

VERSLAUS SUBJEKTO IDENTIFIKACINIS TYRIMAS

Lukas Giriūnas

Socialinių mokslų daktaras
Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto
Apskaitos ir audito katedra
El. paštas: Lukas.Giriunas@ef.vu.lt

Gintarė Giriūnienė

Socialinių mokslų daktarė
Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto
Ekonominės informatikos katedra
El. paštas: Gintare.Giriuniene@ef.vu.lt

Pastaruoju metu itin dažna ne tik mokslinių tyrimų tematika tampa verslumas, jo skatinimas, rėmimo programų formavimas būtent verslių subjektų kūrimui ir plėtrai. Taigi ne visi savarankiškai dirbantys asmenys ar įmonės vykdomoje ar planuojamoje vykdyti veikloje gali įsisavinti ar priimti ir vystyti verslumą. Taigi ne kiekvienas verslo subjektas gali būti verslus, todėl ir vienas iš mokslinėje literatūroje nagrinėjamų klausimų yra būtent verslaus subjekto identifikacijos klausimas. Kai kurie mokslininkai nurodo, kad verslus subjektas pasižymi naujovių kūrimu, diegimu ir puoselėjimu, o kiti prieštarauja tokiam teiginiui, pabrėždami, kad svarbiausias dėmesys privalo būti skiriamas ne inovacijų diegimo procedūrai, bet agresyvios rinkos strategijos pasirinkimui. Taigi straipsnyje nagrinėjama verslaus subjekto samprata ir bruožai, todėl pagrindiniu tyrimo tikslu tampa verslaus subjekto identifikacinio tyrimo atlikimas.

Reikšminiai žodžiai: *verslumas, verslus subjektas, verslumą sąlygojantys veiksniai.*

Įvadas

Kiekvienos šalies ekonomika yra formuojama atsižvelgiant į jos numatytus prioritetus, ekonomines-socialines programas, todėl tyrimų svarbos sritį rodo ne tik sparčiai augantis inovacijų rėmimo bei verslumo skatinimo programų skaičius, bet ir įvairių tarptautinių strategijų planų, tokių kaip „Horizontas 2020“ atsiradimas. Šiandieniniame pasaulyje stiprėjant konkurencijai, sparčiai plėtojantis ir keičiantis technologijoms, besikeičiant rinkos poreikiams, sudėtingėjant verslo procesams tapti versliu subjektu tampa vis sudėtingiau. Tačiau kas yra verslus subjektas, kokiomis savybėmis jis pasižymi, koku momentu jis tampa ir kaip ilgai išlieka verslus, nėra aiškiai apibrėžta. Taigi ne kiekvienas verslo subjektas gali būti verslus, todėl ir vienas iš dažniausiai mokslinėje literatūroje nagrinjamų klausimų, susijusių su verslumu ir jo samprata, yra verslios organizacijos identifikacijos klausimas. Iš užsienio mokslininkų, nagrinėjusių šią problemą, reikia pažymėti

Beckman, Eisenhardt, Kotha, Meyer, Rajagopalan (2012), Burgers, Van de Vrande (2011), Burns (2008), Dabic, Ortiz de Urbina Criado, Romero-Martinez, (2011), George, Bock (2012), Jusoh, Ziyae, Asimiran, Kadir (2011). Tuo tarpu Lietuvoje ši tematika nėra plačiai nagrinėta.

Šio tyrimo objektas – verslus subjektas.

Tyrimo tikslas – atlikti verslaus subjekto identifikacinį tyrimą.

Tyrimo metodai – Lietuvos ir užsienio mokslinių darbų, empirinių tyrimų ir ekonominės literatūros analizė bei praktikos studija verslaus subjekto bruožų, jų formavimo klausimais.

