

**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS
EUROPOS INSTITUTAS**

Vaida Aidulytė

**ANTREPRENERIŠKAS VERSLAS KAIP
PRIEMONĖ JAUNIMO NEDARBO PROBLEMAM
MAŽINTI**

Magistro darbas

**Darbo vadovas
Lekt. dr. Jurgita Barynienė**

KAUNAS, 2015

**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS
EUROPOS INSTITUTAS**

**ANTREPRENERIŠKAS VERSLAS KAIP
PRIEMONĖ JAUNIMO NEDARBO PROBLEMAMAI
MAŽINTI**

**Europos integracijos studijų magistro darbas
Studijų programa 621N12003**

Vadovas

Lekt. dr. Jurgita Barynienė

2015-05-27

Recenzentas

Prof. dr. Leonas Žitkus

2015-05-27

Atliko

SMI-3/5 gr. stud.

Vaida Aidulytė

2015-05-27

KAUNAS, 2015

**PATVIRTINIMAS APIE PARENGTO BAIGIAMOJO
DARBO SAVARANKIŠKUMĄ**

Patvirtinu, kad parengtas magistro baigiamasis darbas

**ANTREPRENERIŠKAS VERSLAS KAIP PRIEMONĖ JAUNIMO NEDARBO PROBLEMAI
MAŽINTI**

- atliktas savarankiškai ir nebuvo kaip visuma pateiktas jokiame dėstomajame dalyke atsiskaityti šiame ar ankstesniuose semestruose;
- nebuvo pateiktas atsiskaityti šiame ar kitame KTU fakultete arba kitoje Lietuvos aukštojoje mokykloje;
- turi visas į baigiamojo darbo literatūros sąrašą įtrauktų informacijos šaltinių nuorodas.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

(data)

Aidulytė V. *Entrepreneurial Business as an Instrument for Reducing Youth Unemployment*. Study programme 621N12003. Supervisor lekt. Dr. J. Barynienė. Kaunas: Faculty of Social, Arts, and Humanities, Institute of Europe, Kaunas University of Technology. 2015, 93 p.

SUMMARY

During the last few decades in the public discourse of the European Union, the youth unemployment has become a highly discussed issue of national and international levels. This social issue encouraged to adjust the strategic political priorities of youth employment and entrepreneur political guidance institutions in the European Union and its member countries. Entrepreneurship is identified in the scientific discourse as a form of business based on knowledge and innovations essential for the growth of economy as it expands employment, initiates changes, encourages innovations, creates economic growth, development and primary source of wealth (Chell E. 2000, Clydesdale 2009, Bessant, Tidd 2011). Entrepreneurship and its expression in business are being analyzed in different scientific disciplines such as economy, sociology, anthropology, management and psychology. Scholars of classical and neoclassical theories provide different definitions in their theoretical overviews regarding the role of entrepreneurship (Davidsson P. 2006, Cuervo, Ribeiro, Roig 2007).

The main issue of this topic is the high level of youth unemployment that determines a long-term growth of unemployment, which also adds up to the growth of poverty, social isolation, inequality, emigration and crime. The topic of entrepreneurship has many theoretical sources in the scientific discourse, but there is very little on how to use its potential for the empirical analysis to solve the issues of youth unemployment. The case study of Kaunas University of Technology is useful to point out the advantages of entrepreneurship expression in business development. The subject of the research is entrepreneurship. To achieve the aim of the research the following objectives were set: (1) to define entrepreneurship and its theoretical dimensions; (2) to analyze initiatives and means of entrepreneurship in the European Union; (3) to research opportunities of entrepreneurship to reduce the level of youth unemployment; (4) to research the potential of entrepreneurship empirically in the Faculty of Social, Humanities and Arts, and the Faculty of Economy and Business at Kaunas University of Technology; (5) to provide recommendations on how entrepreneurship can aid in reducing the level of youth unemployment in Lithuania. The following hypotheses were raised: (1) the average of entrepreneurship competence in the Faculty of Economy and Business and the Faculty of Social, Humanities and Arts at Kaunas University of Technology differs; (2) the status of Kaunas University of Technology and the will to take up entrepreneurship in the future are related; (3) the evaluation of the risk factor by business students at Kaunas University of Technology differs from

those who have business experience. Methodology used in the thesis: analysis of literary sources, analysis of documentation, quantitative research, comparative analysis of statistical data.

Results of the conducted quantitative analysis show that the main reasons behind entrepreneurship is to have innovative business ideas and visions, unlimited opportunities for self-realisation by doing what one prefers and to work independently. While analyzing the empirical data, the correlation between entrepreneurship and education was noticed; the status, however, does not matter when evaluating of the risk factor and the will to establish entrepreneurship. The students have entrepreneurship qualities, but lack of business experience and competence (knowledge, skills and the like) limits their potential. The empirical data analysis shows that the acquired business knowledge and skills play an important role in making a decision to take entrepreneurship. A great need to acquire entrepreneurship competence is required for such spheres as planning business, establishing business, managing business, commercial human resources and business management. The University can help with entrepreneurship potential expression by providing opportunities for students to practice in entrepreneur organizations. This way, the University pays more attention when assigning practical and creative tasks that directly develop business organization and planning skills.

TURINYS

SUMMARY.....	4
TURINYS.....	6
ĮVADAS.....	10
1. ANTREPRENERIŠKO VERSLO SAMPRATOS IR RAIŠKOS TEORINĖS DIMENSIJOS	13
1.1. Antrepreneriško verslo samprata ir jos kaita	13
1.2. Antrepreneriško verslo charakteristikų identifikavimas.....	17
1.3. Antrepreneriško verslo vaidmuo žinių ekonomikos kontekste	24
2. ES ANTREPRENERIŠKO VERSLO INICIATYVŲ IR PRIEMONIŲ IDENTIFIKAVIMAS	28
2.1. ES antreprenerystės rėmimo politika	28
2.2. ES antreprenerystės ugdymo priemonės ir galimybės	31
3. JAUNIMO NEDARBO MAŽINIMO GALIMYBĖS ANTREPRENERIŠKO VERSLO PAGRINDU	39
3.1. Antreprenerystė ir dinamiška verslo aplinka.....	39
3.2. Verslo ir mokslo bendradarbiavimo perspektyvos.....	45
4. ANTREPRENERIŠKO VERSLO KAIP PRIEMONĖS JAUNIMO NEDARBO PROBLEMOS MAŽINIMUI EMPIRINIS TYRIMAS	48
4.1. Tyrimo eiga	48
4.2. Duomenų analizė.....	53
4.3. Diskusija.....	70
5. IŠVADOS	74
6. REKOMENDACIJOS JAUNIMO ANTREPRENERIŠKO VERSLO POTENCIALO RAIŠKAI LIETUVOJE.....	76
7. LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	78
5. PRIEDAI	82

Lentelės

1 lentelė. Svarbiausi įvairaus tipo organizacijų skirtumai.....	17
2 lentelė. Antreprenerių rūšys pagal Lessem.....	22
3 lentelė. SVV politika ir antreprenerystės politika: palyginimas	30
4 lentelė. Antrepreneriškų gebėjimų tipai	36
5 lentelė. Verslo steigimo sąlygos ES šalyse (2013m.).....	40
6 lentelė. Kūrybingumo trikdžiai.....	41
7 lentelė. Klausimyno pagrindimas	49

Paveikslėliai

1 pav. Antreprenerystės ir ekonominio augimo ryšio modelis.....	19
2 pav. Žinių raiškos charakteristikos.....	25
3 pav. Bendrieji gebėjimai (rezultatai), kurių siekiama antreprenerystės ugdymu.....	31
4 pav. Antreprenerystės ugdymo veiksmų seka.....	32
5 pav. Antreprenerystės ugdymo ir mokymų programų klasifikavimas.....	33
6 pav. Antreprenerystė ir verslo vadybos ugdymas.....	34
7 pav. „Pabėgėlių“ tipai.....	43
8 pav. Rizikos kategorijos.....	44
9 pav. Verslo ir mokslo sąveika inovacinėje veikloje.....	45
10 pav. Inovacijų sąjungos 2014m. rezultatų suvestinė.....	47

Empirinio tyrimo lentelės

1 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal fakultetus.....	53
2 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal studijų programą	53
3 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal studijų formą	54
4 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą.....	55
5 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal lytį	56
6 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal amžiaus grupes.....	56
7 lentelė. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal statusą.....	57
8 lentelė. Antrepreneriško verslo vaidmuo valstybės gerovės kūrimo procese	58
9 lentelė. Veiksniai skatinantys kurti antreprenerišką verslą (%).....	59
10 lentelė. Veiksniai trukdantys kurti antreprenerišką verslą (%).....	60
11 lentelė. Svarbiausias veiksnys lemiantis ilgalaikę antrepreneriško verslo sėkmę	61
12 lentelė. Dominuojančių antrepreneriškų savybių charakteristika (%).....	62
13 lentelė. Tiriamųjų patirtis, steigiant nuosavą verslą	63
14 lentelė. Antrepreneriško verslo steigimo galimybės 4 metų laikotarpyje.....	63
15 lentelė. Antreprenerystės tipologizavimas	64
16 lentelė. Universiteto vaidmuo antreprenerystės ugdyme	65
17 lentelė. Efektyviausias antreprenerystės ugdymo metodas.....	66
18 lentelė. Antrepreneriška kompetencija	67
19 lentelė. Sritis, kuriose labiausia trūksta kompetencijos, steigiant verslą	68

IVADAS

Temos aktualumas. Jaunimo nedarbas yra opi socioekonominė problema, kuri yra susijusi su darbo patirties, žinių, kompetencijos, specifinių gebėjimų stoka darbo rinkoje. Aukštas specialistų konkurencijos lygis darbo rinkoje, ribotos darbo pasiūlos galimybės komplikuoja jaunimo savirealizacijos perspektyvas (Pocius, Neverauskienė, 2005). Remiantis mokslinių tyrimų rezultatais pastebima tendencija, jog aukštojo išsilavinimo įgyjimas suteikia specifinių žinių, gebėjimų, konkrečiose srityse, tačiau tai nėra esminis faktorius lemiantis sėkmingos karjeros prielaidas, neturint praktinių įgūdžių. Per pastaruosius du dešimtmečius išryškėjo darbo rinkos segmentacija (Jakštienė, 2013). Didėja darbo pasiūlymų, susijusių su informacinių technologijų, operacinių sistemų valdymu, stiprėjant technologijų pažangai ir diegimui į privatų ir viešą sektorius. Todėl darbo rinkoje didėja darbdavių poreikis rasti specifinių gebėjimų, daugiadalykinės kompetencijos turinčius asmenis. Europos Komisijos bendro užimtumo ataskaitos projekte (2013) pažymima, kad darbo rinkoje pastebima gebėjimų pasiūlos neatitikimas gebėjimų paklausai tendencija. Eurostat duomenimis, Lietuvoje jaunimo nedarbo lygis tendencingai mažėja, 2009 m. – 29,6 proc., tuo tarpu 2014 m. siekė 20,6 proc., tačiau lyginant su kitomis ES šalimis (Vokietijoje – 7,6 proc., Austrijoje – 9,1 proc., Nyderlanduose – 9,8 proc.), jaunimo nedarbo rodiklis išlieka aukštas.

Vis dažniau politiniame diskurse diskutuojama apie antreprenerystės poteencialo raišką jaunimo nedarbo problemoms spręsti. „Jaunimo verslumą skatinančių priemonių vertinimas“ ataskaitoje (2012m.) pabrėžiama, kad savarankiško užimtumo skatinimas ne tik sumažintų nedarbo lygį Lietuvoje, tačiau ir prisidėtų prie tvaraus šalies ekonominio augimo, kuriant naujas darbo vietas. Europos sąjungos „Europa 2020“ programoje ir išvestiniuose dokumentuose minimas užimtumo prioritetasis, susijęs su antreprenerystės politikos orientyrais. Antrepreneriškumo ugdymas, finansinė parama, konsultacinės paslaugos, teisiniai verslo reguliavimo mechanizmai yra šios politikos sudedamosios dalys. Lietuvoje jaunimo antreprenerystės plėtra tampa palankia sąlyga ne tik užtikrinti savirealizacijos atviras galimybes, užtikrinti valstybės ekonominį augimą, konkurencingumą tarptautinėje rinkoje, tačiau ir vystyti intelektualinį kapitalą, generuojant idėjas antreprenerystės link.

Antrepreneriškas verslas moksliniame diskurse apibūdinamas kaip novatoriškomis idėjomis, inovacijos grįstas verslas (Ronstadt 2001, Zahra 2003, Jennings ir Kuratko, 1999). Antrepreneriškumą versle nagrinėjo: Cantillon, Smith, Menger, Say, Hufeland, Menger Weber, Schumpeter ir kiti (Casson, 2003). Šis verslas pasižymi aukšta rizikos tolerancija, lankstumu prisitaikyti prie dinamiškos verslo aplinkos, atviras naujoms galimybėms tinklingai panaudoti kūrybiškumo rezervus. Taip pat prisideda prie šalies ekonomikos augimo, pažangos, gerovės kūrimo inicijuojant pokyčius rinkoje (Balkienė, Jagminas, 2010). Antrepreneriško verslo poteencialo panaudojimas jaunimo užimtumo problemoms spręsti yra vienas iš galimų būdų skatinti savirealizaciją versle.

