Olm K. W., Eddy G. G. Entrepreneurship: Research in Quest of a Paradigm // The Art and Science of Entrepreneurship / L. Donald, W. Raymond (Eds). Cambridge, Massachusetts, Ballinger Publishing, 1986.
10. Reynolds P., Hay M., Camp S. Global entrepreneurship monitor. Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership, 1999.
11. McClelland D. C. The Achieving Society. Free-Press, 1967.
12. Sexton D., Bowman N. The Entrepreneur: A Capable Executive and More // Journal of Business Venturing, 1985, 1(1), P. 129–140.
13. Schein E. The role of the Founder in Creating Organizational Culture // Organizational Dynamics, 1983, 12(1), P. 13–28.
14. Shaver K. Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. Entrepreneurship, Theory and Practice. Baylor University, 1991, Vol. 16, No 2.
15. Martin F. Business Incubators and Enterprise Development: Neither Tried or Tested? University of Stirling, 1997.
16. Vesper K. Entrepreneurship and National Policy. Pittsburgh, Pennsylvania; Carnegie-Mellon University, 1983.
17. Volery T. Entrepreneurship: the Engine of Growth and Development. EM Lyon, 2000.
18. Van de Ven A. The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship. Pittsburg, Pennsylvania, 1995.
19. Russell R. D. The Impact of National Culture on the Emergence of Entrepreneurship. Penn State, Middletown, 1997.
20. Kyro P. Entrepreneurship Education in a Virtual Learning Environment, ICSB Conference: Entrepreneurial SME's – Engines for Growth in the new Millenium, 2000.
21. Bollier D. The Global Wave of Entrepreneurialism: Harnessing the Synergies of Personal Initiative, Digital Technologies, and Global Commerce, The Aspen Institute, Washington, DC, 1999.



## ENTREPRENEURSHIP AND ITS IMPACT FOR ECONOMIC GROWTH

Valentinas Snitka, Stasys Gerdvilis

### Summary

In this paper there is taking a closer look at how the figure of the entrepreneur and entrepreneurship are treated in economic theory. Entrepreneurship is seen by many authors as a very important economic phenomenon. This due to, among other considerations, the possibility that economic growth can be enhanced, employment opportunities created through encouragement of entrepreneurship and self-employment. The research has taken a new direction, bringing out the separate and distinct function of the entrepreneur in contrast to that of the manager. A great deal of emphasis is placed on this difference, because entrepreneurship has a quality

of its own. The essence of entrepreneurship is being different: while manager must operate under normal conditions and in routine business, a successful entrepreneurship requires exactly the opposite qualities.

Astonishingly in Lithuania, in the literature on economics the entrepreneur and entrepreneurship has been largely left out. The paper emphasize successful implementation of entrepreneurship development strategy into the Lithuanian economy is the key to business growth that would build extra job places and would be a considerable support of enhancing the country's economic activity.

*Īteikta 2001 m. balandžio mėn.*