1. Verslaus ir tradicinio subjekto skirtumų analizė

Atliktos mokslinės literatūros analizės rezultatai parodė, kad verslumas – tai valstybėje egzistuojančios ekonominės ir politinės aplinkos tiesiogiai turintis įtaką procesas, dažniausiai kuriamas su inovacijų pagalba, o jo pagrindiniais vykdytojais yra laikomi fiziniai ir juridiniai asmenys, įskaitant ir mokslo institucijas bei kitus viešojo sektoriaus subjektus, tiesiogiai darančius įtaką šalies ekonominei bei socialinei gerovei. Iš pateiktos sąvokos matyti, kad verslumas yra:

- evoliucionuojantis, inovatyvus ir heterogeniškas procesas;
- paremtas inovacijų, mokslinių tyrimų.

Reikia pažymėti, kad verslumo skatinimo rezultatas yra nebūtinai naujų sėkmingų įmonių sukūrimas, bet ir jau veikiančių įmonių sustiprėjimas su įdiegtų inovacijų pagalba. Verslumo sampratoje yra pabrėžti jo vykdytojai – savarankiškai dirbantys asmenys ir įmonės, tačiau reikia akcentuoti, kad ne visi šie subjektai vykdomoje ar planuojamoje vykdyti veikloje gali įsisavinti ar priimti ir vystyti verslumą. Taigi ne kiekvienas verslo subjektas gali būti verslus, todėl ir vienas iš dažniausiai mokslinėje literatūroje nagrinėjamų klausimų, susijusių su verslumu ir jo samprata, yra verslaus subjekto identifikavimo klausimas. Siekiant identifikuoti subjekto imlumą verslumui pirminiu uždaviniu tampa inovacijų ar kitų verslumą atspindinčių įvykių, tokių kaip mokslo ir verslo bendradarbiavimo ir kitų prisiėmimo bei vykdymo, identifikavimas. Pažymėtina, jog būtent tai kaip teigia Giriūnienė, Giriūnas (2012), ir leidžia subjektus suskirstyti į penkias grupes, atspindinčias pastarųjų imlumą verslumui. Taigi siekiant kuo tiksliau apibrėžti kuo, vis dėlto skiriasi verslus (ateities) ir tradicinis (laikinas) verslo subjektas, tikslinga yra išskirti pagrindinius pastarųjų tarpusavio skirtumus (1-oji lentelė).

1 lentelė. Verslaus (ateities) ir tradicinio (laikino) verslo subjekto skirtumai

Požymis	Verslus (ateities) subjektas	Tradicinis (laikinas) subjektas
Tikslas	Nauji produktai, rinkos, jų sąlygotas ilgalaikis pelnas	Verslo tęstinumas, jo sąlygotas greitas pelnas
Laiko perspektyva	Ilgalaikė – tikslas užtikrinti veiklos pelningumą 5-10 metų laikotarpiui	Trumpalaikė – tikslas – greitas pelnas
Aktyvumas rinkoje	Itin aktyvus, iniciatyvus	Pasyvus
Rizikos prisiėmimas	Linkęs rizikuoti	Nuosaikios rizikos šalininkas
Sprendimų	Verslo vizijos susietos su	Dažniausiai sutinka su naujais