Problema: aukštas jaunimo nedarbo lygis sąlygoja ilgalaikių nedirbančiųjų skaičiaus augimą, kuris prisideda prie skurdo, socialinės atskirties, nelygybės, emigracijos, nusikaltimų skaičiaus augimo. Nemažėjantis jaunimo nedarbas skatina keisti užimtumo politikos prioritetus dėmesį sutelkiant į darbo išteklių valdymą, formuluojant naujas strategines kryptis jaunimo atvirai integracijai į darbo rinką užtikrinti.

Darbo naujumas ir reikšmingumas. Moksliniame diskurse antrepreneriško verslo tema gausu teorinių išvalgų, tačiau nepakankamas dėmesys yra skiriamas antrepreneriško verslo potencialo panaudojimo galimybių empirinei analizei jaunimo nedarbo problemai spręsti. KTU atvejo analizė naudinga tolimesnių jaunimo antreprenerystės potencialo (amžiaus, lyties, išsilavinimo ir kt. aspektais) versle tyrimų vystymui.

Pagrindinis probleminis klausimas: kaip antrepreneriškas verslas galėtų padėti sumažinti jaunimo nedarbą Lietuvoje?

Darbo objektas: antrepreneriškas verslas.

Darbo dalykas: antrepreneriško verslo potencialo taikymas kaip priemonės jaunimo nedarbo problemai mažinti Lietuvoje.

Darbo tikslas: teoriškai pagrįsti ir empiriškai išnagrinėti antrepreneriško verslo vaidmenį jaunimo nedarbo problemai mažinti Lietuvoje.

Darbo uždaviniai:

1. atskleisti antrepreneriško verslo sampratą ir raiškos teorines dimensijas;
2. išanalizuoti ES antrepreneriško verslo iniciatyvas ir priemones;
3. išnagrinėti antrepreneriško verslo galimybes jaunimo nedarbui mažinti.
4. empiriškai ištirti antrepreneriško verslo potencialo galimybes Kauno technologijų universiteto Socialinių, Humanitarinių, Menų fakulteto ir Ekonomikos ir verslo fakulteto studentų;
5. pateikti rekomendacijas kaip atskleisti jaunimo antrepreneriško verslo potencialo raišką Lietuvoje.

Hipotezės:

1. verslumo kompetencijos vidurkiai Kauno technologijų universiteto Ekonomikos ir verslo fakulteto ir Socialinių, Humanitarinių, Menų fakulteto populiacijose skiriasi.
2. KTU studentų statusas ir siekis kurti antreprenerišką verslą ateityje yra tarpusavyje susiję.
3. KTU studentų verslo rizikos faktorių vertinimas skiriasi priklausomai nuo turimos verslo patirties.

Darbo metodai:

1. mokslinės literatūros analizė;
2. dokumentų analizė;
3. kiekybinis tyrimas;

4. lyginamoji statistinių duomenų analizė.

Laukiamas teorinis rezultatas – atskleistos antrepreneriško verslo teorinės dimensijos ir vaidmuo žiniomis grįstoje ekonomikoje, nustatytos antrepreneriško verslo charakteristikos. Identifikuotos pagrindinės Atskleistos ES antrepreneriško verslo politikos iniciatyvos ir antreprenerystės ugdymo priemonės ir aspektai. Išnagrinėtos jaunimo nedarbo mažinimo galimybės antrepreneriško verslo pagrindu, apimant antreprenerystės raiškos ypatumus, verslo ir mokslo bendradarbiavimo perspektyvas.

Laukiamas praktinis rezultatas – atliktas kiekybinis KTU atvejo tyrimas suformuluotos ir pateiktos rekomendacijos, kaip atskleisti jaunimo antrepreneriško verslo potencialą raišką Lietuvoje ir mažinti nedarbo lygį Lietuvoje.

Darbo struktūra: darbas susideda iš penkių dalių. Pirmame skyriuje nagrinėjama antrepreneriško verslo samprata, bruožai ir raiškos teorinės dimensijos, taip pat jo vaidmuo žinių ekonomikoje. Antrame skyriuje nustatytos ES antrepreneriško verslo politikos priemonės, kryptys, prioritetai taip pat antrepreneriško ugdymo ypatumai. Trečiame skyriuje analizuojamos jaunimo nedarbo mažinimo galimybės antrepreneriško verslo pagrindu. Ketvirtoje dalyje atlikta išsami antrepreneriško verslo kaip priemonės jaunimo nedarbo problemos mažinimui empirinė analizė. Penktoje dalyje pateikiamos išvados, šeštajame skyriuje rekomendacijos, kokie esminiai veiksniai paskatintų jaunimo antrepreneriško verslo potencialo raišką Lietuvoje.

1. ANTREPRENERIŠKO VERSLO SAMPRATOS IR RAIŠKOS TEORINĖS DIMENSIJOS

Antrepreneriškas verslas – žiniomis ir inovacijomis grįstas verslas, kurio koncepcija evoliucionavo istoriniais tarpsniais klasikinių ir neoklasikinių mokyklų atstovų teorinėse paradigmos, kuriose pateikiami diferencijuoti antreprenerio ir antrepreneriško verslo bruožai. Šiuolaikinėje visuomenėje intensyvėjant globalizacijos, technologijų, tarptautinio bendradarbiavimo, žinių ekonomikos procesams, formuojami nauji verslo standartai. Rinkos dinamika skatina pokyčius, kurie atveria neribotas antrepreneriško verslo potencialo galimybes.

Šiame skyriuje aptariamos klasikų ir neoklasikų teorinės išvalgos apie antrepreneriškumą ir jo raišką versle, kuris sudarė prielaidas antrepreneriško verslo koncepcijos plėtotei mokslo diskurse. Analizuojami antrepreneriško verslo bruožai ir antreprenerio kaip verslo subjekto galimybės rinkoje. Nagrinėjamas antrepreneriško verslo vaidmuo žinių ekonomikoje, taip pat žinių vadybos reikšmė antrepreneriško verslo plėtrai.

1.1. Antrepreneriško verslo samprata ir jos kaita

Mokslinėje literatūroje antrepreneriško verslo koncepcijos vystymas analizuojamas klasikų ir neo-klasikų teorinių išvalgų kontekste. Prancūziškajai mokyklai (XVIII a.) atstovauja tokie žymūs teoretikai kaip Cantillon, Turgot, Say, Baudeau, kurie teigė, kad antrepreneris kaip ūkio subjektas verslo aplinkoje veikia rizikos sąlygomis (Landstrim, Lohrke, 2010). Rizika ekonominėje sistemoje apima neapibrėžtumo faktorių, kuomet antrepreneriško verslo nuoseklus vystymas ilgalaikėje perspektyvoje negali būti visiškai numatytas. Cantillon manymu, antrepreneriai žaliavas produktų gamybos procesui perka nustatyta kaina, tačiau negali iš anksto prognozuoti kokia fiksuota kaina galutinį produktą parduos (Ekelund, Hébert 2013, p. 81 – 82).

Rinkos situacijos neapibrėžtumo aplinkybėmis antrepreneriško verslo sėkmė (pelningumas) priklauso nuo rizikos valdymo, priimant strateginius sprendimus. Turgot kaip ir Cantillon teorinėje paradigmoje pažymi, kad tarp kapitalisto ir antreprenerio egzistuoja funkciniai skirtumai komercinės veiklos vystyme (Robert A. Nisbet 1980, p. 185). Say į gamybos ir paskirstymo teorinę paradigmą įtraukė gamtinius, žmogiškuosius išteklius ir kapitalą, kurie yra svarbūs siekiant užtikrinti produktų gamybos proceso našumą (Bhatia, 2009, p. 196 - 198). Say funkciškai apibrėžė antreprenerių, teoretikų ir samdomų darbininkų tarpusavio sąveiką (Schoorl, 2012, p. 68 - 69). Bendradarbiavimo galimybės tarp šių trijų suinteresuotų grupių užtikrina darnią gamybos proceso eigą ir perspektyvias antrepreneriško verslo plėtros galimybes. Teoretikai moksliai pagrįstas idėjas – žinias pateikia antrepreneriams. Tuo tarpu antrepreneriai įgytas žinias taiko gamybos veiksmų proceso derinimo ir organizavimo etapams vystyti. Tuo tarpu samdomi darbininkai yra atsakingi už gamybos pavestų darbų atlikimą. Remiantis Say teorinėmis išvalgomis, galima teigti, kad gamybos procesas apima tam tikrus

specifinius etapus, kuriuose svarbų vaidmenį atlieka trys suinteresuotos grupės: teoretikai, antreprenieriai ir darbininkai. Skirtingos funkcijos sąlygoja nuoseklę gamybos ciklą seką. Antreprenieris identifikuojamas kaip gamybinės sistemos veiklos koordinatorius, užimantis tarpinę poziciją tarp teorikų ir samdomų darbininkų. Say kaip ir Cantillon, teigia, kad antreprenieris negali numatyti kaip asmeniniai sprendimai ateities perspektyvoje paveiks verslą, komercinę veiklą plėtodamas dinamiškos rinkos sąlygomis (Shionoya, Nishizawa, 2009, p. 193). Rizikos tolerancijos lygis priklauso nuo antreprenierio asmeninių savybių, kurios padeda tinkamai, racionaliai įvertinti esamą rinkos situaciją, kuri yra svarbi siekiant identifiikuoti vartotojų poreikių kitimą. Todėl produktų ar paslaugų kūrimas turi būti orientuotas į rinkos poreikius, kurie lemia pasiūlos ir paklausos santykį (Baron, 2012, Barzdaitė, Navickienė, 2013, Budreikaitė, Mockutė, Anuševičiūtė, 2002). Baudeau manymu, antreprenieris turi galimybę sumažinti gamybos išlaidas, integruodamas į verslo procesą naujoves (Gallaher, Link, Petrusa, 2007, p. 85 - 86). Novatoriškumas skatina atrasti naujas priemones ir būdus kaip padidinti antreprenieriško verslo našumo galimybes ir atitinkamai didinti komercinės veiklos apimtį.

Smith atstovaudamas Britiškajai mokyklai (XVIII a. antra pusė), antreprenierį identifikavo kaip „nuotykių ieškotoją“, arba „projektuotoją“, kuris ne tik rizikuoja, tačiau savo laiką ir investicijas tikslingai nukreipia užsibrėžto tikslo link (Casson, 2003, p. 262). Antreprenieris savo asmeninius resursus investuoja į rizikingą veiklą, tam kad gautų tikėtiną naudą (siekiant padidinti esamą kapitalo vertę ir pelną). Britiškajai mokyklos atstovas Mill išskyrė antreprenierio terminą, sietiną su įžvalgumo gebėjimu pamatyti perspektyves galimybes. Tuo tarpu Marchall pažymėjo, kad ne visi žmonės užsiimantys komerciniais veikla gali būti traktuojami kaip antreprenieriai (Amatori, Colli, 2013, p. 23). Antreprenieris užsiima novatoriška veikla, siekdamas lyderiauti ir numatyti su rizika susijusius faktorius (Bolton, 2004, Busenitz, Lau, 1997). Pasak Marchall, antreprenieris yra novatorius verslo plotmėje, siekdamas atrasti naujas galimybes ir kurti naujus produktus ar paslaugas (Bhatia, 2009, Casrud, Brannback, 2007). Galima teigti, kad Marchall antreprenierišką verslą siejo su novatoriškų idėjų kūrimu ir įgyvendimu, antreprenieriškos veiklos pagrindu.

Nuo XIX a. pab. antreprenierio vaidmenį versle nagrinėjo ir Austrijos mokyklos atstovai: Menger, Mises, Wieser, Hayek, Kirzner. Menger manymu, rinka yra dinamiška, todėl antreprenierio pagrindinis tikslas yra nuolatos gauti informaciją apie esamą rinkos padėtį (Casson, 2003). Žinios apie rinkos situaciją ir jos tendencijas yra svarbios, nes padeda objektyviai įvertinti ekonominę aplinką ir identifiikuoti verslo galimybes, kuriose srityse, sektoriuose būtų galima sėkmingai kurti antreprenierišką verslą arba jį plėtoti. Žinios padeda priimti sprendimus, kurie nulemia veiklos rezultatyvumą, todėl rinkos analizė, skatina apsvarstyti įvairius strateginius variantus, atsižvelgiant į vartotojų poreikius. Mises požiūriu, antreprenieris yra „spekuliantas“, kurio komercinės veiklos tikslas yra pelnas (Schoorl, 2012). Tačiau norint, kad verslas būtų pelningas svarbu kurti novatoriškas idėjas ir tokias prekes,

kurios turėtų paklausa tarp potencialių klientų. Wieser nuomone, antreprenieris aktyviai įsitraukdamas į komercinę veiklą, inicijuoja pokyčius ekonomikoje, kurie skatina atrasti naujas veiklos galimybes (Viner, Essays, 2014). Tuo tarpu Hayek kaip Menger pažymi žinių svarbą antrepnieriškai veiklai, kurių trūkumas gali turėti neigiamą poveikį verslo vystymui (Landstrim, Lohrke, 2010). Žinių stoka pakankamai stipriai apriboja antrepnierių potencialą lanksčiai „susidoroti“ su iššūkiais versle ir racionaliai priimti sprendimus. Anot Kirzner, antrepnieriškumas padeda antrepnieriui atrasti naujas galimybes, kurias suteikia rinkos dinamiškumas (Nisbet, 1980). Inovacijos Kirzner manymu, yra antrepnieriško verslo sėkmės rezultatas, padarinys. Antrepnieriis pasižymi išvalgumu, kuris padeda atrasti galimybes ir atskleisti savo potencialą verslo sąlygomis (Ekelund, Hébert, 2013). Atidus rinkos stebėjimas, padeda išvėlgti rinkos pokyčius, paklausos ir pasiūlos tendencijas. Antrepnieriis pasitelkdamas intuiciją, žinias išnaudoja neregėtas galimybes, efektyviai persikirstydamas išteklius.

Amerikietiškos mokyklos atstovas Knight teigia, kad asmuo užsiimantis antrepnieriška veikla sugeba prisitaikyti prie rinkos neapibrėžtumo (dinamikos) sąlygų, prisiimdamas visą atsakomybę už įmonės veiklą, kurdamas novatoriškas idėjas (Amatori, Colli, 2013). Galima sakyti, kad antrepnieriškas verslas yra glaudžiai susijęs su rizika ir jo pelningumas priklauso nuo antrepnierių gebėjimų ir žinių kaip riziką suvaldyti.

Neoklasikinės austrų mokyklos atstovas Schumpeter teorinėje paradigmoje (XIX a. pab.) antrepnierių traktuoja kaip inovatorių (Gallaher, Link, Petrusa, 2007). Antrepnieriis skatina rinkos pokyčius integruodamas naujoves į verslo procesus. Schumpeter (Ekelund, Hébert, 2013) išskiria pagrindines verslo kombinacijas, apimant:

- naujus produktus ar jų kokybę;
- naujus gamybos metodus;
- naują rinką;
- naujus žaliavų panaudojimo būdus;
- naujus pramonės organizacijos būdus.

Antrepnieriis novatoriškas idėjas generuoja naujų produktų sukūrimui. Siekiant atrasti naują rinką, svarbu potencialiems klientams pasiūlyti išskirtinius, unikalius produktus, kurie ne tik pritrauktų susidomėjimą, tačiau ir atneštų didesnes antrepnieriško verslo pelningumo galimybes. Tačiau sukurti visiškai naują produktą, kurio dar rinkoje verslo subjektai nepateikė, svarbu atrasti naujus gamybos būdus, kurie padėtų užtikrinti produkto gamybos proceso našumą. Gamybos procesui reikalingos žaliavos ir jų inovatyvios panaudojimo galimybės, siekiant užtikrinti gamybinės veiklos efektyvumą. Naujos pramonės organizacijos sukūrimas skatina antrepnierių dėmesį koncentruoti ties komercinės veiklos plėtojimu. Antrepnieriškas verslas remiantis Shumpeter teiginiais, apima naujų verslo procesų kūrimą, kurie skatina inovacijas rinkos sąlygomis. Novatoriškų idėjų generavimas ir tikslingas jų taikymas antrepnieriškame versle didina produkto ar paslaugos pridėtinę vertę.

Neoklasikiniai teoriniai kryptiniai atstovauja Weber, kuris pabrėžė savo teorinėje paradigmoje, kad yra stiprus tarpusavio ryšys tarp ekonomikos ir religijos (Landström, Lohrke, 2010). Ekonominiai veiksmai, antreprenerystei ir jos raiškai daro įtaka religija kaip tam tikra vertybių, įsitikinimų visuma. Antrepreneris Weber teorinėse išvalgose sietinas su charizmatinio lyderio vaidmeniu, išskirtinia asmenybe ekonominėje veikloje (Amatori, Colli, 2013).

Sociologijos mokslo diskurse nuo XX a. pirmosios pusės pradėta analizuoti antreprenerystės procesas kaip socioekonominis fenomenas, dėmesį sutelkiant į socialinius kontekstus. Skirtinguose sociokultūriniuose kontekstuose atsiskleidžia diferencijuotos antreprenerių veiklos galimybės. Granovetter pabrėžia, kad verslo aplinka nėra vienintelis veiksnys įmonių išlikimui rinkoje, svarbu atsižvelgti ir į socioekonominę struktūrą, solidarumo ir pasitikėjimo veiksnius (Casson, 2003). Carroll ir Aldrich tyrinėjo verslo sėkmės ir nesėkmės priežastis (Ekelund, Hébert, 2013). Greiner manymu, komercinės veiklos procesas yra dinamiškas pereinantis tam tikrus ciklus/fazes nuo įėjimo į rinką iki veiklos likvidavimo (Gallaher, Link, Petrusa, 2007).

Antropoligijos mokslo kontekste, tyrimai nukreipiami išanalizuoti kaip kultūriškai yra formuojamas visuomenės grupių suvokimas apie antreprenerystę, antrepreneriškumą (Schoorl, 2012). Viena vertus, kultūriškai susiformavęs požiūris apie antreprenerystę, lemia specifinio antrepreneriško elgesio standartus. Kita vertus, antreprenerystės vystymas verslo kultūros „rėmuose“, skatina antrepreneriškumo raiškos pobūdį ekonomikoje.

Psichologijos srityje dėmesys yra skiriamas antreprenerio asmenybei tyrinėti, siekiant išsiaiškinti charakterio, būdo, vertybių bruožus, kurie galėtų padėti identifikuoti antrepreneriškumo raiškos tendencijas. Gilad teorinėje paradigmoje minimas kontrolės lokusas, kuris yra dviejų tipų (Ekelund, Hébert, 2013). Asmenys pasižymintis vidiniu kontrolės lokusu, mano, kad pasiekimai priklauso nuo asmeninių pastangų ir gebėjimo valdyti situaciją, prisiimant asmeninę atsakomybę už rezultatus. Vidiniu kontrolės lokusu pasižymi antrepreneriai, kurie siekia atrasti naujas galimybes suvokdami savo kaip aktyvaus veikėjo poziciją versle. Tuo tarpu išoriniu kontrolės lokusu pasižymintys asmenys, savo pasiekimus ir galimybes sieja su išorinėmis aplinkybėmis pvz. likimu, taip užimdami pasyvę poziciją savirealizacijos procese. McClelland analizavo antreprenerio motyvacijos ir tikslo sąryšį ir išskyrė tris pagrindinius veiksnius: atsakomybę, rizikos toleranciją, tikslo siekį (Ekelund, Hébert, 2013). Remiantis McClelland teorinėmis išvalgomis, tikslas yra pasiekiamas per pastangas, tuomet kai prisiimama atsakomybė už asmeninius sprendimus. Rizika ir jos tolerancija priklauso nuo įgydžių valdyti situacija greitai reaguojant į pokyčius ir priimant strateginius sprendimus. Noras sukurti antreprenerišką verslą, gali būti sietinas su nepriklausomybės poreikiu, siekiant prisiimti atsakomybę už veiklos rezultatus.

Klasikinių ir neoklasikinių ekonomikos mokyklų mokslo atstovai skirtingai interpretavo antreprenerio vaidmenį rinkoje, todėl atitinkamai keitėsi ir antrepreneriško verslo koncepcija.

Ekonomikos mokslo diskurse siekiama išsiaiškinti veiksnius lemiančius antrepreneriško verslo sėkmę (susijusią su pelningumu, konkurencinio pranašumo galimybėmis). Sociologijos kontekste antrepreneriškas verslas ir jo potencialas analizuojamas socialinio konteksto ribose, tuo tarpu antropologiniu požiūriu kultūra lemia antrepreneriškumo raiškos galimybes versle. Psichologijos srityje didelis dėmesys sutelkiamas antreprenerių charakterio savybių tyrinėjimui, siekiant tipologizuoti antreprenerių elgsenos bruožus. Išnagrinėjus gausybę teorinių išvalgų apie antreprenerystę versle, kitame poskyryje analizuojamas antrepreneriško verslo charakteristikos.

1.2. Antrepreneriško verslo charakteristikų identifikavimas

Antrepreneriškas verslo koncepcija remiasi antreprenerystės raiška ekonomikoje. Antreprenerystė moksliniame diskurse sietina su nauja veiklos galimybių paieška. Žodis antreprenerystė kilęs iš prancūzų kalbos (entreprendre) ir reiškiantis „imtis kažko“ (angl. entrepreneurship - inicijuoti) (Amatori, Colli, 2013). Nuo XV a. antrosios pusės terminas antrepreneris (iš pran. k. entrepreneur) buvo pradėtas naudoti siekiant įvardinti asmenį organizuojantį cirko, teatro gastroles (Ekelund, Hébert, 2013). Antreprenerio sąvoka buvo susijusi su aktorystės, artistiškumo raiška (Gineitienė, Korskaitė Kučinskienė, Tamulevičius 2003). Nuo XVIII a. formuojantis industrinei visuomenei, kapitalistinei ekonominei sistemai, keičiantis darbo pobūdžiui, stiprėjant mokslo progresui antreprenerystės fenomenas kaip tyrinėjimo objektas pradėtas aktyviai analizuoti mokslininkų tarpe. Smitas bei Cantilionas pirmieji įtraukė į markoekonomikos teorijas antreprenerystės sąvoką (Herbert, Link 2011). Vakarų visuomenėse (Kanadoje, JAV) šis terminas seniai vartotinas, siekiant pabrėžti antreprenerystės vaidmenį ekonomikos pokyčių inicijavimo procesuose ir mažų bei vidutinių įmonių plėtroje (Cooper 1998, Kyro 2000).

1 lentelė

Svarbiausi įvairaus tipo organizacijų skirtumai (Jucevičius, Urbonė, 2008, p. 18 -19)

Organizacijos tipas	Tradicinė	Orientuota į gamybą	Orientuota į marketingą	Strategiškai valdoma	Antrepreneriška
Tikslas	Stabilumas	Pelno optimizavimas	Rinkos poreikių tenkinimas	Stabilus vystymasis	Galimybių panaudojimas
Sėkmės laikas	Stabilumas	Efektyvumas	Efektyvumo suderinimas su reakcija į naujus poreikius	Stabilus vystymasis	Kūryba, novacijos

Mąstymo būdas	Adaptyvumas	Racionalistinis, technokratinis	Planavimas	Valdymo potencialo lygis	Kūrybinis
Požiūris į naujoves	„Nesiūbuoti valties“	Teigiamas	Planuoti iš anksto	Sisteminis	Pagrindinė sėkmės sąlyga
Požiūris į riziką	Vengti	Minimizuoti	Ieškoti pažįstamos rizikos	Tai strateginio pranašumo šaltinis	Sąmojinga rizika
Valdymo struktūra	Stabili	Funkcinė	Funkcinė su programiniais elementais	Išskaidyti riziką	Lanksti
Įgaliojimų struktūra	Centralizuoti	Centralizuoti	Decentralizuoti	Programins - tikslinis valdymas	Decentralizuoti
Iniciatyva	Netoleruojama	Darbas pagal nustatytą tvarką	Pripažįstama ir skatinama	Decentralizuoti	Būtinasis veiksmo elementas
Veikslo orientacija	Į firmos vidų	Į firmos vidų	Į išorinę aplinką	Į išorinę aplinką	Į išorinę aplinką
Faktoriai verčiantis keistis	Krizė	Nepatenkinami rezultatai	Rinkos tendencijos	Ateities vizijs ir galimybės	Galimybės ir grėsmės
Svarbiausios funkcijos	Pagrindinė veikla ir finansai	Pagrindinė veikla ir finansai	Marketingas ir planavimas	Novacijos ir marketingas	Novacijos ir marketingas
Perspektyva laike	Praeitis	Dabartis	Pažįstama ateitis	Įsivaizduojama ateitis	Įsivaizduojama ateitis

Jucevičiaus ir Urbonės (2008, p. 17). teigimu, tradicinė organizacija sietina su įmonėmis planinėje ekonomikoje, tuo tarpu verslo organizacijos orientuotos į gamybinės veiklos plėtrą, remiasi

racionaliu išteklių panaudojimu. Įmonės racionaliai nukreipiančios savo veiklą į marketingą, pasižymi išvystytu prisitaikymo lygiu dinamiškoje rinkoje. Strategiskai valdomoms įmonėms būdinga aukšta valdymo kokybė (Jucevičius, Urbonė, 2008, p. 17). Antrepreneriškas verslas žiniomis ir inovacijomis grįstas verslas, kuris ne tik prisitaiko prie kintančios ekonomikos situacijos, tačiau ir inicijuoja pokyčius rinkoje. Antrepreneriškas verslas yra atviras naujoms galimybėms ir jų paieškai. Lyginant tradicinės ir antrepreneriškos organizacijų požymius, svarbu paminėti, kad antrepreneriškomis idėjomis grįstos įmonės yra lankstesnės prisitaikyti prie kintančios rinkos aplinkos. Viena vertus tradicinių organizacijų tikslas yra palaikyti pusiausvyrą, stabilumą, todėl rizika, neapibrėžtumas, nuolatiniai pokyčiai identifikuojami kaip problemos, klūtys. Tuo tarpu antrepreneriškose verslo organizacijose rizikos faktorius traktuojamas kaip iššūkis, galimybė atskleisti savo potencialą naujose rinkose, generuojant novatoriškas idėjas inovacijų kūrimui. Herbert, Link (1989) remiantis Shumpeter, Drucker, Zhao teorinėmis išvalgomis, teigia, kad antrepreneriškos organizacijos siekia identifikuoti rinkos galimybes, kurti realizavimo planus, integruoti tyrimus siekiant sukurti inovacijoms palankią techninę aplinką.