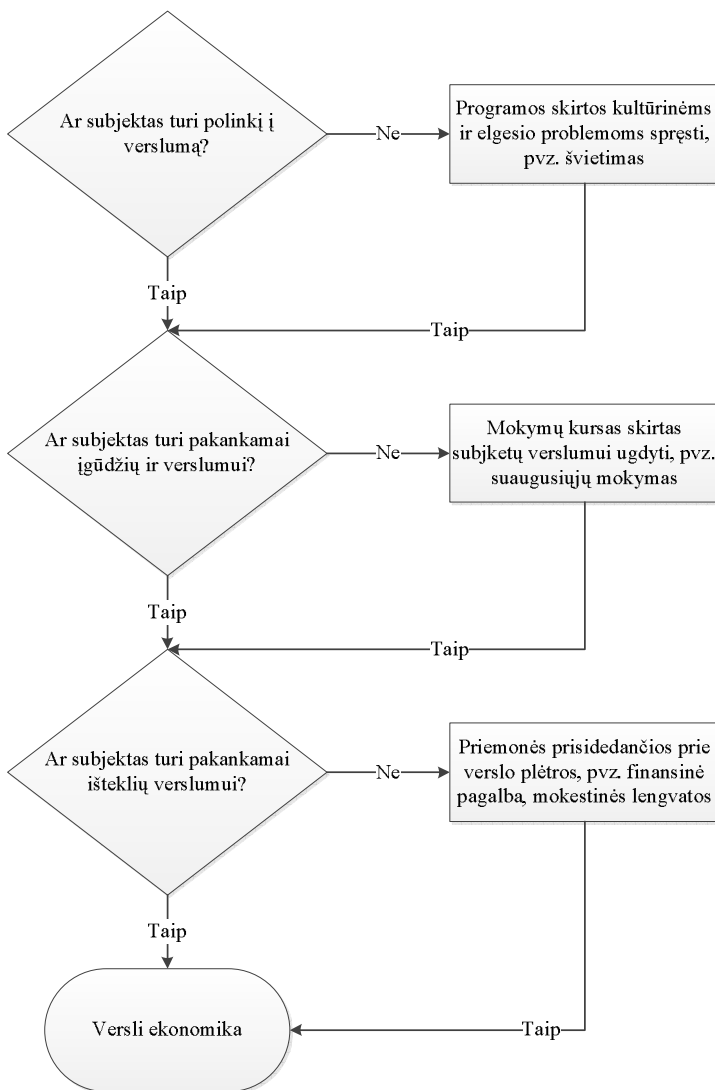
priėmimas ir valdymas	sprendimų priėmimu	neesminiais valdymo sprendimų pokyčiais
Valdymo struktūra	Sprendimų priėmimo įtakojama valdymo struktūra	Hierarchinė valdymo struktūra

Šaltinis. Sudaryta autorių pagal Boschee, McClurg, 2003; Eisenstadf, 1980; Oakey, 2012

Pažymėtina, kad verslumui imlus subjektas, savarankiškai dirbantis asmuo ar įmonė yra labiau linkęs rizikuoti, tačiau kartu ir prisiimti atsakomybę už prisiimtą riziką ir jos tinkamą valdymą. Būtent toks polinkis kaip, teigia Ojastu, Chiu, Olsen (2011), ir sąlygoja, jog verslumui imlus subjektas bus aktyvesnis rinkoje, nebijantis esminių pokyčių tiek inovatyvių produktų kūrimo, tiek ir organizacijos procesų valdymo struktūroje. Tačiau dažniausiai mokslinėje literatūroje pabrėžiama, jog verslumui imlus subjektas, kitaip nei tradicinis, nesiekia greito ir trumpalaikio pelno gavimo, bet valdo organizaciją taip, jog būtų gaunamas pastovus ir ilgalaikis pelnas, numatoma ilgalaikė veiklos perspektyva, sąlygota inovacijų diegimo ir palaikymo. Todėl būtent toks požiūris į verslo kūrimą bei jo plėtotę yra laikomas ateities įmonių požymiu, nes tik siekiančios kurti, tiekti naujus, inovatyvius produktus rinkai gali sėkmingai ir ilgai konkuruoti rinkoje.

2. Verslaus subjekto savybių identifikavimas

Atlikta mokslinės literatūros analizė parodė, kad subjektas taptų verslus, vien tik įgimtų ar įgytų verslumą sąlygojančių veiksnių, verslaus subjekto požymių dažniausiai neužtenka – valstybė, siekdama skatinti verslumą šalyje, privalo aiškiai apibrėžti verslumą sąlygojančių veiksnių procesą, nuo kurio, kaip teigia Morris, Covin, Kuratko (2011), priklausys, ar subjektas iš tiesų gali būti laikomas versliu. Verslumo skatinimą ekonominės minties istorijoje pirmiausiai parodo M. Porterio pateikta konkurencingumo teorija, kurioje valstybės politika yra laikoma itin svarbiu augimo ir šalies konkurencingumo veiksniu. Remiantis pastarąja, galima teigti, jog valstybė, siekdama skatinti verslumą, visų pirma privalo turėti konkrečią ir nekintančią poziciją inovacijų politikos formavime. Reikia pabrėžti, kad svarbi ne tik šių galimybių kaina, kokybė, bet ir prieinamumas, todėl, kaip teigia Praszquier, Nowak (2011), tiek finansinė, tiek nefinansinė valstybės parama yra būtina ir labai reikšminga būtinausių verslumo gebėjimų, kompetencijos bei motyvacijos užtikrinimui, o būtent tai ir lemia, ar subjektas iš tiesų gali būti laikomas versliu ar tradiciniu, tik turinčiu tam tikrų verslumo požymių (1-asis paveikslas).