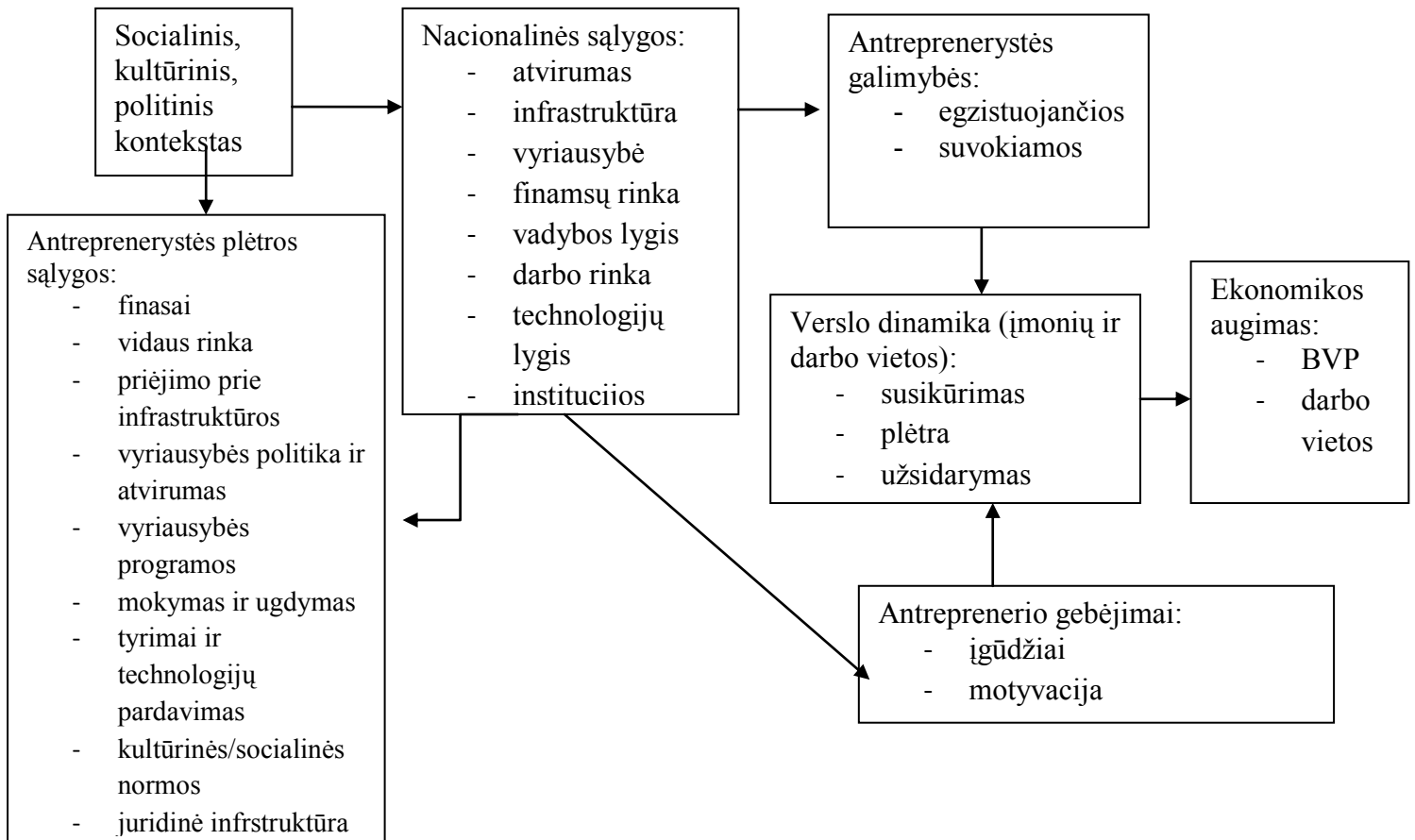
Antrepreneriškas verslas yra labiau orientuotas kūrybiškai atrasti sprendimus. Mokslinėje literatūroje sprendimų tipologizacija yra itin gausi, tačiau antrepreneriško verslo plėtros kontekste būtina išskirti du esminius sprendimų priėmimo tipus: individualius ir komandinius (grupės). Antrepreneriškose organizacijose labiau taikoma komandinio darbo strategija, siekiant bendradarbiavimo pagrindu kurti žinias ir jas generuoti naujų produktų ar paslaugų kūrimui. Glaudus bendradarbiavimas padeda atrasti naujus sprendimo būdus, kai kiekvienas komandos narys gali pateikti savo pasiūlymą ar idėją. Idėjų gausa ir bendras kompromisas padeda išsirinkti tinkamiausą sprendimo būdą. Tačiau norint verslo kompanijai dirbti našiau bendradarbiavimas tarp kolegų turi būti paremtas pagarba ir pasitikėjimu.

Svarbu paminėti, kad antrepreneriškas verslas kaip inovatyvi verslo forma, strategiškai orientuota kurti arba atrasti (Kirby, 2000, Julien, 2008, Iversen, Jorgense, Malschow, 2008):

- unikalios idėjas;
- unikalios prekes;
- unikalios išteklius;

Antrepreneriai, kaip išskirtinės asmenybės, pasižymi išvalgumu, kūrybiškumu, entuziazmu pažinti ir ieškoti naujų galimybių, kuriant unikalios idėjas. Unikalių idėjų generavimas padeda sukurti originalias prekes ar paslaugas. Tačiau išskirtinėms prekėms reikia atrasti specifinius išteklius, žaliavas, kurių pagrindu būtų galima realizuoti viziją (Jones, Wadhvani, Jucevičius, 1998). Vienas iš pavyzdžių galėtų būti Laris Peidžas ir Sergejus Brinas 1998 m. įkūrią „Google“ kompaniją. Sukurta informacijos paieškos valdymo sistema, orientuota į informacijos bazės, lauko fragmentiškumą, pagal raktažodžių kodavimą. „Google“ kompanijos sėkmės paslaptis - lengvas, greitas ir patogus informacijos paieškos

būdas, kuris suteikia galimybę vartotojams gauti informaciją asmeniniams poreikiams. Ši informacijos paieškos sistema sukurta skaitmeninės inžinerijos pagrindu. Tačiau geniali idėja sukurti skaitmeninę, virtualę paieškos sistemą, nebūtų realizuotina jei nebūtų sukurtas kompiuteris kaip priemonė valdyti operacines sistemas. Galima, sakyti kad antreprenieris kaip novatorius ne tik turi koncentruotis ties idėjų kūrimu, tačiau turi apmąstyti jos realizavimo galimybes, kurios dėl žinių, specifinių gebėjimų, išteklių stokos gali būti atmetos.



1 pav. **Antreprenerystės ir ekonominio augimo ryšio modelis (Snitka, Gerdvila, 2001, p. 126 – 133)**

Pasak Snitkos, Gerdvilos antreprenerystės plėtros sąlygos priklauso nuo daugelio faktorių, kurie tarpusavyje glaudžiai yra susiję. Pirma, socialinis, kultūrinis, politinis kontekstai formuoja nacionalines sąlygas (vyriausybės sprendimai, finansų rinka, vadybos lygis, darbo rinka ir kt.), kurios nulemia antreprenerio galimybes. Antra, antreprenerio aktyvumas priklauso nuo gebėjimo identifikuoti galimybes (Cuervo, Ribeiro, Roig 2007). Trečia, antrepreneris įsitraukdamas į komercinės veiklos vystymą inicijuoja pokyčius rinkoje, pasitelkdamas dėmesį į naujų nišų paieškas. Ketvirta, antrepreneris kurdamas verslą, ne tik suranda komercinės veiklos sritį, kurioje galėtų realizuoti savo gebėjimus ir potencialą, tačiau užtikrina tam tikro skaičiaus žmonių užimtumą, kurdamas darbo vietas. Antrepreneriškas verslas turi platesnias konkurencinio pranašumo ribas nei tradicinis verslas, kadangi žinių pagrindu kuria inovacijas, kurios yra šalies augimo, pažangos pagrindas (Carsrud, Brannback,

2007). Todėl mokslinėje literatūroje pabrėžiamas antrepreneriško verslo vaidmuo šalies ekonomikos plėtrai.

Lukoševičus, Martinkus (2001) išskiria pagrindinius verslo principus:

- pasirinkimo laisvė rinkoje;
- pardavėjų ir pirkėjų santykiai;
- pelno siekis;
- komercinės veiklos paslaptis;
- atsakomybė už komercinės veiklos rezultatus;
- rizika;
- pirkėjo ir pardavėjo įsipareigojimai.

Potencialus antreprenieris, siekiantis užsiimti komerciniais veikla, turi galimybę pasirinkti sritį, nišą, kurioje jis norėtų realizuoti savo idėjas. Plėtojant komercinę veiklą svarbus pirkėjo ir pardavėjo santykis, siekiant identifikuoti potencialių klientų lūkesčius. Viena iš paskatų kurti verslą, yra pelnas, kuris didina asmenines pajamas (Kučinskienė, Jatulevičienė, 2002, p. 70 – 71, Langvinienė, 2013). Virvilaitė (2012) pabrėžia, kad rinkos lyderis siekdamas išlikti aukščiausioje pozicijoje turi apsaugoti arba padidinti rinkos dalį arba pritraukti potencialius vartotojus, reklamuojant naujas prekes.

Steigiant įmonę didžiausia atsakomybė ir įsipareigojimai tenka verslo savininkui. Rizika yra nuolatinė antrepreneriško verslo „palydovė“, kuri sietina su situacijų neapibrėžtumu. Pirkėjo ir pardavėjo įsipareigojimai neatsiejami nuo komercinės veiklos (Lukoševičus, Martinkus, 2001). Vartotojas siekiantis įsigyti prekę ar paslaugą įsipareigoja sumokėti fiksuota kaina, tuo tarpu pardavėjas įsipareigoja prekę pristatyti, pateikti laiku. Jeigu šis įsipareigojimas nevykdomas sandūris tarp pirkėjo ir pardavėjo neįvyksta. Miniard modelyje sprendimų priėmimas remiasi šešiais etapais: poreikio atsiradimas, informacijos paieška, informacijos apdorojimas, alternatyvų vertinimas, pirkimo, elgesnį įsigijus prekę ar paslaugą. (sprendimas išžlėstinis rizika, arba menkas išitraukimas, paviršutinišku informacijos skanavimu (Bagdonienė, Hopenienė, 2006, p. 26-27). Galima sakyti, pateikti potencialiems klientams išskirtinį produktą, svarbu išanalizuoti ne tik rinkos situaciją, tačiau ir vartotojų elgseną, produktus ar paslaugas, kuriant tikslingai.

Antreprenieriai rinkoje susiduria su nuolatinia konkurencija, kuri skatina ieškoti naujų būdų sukurti unikaliomis savybėmis pasižyminčius produktus ar paslaugas, kurios sužadintų potencialių vartotojų smalsumą ir poreikį įsigyti (Uus, Vaitkienė, Petraitė 2012, p. 25). Maskvytienė teigia, kad konkurencija ir jos intensyvumas rinkoje priklauso nuo daugelio veiksnių (2002): gamybos išlaidų, rinkos barjerų, valstybės politikos ir kt. Būtina paminėti, kad aukštas konkurentų skaičius rinkoje skatina produktų ar paslaugų įvairovę, aukštą kokybės lygį, mažesnes kainas ir inovacijų plėtrą ir šie veiksniai yra naudingi vartotojams (Maskvytienė, Urbonas, 2001). Snieška, Ambrasienė, Bernatonytė, et. al. (2010, p. 23 -24) teigia, kad tobulos konkurencijos sąlygomis nėra papildomų barjerų vykdyti

komercinę veiklą, kuri stipriai ribotų verslo subjektų veiksmus. Tobulos konkurencijos sąlygomis nėra monopolinių struktūrų, kurios užimtų lyderės poziciją. Idealios konkurencijos sąlygomis klientų ir pardavėjų santykiai paremti abipuse nauda.

Antrepreneriško verslo potencialo raiška priklauso nuo valstybės verslo reguliavimo sistemos. Verslo reguliavimo mechanizmas (tiesioginis ir netiesioginis) ne tik užtikrina šalies ekonomikos pusiausvyrą, tačiau ir sudaro palankias aplinką verslo subjektams vystyti komercinę veiklą aiškiai apibrėžtomis sąlygomis ir užtikrinti lygias konkurencines sąlygas (Simanavičienė 2011, 50 p.). Mokslinėje literatūroje tiesioginis verslo reguliavimas veikia per įstatyminę bazę, teisės aktų pagrindu (pvz. licencijavimas, prekės ženklo ženklavimas). Netiesioginis verslo reguliavimas pasireiškia per muitų, mokesčių politikas ir kt. Svarbu paminėti, kad išvystyta įstatyminė bazė veikia kaip apsaugos indikatorius, kuris kontroliuodamas verslo subjektų aktyvumą rinkoje, nustato taisykles, kurių ignoravimas traktuojamas kaip pažeidimas. Pasak Štreimikienės, Ramanauskienės verslo reguliavimo mechanizmo neprireiktų tik tokiu atveju jei tarp verslo jei veiktų tobulo rinkos sistema (2006, 61 p.).

Ne tik išoriniai veiksniai yra svarbūs vystant antrepreneršką verslą, svarbu išanalizuoti antreprenerio kaip verslo subjekto psichologinius aspektus. Antreprenerio ir antreprenerystės sąvokų/terminų yra daug, tačiau kiekviena teorinė paradigma apibrėžia ir išskiria tam tikrus specifinius elementus: antreprenerio charakterio/būdo savybes ir veiksmų kombinacijas. Bessant ir Tidd (2011) pabrėžia, kad antreprenerystę sudaro sudėtinės dalys:

- vizija;
- aistra;
- energija;
- entuziazmas;
- išvalgos;
- sprendimai;
- daug energijos reikalaujantis darbas.

Bessant ir Tidd (2011) pažymi, kad vizija apima pradinę verslo idėją, išvalgos padeda tinkamai išanalizuoti esamą rinką ir priimti racionalius sprendimus. Tuo tarpu energija kaip proaktyvumo sankaupa skatina idėjos įgyvendinimo proceso spartumą. Entuziazmas Bessant ir Tidd manymu padeda išlaikyti motyvacijos koncentraciją, kuri yra reikalinga svarbiems strateginiams tikslams atlikti. Įdomu tai, kad aistra kaip stiprus tikėjimas idėja, atsidavimas savo darbui Bessant ir Tidd nuomone padeda dėmesį sutelkti į numatytą planą atlikimą.

Tuo tarpu Herbert ir Link (1988) pateikia antrepreneriui būdingas savybes:

- atsakomybė už riziką;
- turintis finansinį kapitalą;
- atsakingas už sprendimų priėmimus;

- inovatorius;
- lyderis;
- vadovas;
- darbdavys;
- organizatorius.

Šios pateiktos antreprenieriui būdingos savybės rodo, kad Herbert ir Link (1988) identifikuoja antreprenerių kaip tam tikros srities specialistą, turintį aukštą poziciją verslo valdyje. Frese ir Fay (2001) pažymi, kad svarbios antreprenieriui savybės taip pat yra supratingumas, nuolatinis ieškojimas bei kontrolė. Šios savybės reikalingos savidisciplinai, aktyviai ieškant sprendimų iškilusioms problemoms spręsti. Baran ir Veličkaitė (2008) pabrėžia, kad norint pasinaudoti galimybėmis realizuoti savo potencialą, svarbios tampa tokios savybės kaip: aistra verslui, pasitikėjimas savo jėgomis, gebėjimas apsispręsti (svarbių sprendimų priėmimo), vaizduotė (leidžia kūrybiškai pažvelgti į organizuojamą veiklą). Buccurean (2008) pažymi, kad antreprenieris turi pasižymėti: sąžiningumu, dorumu (turėti tvirtas moralines nuostatas), būti sumanus (tikslingai naudoti asmeninius resursus) ir turėti gerą intenciją (vidinę nuovoką), kurios padėtų tikslingai siekti užsibrėžtų tikslų.

2 lentelė

Antreprenierių rūšys pagal Lessem (Stripeikis 2007:145)

Antreprenierio tipas	Vyraujantis asmenybės tipas	Būdingos savybės požymiai
Inovatorius	Vaizduotė	Originalumas Įkvėpėjas
Naujas kūrėjas	Intuicija	Evoliucingumas Vystymasis Apjungiantis
Lyderis	Autoritetas	Vadovavimas Atsakomybė Stuktūrizmas Kontrolė
Naujas antreprenieris	Valia	Pasiekimas Galimybė Polinkis rizikuoti Galia
Įkvėpėjas	Socialumas	Neformalumas Pasidalintos vertybės Bendruomeniškumas
Nuotykių ieškotojas	Veržlumas	Veiklumas Darbštumas Aktyvumas
Pokyčių agentas	Lankstumas	Gebantis prisitaikyti Supratingumas Smalsumas/noras pažinti

Lessem tipologizuoja antrepenerius pagal charakterio savybes išskirdamas dominuojančius charakterio tipus. Iš viso jis išskiria 7 antrepenerio tipus, kurių būdo bruožai nulemia vyriaujančią asmenybės tipą. Vienas iš pavyzdžių galėtų būti inovatoriaus tipas, kurio vyraujantis asmenybės bruožas susijęs su kūribiškumo potencialu, remiasi vaizduotės raiška. Išvystyta vaizduotė šiam antrepenerio tipui yra įkvėpimo, transformacijos šaltinis, kuris skatina kurti originalias idėjas. Shane (2010, 11p.) teigimu, antrepeneriško verslo įgyvendinimo procesui turi įtakos galimybių identifikavimas, aplinka ir psichologiniai faktoriai, kurie lemia antrepeneriško potencialo raišką. Šilingienė (2012) pateikia asmenybės trijų lygių struktūrinias sritis: asmenybės sugebėjimus, vertybes ir lyderių elgesens tipus (demokratinį, autokratinį, liberalųjį). Anot Šilingienės (2012) demokratinis lyderių tipas labiau sietinas su komandiniu darbu, priimant sprendimus grupėse, tuo tarpu autokratinis labiau orientuotas griežtai kontroliuoti ne tik situacijas, tačiau ir personalo veiklą, liberalusis tipas pasižymi vadovo pasyvumą atliekant priimant svarbius sprendimus ir atrandant naujas strategijas kryptis. Jucevičienė, Blažėnaitė (2008, p. 43) teigia, kad norint užtikrinti personalo veiklos produktyvumą svarbūs yra vadovo gebėjimai suburti žmones, juos skatininti dirbti ir bendradarbiauti. Potencialus antrepeneris privalo gerai išmanyti vadybinius verslo aspektus, taip pat sugebėti ne tik valdyti finansinius išteklius, tačiau ir žmogiškuosius susijusius su darbuotojų veikla, jų darbo įgūdžių tobulinimu.

Antrepeneriškas verslas nėra tapatus tradiciniam verslo modeliui, o antrepenerio veikla nėra tapati verslininko veiklai. Antrepeneriška veikla apima platesnias veikimo galimybes, ne tik galimybių identifikavimą, tačiau ir novatoriškų idėjų sklaidą komercinėje veikloje, atrandant naują nišą (Kriščiūnas, Greblkaitė, 2007). Antrepeneriškas verslas yra labiau adaptyvūs rinkos dinamikai, inicijuodamas pokyčius inovacijų pagrindu. Potencialus antrepeneris (asmuo siekiantis užsiimti antrepeneriška veikla), turi gerai išmanyti ne tik verslo procesus, apimant verslo vadybą, žmogiškuosius išteklius, marketingą, komunikacijos subtilybes ir kt. Galima sakyti, kad antrepeneriška veikla yra sudėtinis procesas apima tarpusavyje glaudžiai susijusius veiksnius psichologinius (vidinius), verslo aplinkos (išorinius).

1.3. Antrepeneriško verslo vaidmuo žinių ekonomikos kontekste

A. Jakubavičius (2007, p. 9) teigia : „ Iki XIX amžiaus žmonės mėgino prisitaikyti prie aplinkos, XX amžiuje žmonės mėgino pritaikyti aplinką savo poreikiams, - XXI amžiuje žmonės gyvens tokioje aplinkoje, kokia sukurs inovatoriai“. Visuomenės transformacijos apima keturis raidos etapus (Vijeikis, 2003, Rinkevičius, 2008, Melnikas, 2014):

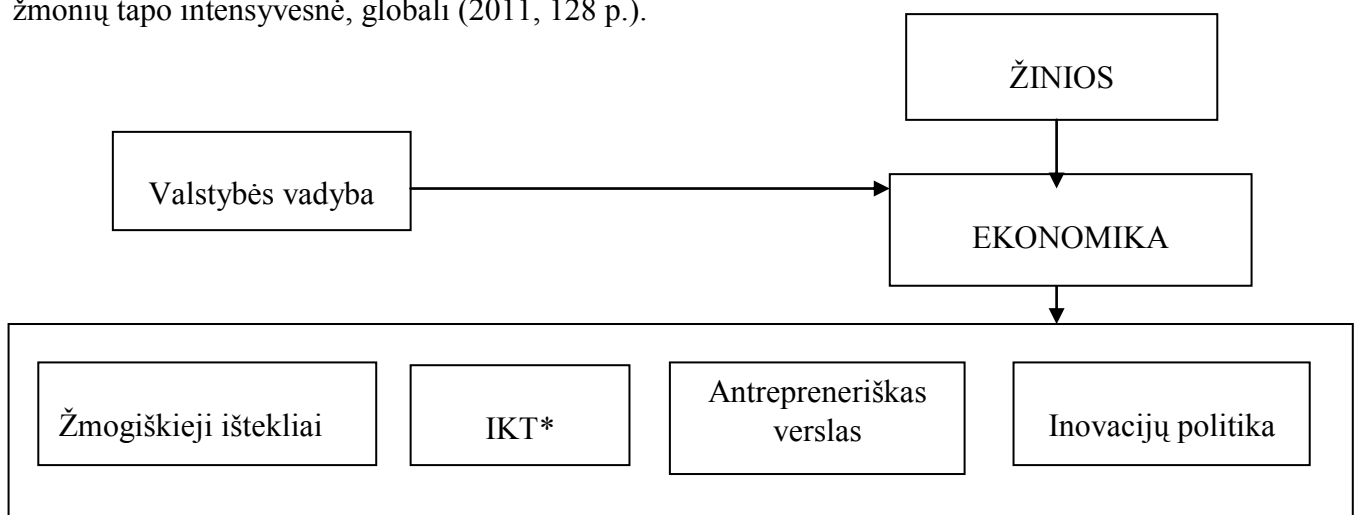
- agralinė visuomenė (ekonominė veikla buvo žemės ūkis, paremtas rankų darbu);
- industrinė visuomenė (ekonominė veikla rėmėsi gamyba, steigiant didelius fabrikus, pereinant nuo manufaktūros prie technikos ir modernizacijos procesų diegimo);

- informacinė visuomenė (ekonominė veikla sietina su globalios/visuotinos kompiuterizacijos procesu, pagrįstas tinkliškumu, ekonominės veiklos pagrindas yra informacijos valdymas ir skaitmenizavimas);

- žinių visuomenė (ekonominė veikla grįsta žiniomis, inovacijomis).

Žinių visuomenės vystymąsi inspiravo svarbūs moksliniai atradimai bei laimėjimai informacinių technologijų srityje. Žinių kūrimas, taikymas, sklaida ir įgyjimas sąlygojo IKT infrastruktūros kūrimą, novatoriško verslo plėtotę ir tęstinę mokymosi sampratą (Kriščiūnas, Daugėlienė 2006). Modernizacijos procesas lėmė pokyčius kultūros, ekonomikos, žiniasklaidos, švietimo, technologijų srityse. Ši kaita apėmė visuomenės, kaip vientisos struktūros ir jos socialinių darinių, tinklų veiklą, sąveikas bei ryšius. Pakitę ryšiai tarp socialinių grupių neišvengiamai keitė ne tik žmonių tarpusavio santykius, bet ir individo santykį su informacija, jos pasiekiamumu, šaltiniais (televizija, radijas, internetas, kompiuteriai ir t.t.). Informacinių technologijų diegimas į socialinius tinklus tapo ne tik modernizacijos proceso pasėkme, tačiau ir efektyvia priemonia užtikrinti visuomenės pažangos prielaidas.

Nuo XXI a. žiniomis grįsta ekonomika tampa pagrindu pažangių technologijų, inovacijų ir žinių vystymo terpia (Juozaitienė, Čižauskaitė 2010.). Besivystanti rinkos ekonomika ir technologijų pažanga, informacijos atvira prieiga ir masinis jos vartojimas, specializuota ir kompetetinga darbo jėga inspiravo žinių visuomenės formavimąsi, kurioje novatoriškumas tapo prioritetu, siekiant įgyvendinti idėjas. Žiniomis grįstą ekonomiką sudaro gera valstybės vadyba, kuri formuoja efektyvią (konkurencingą) rinką ir stabilę finansinę sistemą (Karazijienė, Sabonienė 2010). Rinkevičius teigimu, žinių ekonomikos formavimąsi lėmė trys pagrindiniai veiksniai: žinios tapo prekėmis, pažangių technologijų skvarba į visuomenės sektorius sumažino išlaidas žinių kaupimo, komunikacija tarp žmonių tapo intensyvesnė, globali (2011, 128 p.).