1 pav. Subjekto verslumą sąlygojančių pirminių savybių identifikavimo ir formavimo procesas

(Sudaryta autorių pagal Quadir, 2012; Schoon, Duckworth, 2012; Scott, 2003; Shane, 2004)

Reikia pabrėžti, kad verslios ekonomikos kūrimui neužtenka vien tik verslumui imlių subjektų švietimo ir konsultavimo verslo kūrimo, vystymo, finansavimo ir kitais svarbiais klausimais. Kaip teigia L. A. Zampetakis, V. L. Moustakis (2010), itin svarbu yra sukurti visa apimančią verslumo skatinimui skirtą priemonių paketą, kuriame privalo būti numatytas ne tik subjektų verslumo įgūdžių, žinių formavimas, ar švietimas ir konsultavimas, bet ir tam tikros

finansavimo priemonės, pavyzdžiui, mokesčių kreditai, įvairios mokesstinės lengvatos, lengvatiniai tarifai ir pan. Pažymėtina, kad nors ir išorinė verslo subjekto aplinka turi nemažą poveikį, tačiau pats verslo subjektas jai daryti įtaką ar jos pakeisti negali, egzistuoja galimybė tik prisiderinti prie pastarosios. Todėl atliekant verslaus subjekto identifikacinį tyrimą itin svarbu yra identifikuoti ir teisingai apibrėžti išorinės verslo subjektą supančios aplinkos dedamąsias bei numatyti jų galimą poveikį vykdomai veiklai ir verslo sėkmei. Kaip teigia V. Sriram, T. Mersha (2010), išorinių veiksnių analizė apima ne tik esamų veiksnių tyrimą, bet ir jų kitimo tendencijų išaiškinimą, siekiant numatyti verslo galimybes ir grėsmes, slypinčias išorinės aplinkos permainose. Todėl verslo subjektas, siekdamas tapti versliu, privalo sugebėti nuolat prisitaikyti prie besikeičiančios išorinės aplinkos – identifikuoti išorinių veiksnių poveikį ir užimti tokią poziciją rinkoje, kad palankių galimybių dėka įgautų pranašumą ir išvengtų grėsmių, susijusių su tam tikromis aplinkos permainomis. Šiuo aspektu, kaip teigia Rigg, O'Dwyer (2012), analizuojama ne tik palanki verslui aplinka, bet ir valstybės parama, verslo informacijos centrų, verslo inkubatorių pagalba, verslininkystės skatinimas įvairiomis mokesstinėmis lengvatomis bei informacijos sklaida apie konkretų verslą.

Reikia pažymėti, kad verslus subjektas dažnai tapatinamas su tuo verslo subjektu, kuris naudojasi verslo inkubatorių, verslo informacinių centrų, technologinių parkų, mokslo parkų, inovacinių centrų ir kitų panašių organizacijų paslaugomis. Taip yra todėl, kad, kaip teigia Roper (2012), visų minėtų institucijų išiega galima apibrėžti spin-off (purpurinių) ir start-up (naujai besikuriančių) įmonių skaičiumi bei mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros finansavimo apimtimi. Tačiau ar subjektas tikrai tampa verslus, pasinaudojęs šių institucijų paslaugomis, taip ir lieka diskusinis klausimas, nes tas subjektas, kuris nebetobulėja, nevertina jį supančios aplinkos ar vengia naujovių, tikrai negali vadintis versliu subjektu. Taigi atlikta mokslinės literatūros analizė leidžia teigti, kad verslus subjektas yra toks verslo subjektas, kuris pasižymi tokiomis savybėmis ir siekiais:

- aktyvus, iniciatyvus ir linkęs rizikuoti;
- imlus naujovėms ir inovacijoms;
- turintis pakankamai įgūdžių verslo valdymui ir plėtotei;
- linkęs bendradarbiauti su mokslo institucijomis, siekiantis pateikti rinkai naujus, inovatyvius produktus bei paslaugas;
- pasižymintis sprendimų priėmimo įtakojama valdymo struktūra;
- siekia pastovaus ir ilgalaikio, o ne trumpalaikio ir didelio pelno;
- prioritetu laikantis verslo procesus ir jų valdymą;
- aktyviai naudojasi valstybės teikiama parama verslui – dalyvauja įvairiose programose, projektuose;
- aktyviai vykdo mokesčių politiką;
- proteguoja socialiai atsakingą požiūrį į verslą ir jį supančią aplinką.

Išvados

Atliktos mokslinės literatūros analizės rezultatai rodo, kad ne visi subjektai gali būti vadinami ir laikomi verslūs. Ne visi verslo subjektai, kurie naudojami inkubatorių, verslo informacinių centrų, technologinių parkų, mokslo parkų, inovacinių centrų ir kitų panašių organizacijų paslaugomis, tampa verslūs, todėl lygybės čia negali būti. Taigi, kad subjektas būtų laikomas verslus, jis turi būti ne tik aktyvus, iniciatyvus, linkęs rizikuoti, imlus naujovėms ir inovacijoms, linkęs bendradarbiauti su mokslo institucijomis, siekiantis pateikti rinkai naujus, inovatyvius produktus bei paslaugas, turėti pakankamai įgūdžių verslo valdymui ir plėtočiai, turėti sprendimų priėmimo įtakojamą valdymo struktūrą, bet ir siekti pastovaus ir ilgalaikio, o ne trumpalaikio ir didelio pelno, prioritetu laikyti verslo procesus ir jų valdymą, aktyviai naudotis valstybės teikiama parama verslui, aktyviai vykdyti mokesčių politiką ir proteguoti socialiai atsakingą požiūrį į verslą. Reikia pabrėžti, kad visomis šiomis savybėmis pasižymintis subjektas gali būti vadinamas verslus, tačiau nereikia pamiršti, kad jis toks ir turi stengtis išlikti, t.y. privalo būti evoliucionuojantis ir heterogeniškas nuolatos.

Literatūra

- Beckman, C.M.; Eisenhardt, K.; Kotha, S.; Meyer, A.; Rajagopalan, N. (2012). The role of the entrepreneur in technology entrepreneurship. *Strategic entrepreneurship journal*. Vol. 6, p.203-206.
- Boschee, J.; McClurg, J. (2003). Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions.
- Burgers, H.; Van de Vrande, V. (2011). Who is the corporate entrepreneur? Insights from opportunity discovery and creation theory. *Proceedings of the 8th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Swinburne University of Technology, Melbourne, Vic, p. 483-497.
- Burns, P. (2008). Corporate entrepreneurship: building an entrepreneurial organization. p.416. ISBN-13: 9780230542631
- Dabic, M.; Ortiz de Urbina Criado, M.; Romero-Martinez, A.M. (2011). Human resource management in entrepreneurial firms: a literature review. *International journal of manpower*, Vol.32, p.14-33
- Eisenstadt, S. N. (1980). Cultural orientations, institutional entrepreneurs, and social change: Comparative analysis of traditional civilizations. *American Journal of Sociology*, p. 840-869.
- George, G., Bock, A. J. (2012). Models of opportunity: how entrepreneurs design firms to achieve the unexpected. p. 320. ISBN-13: 9780521170840
- Giriūnienė, G.; Giriūnas, L. (2012). Mokslo institucijų ir verslo subjektų bendradarbiavimas verslumo skatinimo kontekste: teorinis aspektas // Apskaitos ir finansų mokslas ir studijos: problemos ir perspektyvos = Science and studies of accounting and finances: problems and perspectives : mokslo žurnalas. Akademija (Kauno r.) : Aleksandro Stulginskio universitetas. 2012, nr. 1(8), p. 54-58.
- Jusoh, R.; Ziyae, B.; Asimiran, S.; Kadir, S.A. (2011). Entrepreneur training needs analysis: implications on the entrepreneurial skills needed for successful entrepreneurs. *International business and economics research journal*. Vol. 10, p.143-148.
- Morris, M. H.; Covin, J. G.; Kuratko, D. F. (2011). *Corporate entrepreneurship and innovation*. p.512. ISBN-13: 9781111526917.
- Oakey, R. (2012). *High technology entrepreneurship*. 200 p. ISBN-13: 9780415593939