2 pav. **Žinių raiškos charakteristikos** (Kriščiūnas, Daugialienė, 2006, p.82)

(IKT – informacinės ir komunikacinės technologijos)

Kriščiūnas, Daugialienė (2006, p. 82) teigia, žinios ir valstybės vadyba prisideda prie ekonomikos funkcionalumo, kuri apima ir antrepreneriško verslo potencialo galimybių plėtotę. Pasak Dapkaus, Railienės (2012, p. 14) ekonomikos veiklos pagrindą sudaro penki komponentai: žmogiškųjų išteklių plėtra, technologijų ir socialinių inovacijų kūrimas, transporto ryšių infrastruktūros tobulinimas, modernių vadybos metodų ir kapitalo rinkos plėtotė. Šie minėti veiksniai yra žiniomis grįstos ekonomikos pamatas. Žmogiškieji ištekliai prisideda prie žinių kūrimo, kurie tiksliai yra panaudojami inovacijų sistemos vystymuisi (Jucevičienė, Blažėnaitė, 2008, Janiūnienė, Pteraitė, Jucevičius, 201,). Inovacijų politika sąlygoja antrepreneriško verslo raišką žiniomis grįstoje ekonomikoje. Žinių ir antreprenerystės samplaika skatina teigiamus pokyčius įvairiose srityse, tiksliai panaudojant žmogiškuosius išteklius. Žiniomis grįsta ekonomika prisideda prie socioekonominės politikos vystymo, skatina:

- inovacijas;
- pragyvenimo lygio augimą;
- tam tikrų sektorių restruktūrizacija;
- tarptautinėje plotmėje didina užsienio prekybos mastus.

Skirtinguose amžiaus tarpsniuose, visuomenės raidos modeliuose antreprenerystė turėjo difrencijuotą raišką ir realizavimo galimybes, tačiau visais laikais buvo sietina su naujų procesų, sistemų vystimu ir atradimais, skatinančiais inovacijas, naujoves. Neabejojama, kad žinių sklaida prisidėjo prie visuomenės raidos: žemės ūkio, pramonės ir informacijos revoliucijų ir skatino struktūrinius pokyčius, naujų reiškinių atsiradimą. Žinios darbo visuomenėje įgalino pragmatiškai veikti, o antreprenerystė kurti tai, ko niekas dar nėra sukūrę.

Cook ir Cook išskiria pagrindinius aštuonis žinių valdymo teikiamos naudos sritis (Jucevičienė, Šajeva, 2008, p. 7-80) :

- inovacijų kūrimo skatinimas;
- veiklo koordinavimo ir efektyvumo derinimas;
- naujų idėjų generavimo skatinimas;
- laiko tausojimas atliekant kasdienines veiklas;
- greita reakcija į rinkos pokyčius;
- veiklos sąnaudų mažinimas;
- vartotojų ir darbuotojų pasitenkinimo lygio didinimas;
- lengvesnis prėjimas prie reikiamų žmonių ir greitesnis žinių gavimas ir informacijos gavimas.

Antrepreneriško verslo vystymui svarbus tampa žinių valdymas, kuris užtikrina tam tikrų su žiniomis susijusių veiklų produktyvumą. Jucevičienė, Šajeva teigia, kad žinių panaudojimas komercinėje veikloje skatina inovacijas, veiklo produktyvumą, kaštų taupymą, lengvesnį pritaikymą

prie ekonomikos pokyčių, kuriant novatoriškas idėjas, išanalizavus rinkos poreikius (2008, p. 7-80). Jucevičius, Oržekauskas, Jucevičius (2008, p. 4) pabrėžia, kad vystant komercinę veiklą svarbu žinoti informaciją apie turimus resursus, išteklius ir esmą verslo situaciją, ši informacija padeda greitai reaguoti į rinkos pokyčius ir priimti racionalius, įmonei strategiškai naudingus sprendimus.

Žinios ir jų valdymas antrepreneriškoje veikloje, padeda konkurencinį pranašumą, kuris sudaro prielaidas lyderystei rinkoje. Kita vertus, žinių valdymas apima visas antrepreneriškos verslo organizacijos valdymo sritis ir veiklos procesus.

Miles išskiria dvi žinioms imlių paslaugų tipus (Bagdonienė, 2013, p. 39 – 41):

- profesionalias paslaugas specializuotos, kurios yra skirtos valdyti kompleksinius sistemas;

- technologinės paslaugos grįstos žiniomis, kuria produktus.

Bagdonienė (2013, p. 39 – 41) pažymi, kad profesionalių ir technologinių paslaugų teikimas remiasi inovacijomis ir žiniomis, kurios padeda atrasti naujų sprendimų būdus ir galimybes išanalizuoti esmą situaciją ir pateikti problemos sprendimos būdus, kurie padėtų gauti norimą rezultatą. Žiniomis grįstos paslaugos apima aukštą specializuotą kompetencijos lygį, kuriuo pasižymi paslaugas teikiantys asmenys. Wallman išskiria intelektinio kapitalo sąvoka, kurios vertė kuriama ilgalaikėje perspektyvoje (Jucevičius, Kriaučionienė, 2008, p. 89).

Apibendrinant, svarbu pažymėti, kad skirtingose mokslo srityse antreprenerystė interpretuojama diferencijuotai. Ekonomikos mokslų srityje siekiama išsiaiškinti antrepreneriško verslo vaidmenį ekonomikai, tuo tarpu sociologijos ir antropologijos srityse, antreprenerystė analizuojama per sociokultūrinius aspektus. Iš psichologinės perspektyvos antreprenerystė ir antrepreneriškumas sietinas su žmogaus charakterio savybėmis. Antrepreneriškas verslas yra imlus žinioms ir inovacijoms, kurių valdymas atneša naudą įmonės vidaus procesuose, veiklos našumą (Goosen, Paul, 2013). Mokslinėje literatūroje antrepreneriškas verslas apibūdinamas kaip lankstus, prisitaikintas prie rinkos pokyčių, priimdamas rizikingus strateginius sprendimus. Antrepreneriškas verslas kuria darbo vietas, taip prisidedamas prie užimtumo skatinimo, inicijuoja pokyčius rinkoje, kurie yra svarbūs siekiant atrasti naujas nišas, skatina inovacijas ir verslo subjektų konkurenciją kuri veikia ne tik verslo aplinką, tačiau ir vartotojų elgseną.

2. ES ANTREPRENERIŠKO VERSLO INICIATYVŲ IR PRIEMONIŲ IDENTIFIKAVIMAS

Aukštas jaunimo nedarbo lygis ES rodo komplikuoatą darbo rinkos situaciją, kuri skatina ieškoti naujų strateginių būdų pagerinti užimtumo padėtį Europoje. Antreprenerystės skatinimas yra vienas iš būdų efektyviai spręsti nedarbo problemą, įtraukiant socialiai pažeidžiamas grupes. Antreprenerystės politika siekiama padėti jaunimui išreikšti savo potencialą verslo srityje, siekiant panaikinti barjerus, susijusius su: verslo procedūru finansavimu, verslui taikiamų paslaugų prieiga, antrepreneriškos kompetencijos ugdymo galimybėmis, informacijos sklaida.

Šiame skyruje analizuojamos ES politinės iniciatyvos, priemonės skatinančios kurti antreprenerišką verslą. Analizuojami antreprenerystės ugdymo ypatumai, metodai. Nagrinėjama kompetencijos reikšmė antrepreneriško verslo potencialo raiškai.

2.1. ES antreprenerystės rėmimo politika

ES strateginės verslo politikos aspektai, priemonės ir iniciatyvos minimos: Lisabonos strategijoje, Žaliojoje knygoje, Smulkiojo verslo akte, profesinio rengimo ir verslumo projekte, Europa 2020 ir jaunimo ES jaunimo strategijoje (Barynienė, Paužaitė, Cibulskaitė, 2014, p. 497-512). „Antreprenerystės 2020 veiksmų planas“ („Entrepreneurship 2020 Action Plan“) yra skirtas sudaryti palankias sąlygas antreprenerystei plėtrai ES, siekiant užtikrinti palankią verslo aplinką. Šio plano pagrindinis tikslas – ES šalyse padidinti antrepreneriško verslo potencialo lygį. Šiam tikslui įgyvendinti išskelti trys uždaviniai:

- sukurti antrepreneriško ugdymo sistemą;
- sukurti palankią verslo aplinką;
- įtraukti į grupes, kurių verslumo potencialas yra žemas.

Siekis sukurti išplėtotą, nuoseklią ir tęstinę antrepreneriškumo ugdymo sistemą, skatina antrepreneriškų igūdžių ugdymą įtraukti į visas formalaus ir neformalaus ugdymo programas. Taip pat „Antreprenerystės 2020 veiksmų akto“ plane pažymima, kad visose mokymo dalykų programų turinyje būtų įtraukti praktiniai antrepreneriškumo ugdymo metodai. ES bendrosios rinkos sukūrimas užtikrino platesnes verslo galimybes (Žitkus, 2011, Daugialienė, 2011). Siekis sukurti verslo steigimui ir vystymui palankią aplinką numatyta vykdyti su verslumu susijusias reformas („Antreprenerystės 2020 veiksmų planas“):

- paprastinti teisinį reguliavimą;
- mažinti įvairias administracines, biurokratinės kliūtis;
- gerinti finansinių išteklių prieinamumą;
- užtikrinti verslo priežiūros efektyvumą.

Visos šios kompleksinės priemonės turėtų sudaryti sąlygas steigti ir plėtoti verslą Europoje tobulinant reguliavimo infrastruktūrą. Pagrindiniai „Antrenerystė 2020 veiksų akto“ išvestiniuose dokumentuose pateikiami siūlymai, pagerinti verslo sąlygas, norintiems steigti įmones:

- supaprasti verslo įmonių registravimo procedūrą;
- sutrumpintas terminas, per kurį išduodami specialūs reikalavimai;
- suteikti galimybes elektroniniu būdu užpildyti su verslu susijusius dokumentus;

Taip pat dėmesys skiriamas informacijos sklaidai apie galimybes užsiimti verslu. ES išvestiniuose dokumentuose pabrėžiama, kad informacijos atvira prieiga (įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis) apie verslo sąlygas ir teikiamas paslaugas startuojantiems, padidintų skaičių norinčių kurti antrenerišką verslą. „Antrenerystė 2020“ veiksų akte minima, kad siekiant padidinti potencialių antrenerių skaičių svarbu užtikrinti:

- viešųjų paslaugų prieinamumą verslo subjektams;
- skatinti užsiimti socialiniu verslu, kuris yra reikšmingas sprendžiant įvairias socioekonominės problemas, susijusias su socialinių grupių įtrauktimi;
- gerinti verslininko įvaizdį visuomenėje.

Teikiamos kompleksinės, informacinės, konsultacinės viešųjų paslaugų verslui prieinamumas, sumažins biurokratinės kliūtis laiko atžvilgiu. Kita vertus, socialinis verslas kuria ilgalaikes darbo vietas, skatina inovacijų plėtrą verslo sektoriuose, to pasekoje prisidedama prie socioekonominės visuomenės gerovės kūrimo ir ekonominių rodiklių gerinimo. Visuomenėje sėkmingų verslo pavyzdžių, verslo teikiamos naudos šaliai viešinimas, turėtų paskatinti teigiamai vertinti antrenerystės raišką versle.

ES 2014m. pristatė siūlymus kaip pagerinti sąlygas verslo subjektams neseniai įkūrusiems verslą, kurie patiria finansinius sunkumus. Pateikiamos pagrindinės priemonės (Europos komisijos pranešimas spaudai: „Ekonomika Europoje vėl augs išlaisvinus verslumo potencialą“):

- trijų metų laikotarpyje bankrutavus įmonėms panaikinti skolas;
- padėti verslo subjektams vykdančioms komercinę veiklą restruktūrizuotis, neprasidėjus teisiniams procesams.

Didelis dėmesys ES politiniame diskurse yra skiriamas verslo aplinkos sąlygų gerinimui, kuris padėtų atskleisti antreneriško verslo potencialo galimybes jaunimui užsiimti savarankiška veikla. Gineitienė, Korskaitė, Kučinskienė, Tamulevičius (2003), Welter, Smallbone (2011), išskiria pagrindinius verslo rėmimo priemones:

- siekiama remti verslo subjektus visose gyvavimo stadijose;
- teikomos įvairios paskolos,
- steigiami verslo centrai, teikiant konsultacines ar mokymo paslaugas.