- Ojastu, D.; Chiu, R.; Olsen, P.I. (2011). Cognitive model of entrepreneurship and its reflection in education. *Journal of Enterprising culture*. Vol. 19, p.397-434.
- Praszquier, R.; Nowak, A. (2011). *Social entrepreneurs: social entrepreneurship*. p. 248. ISBN-13:9780521149785
- Rigg, C.; O'Dwyer, B. (2012). Becoming an entrepreneur: researching the role of mentors in identity construction. *Education+ Training*, Vol. 54(4), p. 319-329.
- Roper, S. (2012). Entrepreneurship: a global perspective. 168 p. ISBN-13: 9780415695534
- Schoon, I.; Duckworth, K. (2012). Who becomes entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology*, Vol. 48(6), p.1719-1726. DOI: 10.1037/a0029168.
- Scott, S. (2003). A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus. ISBN 1-84376-996-4
- Shane, S. A. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Edward Elgar Publishing.
- Sriram, V.; Mersha, T. (2010). Stimulating entrepreneurship in Africa. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. Vol. 6., p. 257-272
- Quadir, I.Z. (2012). Entrepreneurship training for the developing world. *Education forum*. June 16, 2012
- Zampetakis, L. A.; Moustakis, V. L. (2010). An exploratory research on the factors stimulating corporate entrepreneurship in the Greek public sector. *International journal of manpower*. Vol. 31, p.871-887

RESEARCH ON ENTREPRENEUR IDENTIFICATION

Lukas Giriūnas, Gintarė Giriūnienė

Summary

Recently entrepreneurship, promotion of it, development of support programmes for the creation and development of entrepreneurial entities is becoming a very common subject of not only scientific research. Thus, not every self-employed person or company, in its run or planned activities, can adopt or implement and develop entrepreneurship. So, not every business entity can distinguish for its entrepreneurship, therefore, one of the issues addressed in scientific literature is precisely identification of an entrepreneurial entity. Some researchers point out that an entrepreneurial entity is characterized by development, implementation, and enhancement of innovations, while others oppose to such a statement emphasizing that most attention should be given not to implementation of innovations, but to the preference for an aggressive market strategy. So, the article analyzes the concept of an entrepreneurial entity and its features, and the main goal of the research is becoming an entrepreneurial entity identification. Analysis of the scientific literature suggests that not all entities can be called or considered entrepreneurial ones. Not all businesses, that employ the services of incubators, business information centres, technology parks, science parks, innovation centres, or other similar organizations, become entrepreneurial, so there can be no equality. Therefore, in order to consider an entity as entrepreneurial, it must not only be proactive, enterprising, venturesome, open to novelty and innovation, tending to work together with academic institutions for marketing new, innovative goods and services, have sufficient skills in business management and development, exercise a decision-making influenced management

structure, but also to seek a sustainable and long-term revenue rather than short-term and high-yield, treat business processes and their management as a priority, make an active use of state support for businesses, intensively pursue tax policies, and patronize a socially responsible approach to business. It should be emphasized that an entity with all the listed features that can be named as entrepreneurial, yet, we should not forget that it must try to stay the same, i.e., must be constantly evolving and heterogeneous.