SVV politika ir antreprenerystės politika: palyginimas (Jatulevičienė „Antreprenerystės plėtos perspektyvų vertinimas“)

Charakteristikos	Tradicinė SVV politika	Antreprenerystės politika
Rezultatas	Įmonės augimas, produktyvumo augimas	Antrepreneriškos veiklos augimas (t.y. naujų verslų savininkų ir įmonių skaičiaus augimas)
Pagrindinis tikslas	Sukurti „palankų verslo klimata“ (mokesčiai, biurokratijos mažinimas, etc.)	Sukurti „palankų antrepreneriškumui“ klimata ir kultūra“ (t.y. mažiau kliūčių pradėti verslą, antreprenerystės skatinimas visuomenėje).
Specifinis tikslas	Padėti esamoms įmonėms padidinti ar pagerinti konkurencingumą.	Skatinti daugiau žmonių pradėti savo verslą, suteikti galimybių sužinoti daugiau apie antreprenerišką procesą ir ugdyti reikiamas žinias.
Fokusas	Daugiau į įmones, o ne individus.	Daugiau į individus, negu į įmones.
Verslo ciklo etapas	Svarbiausia palaikymas po verslo įkūrimo.	Palaikymas suteikiamas pradiniam verslo steigimo etape ir kritiniais pirmaisiais startuolio metais.
Klientų grupės ir taikiniai	Egzistuojančios įmonės. (Dažnai) orientuojamasi į aukšto augimo sektorius ar aukšto augimo įmones.	Siekiantys būti ir nauji antrepreneriai. Orientuojamasi į visą rinką ir (dažnai) jos segmentus (pvz., moterys, jaunimas). Paprastai nėra orientavimosi į sektorius.
Svarbiausios politikos priemonės	Finansinių paskatų naudojimas remiant specifines SVV veiklas (investicijos moksliniams tyrimams, parama eksportui).	Didesnis nefinansinių priemonių naudojimas (išskyrus startuolius).
Politikos prioritetai	Pagerinti prieinamumą finansavimui. Pagerinti SVV priėjimą prie informacijos (verslo, ekonominės, rinkos, vyriausybės reguliavimo ir apie esamas programas). Pagerinti SVV prieinamumą į vietinę ir tarptautines rinkas (pvz. tarifų mažinimas,	Pagerinti priėjimą prie mikro paskolų, pradinio kapitalo ir kitokio startuolių finansavimo. Suteikti galimybę gauti informaciją apie verslo pradžią, antreprenerišką know-how ir konsultacijas. Pagerinti galimybes įgyti žinių apie

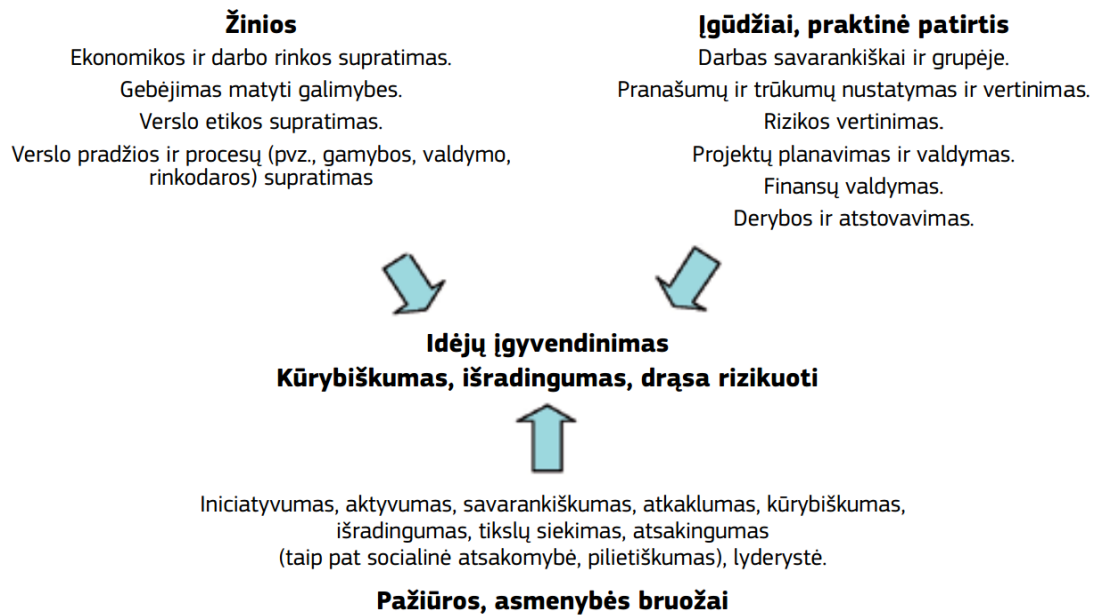
	eksporto subsidijos). Pagerinti SVV konkurencingumą (pvz., per vadybines žinias, strateginį konsultavimą, skatinant mokslinių tyrimų ir naujų technologijų taikymą).	antreprenerišką procesą ir reikiamus įgūdžius pradėti verslą (švietimas, kvalifikacijos kėlimas, teikiamų paslaugų kokybės gerinimas).
Laiko periodas rezultatams pasiekti	Artimiausias (siekiami rezultatų 3-5 metų laikotarpyje).	Ilgesnio laikotarpio (proceso perspektyva reikalauja daugiau laiko).

Welter, Smallbone (2011), Lundstrom, Stevenson. (2005) manymu, antreprenerystės politika lyginant su smaulkaus ir vidutinio verslo politika yra labiau orientuota įtraukti socialinius grupes į antrepreneriško verslo plėtotę ilgalaikėje perspektyvoje, kurių potencialas dar nėra išnaudotas. Antreprenerystės politika labiau orientuota padėti asmenims, kurie siekia kurti antreprenerišką verslą, suteikiant finansinę paramą, paskolas, teikiant konsultacines paslaugas, integruojant į mokymosi programas (antrepreneriško verslo modulius) organizuojant mokymus, kursus, kurie padeda pagilinti žinias verslo srityje, ugdant antrepreneriškus gebėjimus.

ES antreprenerystės politikos prioritetai: gerinti verslo sąlygas, sumažinant administracinius barjerus, vystyti antreprenerystės švietimo sistemą, teikti finansinę paramą. Šios esminės antreprenerystės politikos paramos kryptys skatina jaunas žmones užsiimti savisamda, kuri padeda atrasti naujas karjeros galimybes versle.

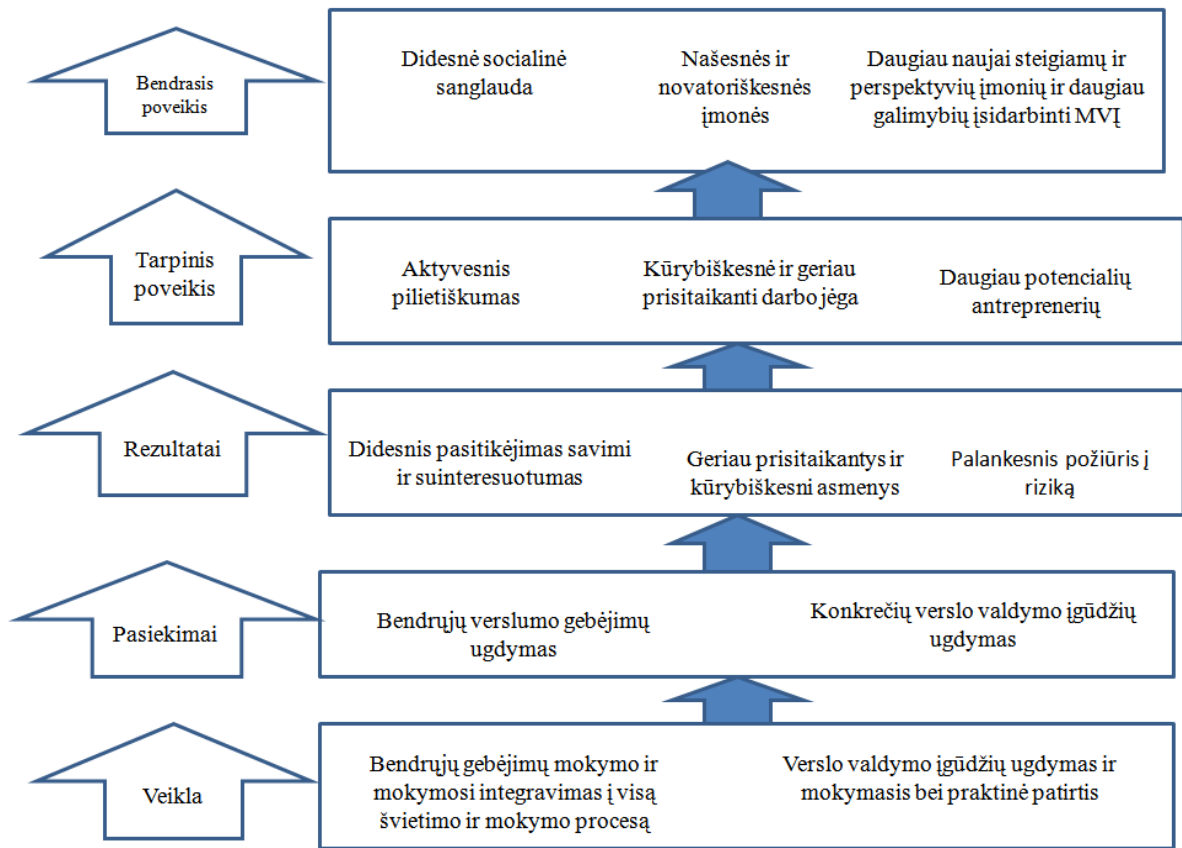
2.2. ES antreprenerystės ugdymo priemonės ir galimybės

Antreprenerystės ugdymas padėtų įgyti jauniems asmenims tinkamos daugiadalykinės kompetencijos verslo srityje. Antrepreneriška kompetencija apima ne tik žinias, tačiau ir tam tikrus specifinius įgūdžius, praktinę patirtį, kuri skatina jaunas asmenis ieškoti naujų veiklos galimybių versle, tiksliai panaudojant žmogiškąjį kapitalą.



3 pav. **Bendrieji gebėjimai (rezultatai), kurių siekiama antreprenerystės ugdymu** (Europos komisija “Antrepreneriškumo mąstymo ir įgūdžių ugdymas ES“)

Specializuotos ugdymo programos turėtų padėti formuoti reikiamus įgūdžius verslui. Mokymų metu būtų suteikiamos bendrinės žinios apie ekonomikos ir darbo rinkos funkcionavimą, šių veiksmų tarpusavio ryšį, esamas tendencijas. Taip pat siekiama, suteikti žinių apie verslo pradžios ir jo procesų nuoseklų vykdymą atsižvelgiant, nepažeidžiant verslo etikos. Numatoma organizuoti praktines užduotis grupėse, kuriose būtų analizuojamos rizikos, projektų, finansų, derybos valdymo situacijos. Taip pat formuoti teigiamą požiūrį į verslumą, padėti išreikšti ir ugdyti antrepreneriui būdingas charakterio savybes: iniciatyvumą, atkaklumą, kūrybiškumą ir t.t.



4 pav. **Antreprenerystės ugdymo veiksmų seka (Europos komisija “Antrepreneriško mąstymo ir įgūdžių ugdymas ES“ 2013m.)**

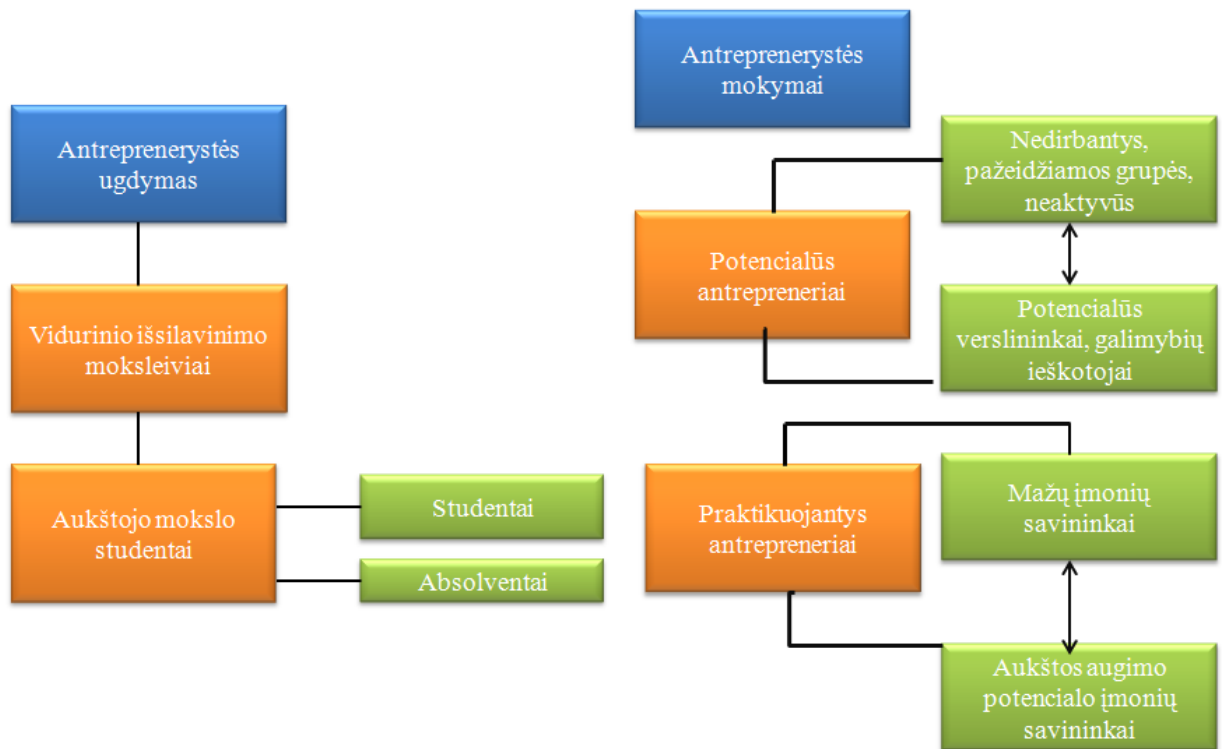
Numatyta, kad šis veiksmų planas bus kontroliuojamas ir stebimas pagal Europos komisijos taikytinus konkurencingumo ir pramonės politikos bei smulkiojo verslo akto valdymo mechanizmus. Europos Komisija yra pasirengusi padėti valstybėms narėms įgyvendinti „Antreprenerystė 2020“ veiksmų planą, teikiant išsamę ir patikimą informaciją, pabrėžiant gerosios patirties/praktikos keitimosi svarbą tarp valstybių narių.

Analizuojant antrepreneriško verslo vaidmenį jaunimo nedarbo problemoms spręsti, svarbu išskirti antrepreneriškumo kompetencijos terminą. Moksliniame diskurse verslumas apibrėžiamas kaip tam tikrų specifinių gebėjimų visuma, kuri efektyviai yra taikoma praktinėje veikloje, siekiant naudoti ar teigiamo rezultato (Juozaitienė, 2003; Gineitienė ir kt. 2003; Gorman, Hanlon, King, 1997). Šiuo atveju Lydeka (1996) išskiria įgytų ir įgimtų charakterio savybių reikšmę verslumo raiškai. Anot Lydekos, įgytos charakterio savybės sietinos su dalykinėmis žiniomis įgytomis mokymosi metu. Tuo tarpu įgimtos savybės apima charakterio bruožus t.y. polinkį rizikuoti, lyderiauti ir kt. Verslumą Gorman, Hanlon, King (1997) sieja su įvairių gebėjimų visuma. Gebėjimų „rinkinys“ skatina užsiimti verslu:

- vadybiniai įgūdžiai ir gebėjimai;
- kūrybiškumas;
- rizikos;

- iniciatyvumas;
- intuicija.

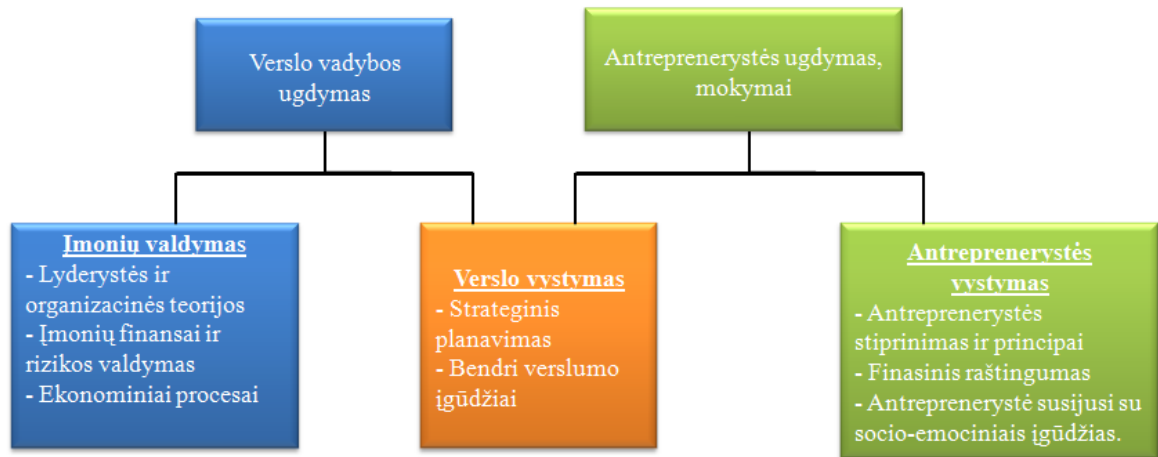
Vadybiniai įgūdžiai padeda planuoti, organizuoti tam tikras veiklas susijusęs sukomercine veikla, kita vertus kūrybiškumas skatina kurti originales verslo idėjas. Intuicija padeda priimti tinkamus sprendimus verslo plėtotei, tuo tarpu rizika, jos tolerancija skatina būti atviram naujovėms, iššūkiams, pasinaudoti galimybėmis. Aktyvumas, iniciatyvumas, motyvacija skatina nuolatos būti pasiruošusiam aktyviai veikti. Schumpeter verslumą siejo su galia kurti naują produktą ar paslaugą, surandant tusčią rinkos sritį, racionaliai paskirstant išteklius, plėtojant specializuotą veiklos organizavimo būdą (Lietuvos verslumo stebėsenos tyrimas 2012). Tuo tarpu Bygrave teigia, kad verslus žmogus pasižymi kūrybiškumu, lankstumu, iniciatyvumas skatina atrasti naujas galimybes neapibrėžtose situacijose (Lietuvos verslumo stebėsenos tyrimas 2012).



5 pav. **Antreprenerystės ugdymo ir mokymų programų klasifikavimas**

(Valero, Parton, Robb, 2014, p. 3)

Antreprenerystės ugdymas yra skirtas vidurinio ir aukštojo mokslo studentams, siekiant įgyti žinių apie verslo porcesus. Tuo tarpu antreprenerystės mokymai skirti pagilinti žinias arba suteikti verslo pagrindus norintiems steigti verslą, mokymai trunka numatytą laikotarpį. Jucevičienė ir Lepaitė (2003) pažymi, kad kompetencija kaip specifinė koncepcija suteikia galimybę įgytas žinias ir įgūdžius perkelti į praktines situacijas, kartu skatinant žmogų produktyviai veikti. Petkevičiūtė, Kaminskytė (2003) kompetenciją traktuoja kaip specifinių gebėjimų visumą susijusią su meistriškumu, specializacija, inteligentiškumu, problemų sprendimu ir kt.



6 pav. **Antreprenerystė ir verslo vadybos ugdymas** (Valero, Parton, Robb, 2014)

Lyginant verslo vadybos ir antreprenerystės ugdymo ypatumus Valero, Parton Robb (2014) pažymi, kad tarp šių dviejų ugdymo disciplinų yra skirtumų ir panašumų. Verslo ir vadybos bei antreprenerystės ugdymo procesuose dėmesys skiriamas bendriniam verslumo įgūdžiams, strateginiam planavimui. Tuo tarpu skirtumai labiau sietini su skirtingu ugdymo modulių turiniu. Esminis antreprenerystės ugdymo tikslas yra sudaryti palankias sąlygas įgyti naudingų žinių, įgūdžių, gebėjimų, kurie padėtų tapti aktyviais novatoriais visuomenėje, siekiant prisitaikyti prie darbo rinkos pokyčių, būti atviriems naujoms galimybėms ir išūkiams. Kitaip tariant, tai yra procesas, kurio metu siekiama, kad individas gebėtų tapti savarankišku. Ekonominio raštingumo ir verslumo ugdymo strategijoje (2004) pažymima, kad įvairiose ugdymo pakopose besimokantysis turėtų įgyti verslo pagrindus, žinias, specifinius gebėjimus, siekiant savo potencialą panaudoti ekonominės rinkos situacijose.

Michael, Morris (2014) išskiria 4 ugdymus gebėjimus reikalingus, siekiant kurti verslą:

- gebėjimas spręsti problemas;
- gebėjimas užmegzti ryšius;
- pasitikėjimas savimi;
- asmeninės iniciatyvos rodymas.

Gebėjimas spręsti problemas, leidžia prisiimti atsakmybę už veiksmus, kurie gali atnešti tikėtiną naudą ar nuostolius. Problemų sprendimo būdai, priklauso nuo verslumo kompetencijos, siekiant pasirinkti optimaliausią variantą ir išspręsti kritinę situaciją. Antreprenerystės ugdymo procese įgyjamas gebėjimas užmegzti ryšius su aplinkiniais, kitaip tariant, sugebėti bendrauti, bendradarbiauti atrasti naujus konfliktų sprendimo būdus, kurie sušvelnintų esamą situaciją. Taip pat komunikaciniai gebėjimai dirbant ar atliekant užduotis komandoje, padeda greičiau priimti racionalius sprendimus naudingus visiems grupės nariams. Šiuo atveju bendravimo įgūdžiai versle ypatingai svarbūs, siekiant užmegzti glaudžius verslo ryšius su tarptatiniais potencialiais verslo partneriais, vykdyti sėkmingas

derybas. Kita vertus, pasitikėjimas savimi skatina pozityviai mąstyti ir aktyviai veikti, neabejojant savo jėgomis, rizikuoti, kurti originalias idėjas, siekiant išsiskirti iš minios. Asmeninė iniciatyva yra svarbi siekiant įgyvendinti tikslus, tikslingai nukreipti savo žmogiškuosius resursus. Iniciatyva tiesiogiai siejasi su motyvacija, kuri skatina veikti ir išnaudoti galimybes. Visi šie gebėjimai įgyti ugdymo procese yra glaudžiai susiję tarpusavyje. Būtina atkreipti dėmesį, kad aptarti gebėjimai skatina išnaudoti antrepreneriško verslo galimybes, potencialą.

Antreprenerystės ugdymas skatina gebėti pritaikyti žinias praktinėje veikloje. Antreprenerystės ugdymas priklauso nuo besimokančiojo motyvacijos, noro įgyti žinių, kompetencijos. Dažnai motyvacija priklauso nuo gebėjimo koncentruoti dėmesį ir gebėti sistemiškai mokytis bei atlikti užduotis. Kita vertus verslumo ugdymas suteikia palankias sąlygas įgyti kvalifikaciją, kuri skatintų rinkis specializuotą veiklą, gebėjimams tobulinti. Vienas iš svarbiausių antreprenerystės ugdymo aspektų yra gebėjimas ar galimybė įgytas, sukauptas žinias taikyti konkrečioje praktinėje veikloje, situacijoje (Gibb, 1987). Jei įgyti gebėjimai nėra ilgalaikėje perspektyvoje tobulinami, o specializuotų dalykinių žinių srautas nėra plečiamas to pasekoje, tobulėjimas profesinėje srityje yra stipriai komplikotas. Žinios netaikomos praktinėse situacijose praranda vertę, nes jos nėra naudojamos pagal paskirtį, kurti intelektualinį „produktą“.

Svarbų vaidmenį antreprenerystės ugdymo procese atlieka švietimo institucijos, kurios suteikia galimybę formaliu būdu įgyti specifinių, specializuotų verslo žinių, gebėjimų, įgūdžių. Įgytas žmogiškasis kapitalas gali paskatinti studentą ar mokinį sieti savo karjerą ir ateitį su verslu. Formalaus ugdymo procese besimokantis mokosi pagal patvirtintą šalies švietimo institucijų paruoštą programą ir reikalavimus, nustatytą laiką. Sėkmingai pabaigus mokslus yra pateikiamas dalykinias žinias patvirtinantis dokumentas.

Išplėtotą švietimo infrastruktūra, ugdymo programų turinio derinimas su darbo rinkos ir verslo pokyčiais, kompleksinių (taikiant įvairias ugdymo priemones) ugdymo metodų taikymas švietimo procese. Ugdymo procese svarbu užtikrinti ne tik dalykinių žinių, gebėjimų įsisavinimą apie verslo procesus, tačiau ir užtikrinti galimybę atkleisti kūrybinį potencialą, skatinant kurti originalias idėjas ir atrasti naujas galimybes savirealizacijai.

Šiuo atveju neformalus ugdymas labiau sietinas su saviugda, savišvieta. Šis mokymosi būdas susijęs su mokymosi visą gyvenimą idėjos raiška. Tęstinis saviugdosis procesas yra susijęs su žmogaus motyvaciją neformaliu būdu intelektualiai tobulėti ir įgyti žinių asmeniškai dominančiose srityse. Neformalus antreprenerystės ugdymas labiau sietinas su individualiu mokymosi ir asmenine praktine veikla. Žinios tampa vertingos tokiu atveju, kai asmuo tikslingai jas taiko, siekiant gauti norimą rezultatą.

Gibb (1987) išskiria pagrindinius veiksnius skatinančius antreprenerystės gebėjimų vystymąsi. Išoriniai veiksniai tai ugdymo aplinka, švietimo infrastruktūra kuri skatina visapusiškai ugdyti

asmenybę. Tuo tarpu vidiniai veiksniai apima besimokančiojo savęs suvokimą ir sąveikos pobūdį su mokytoju/dėstytoju. Taip pat ugdymo procese ir sąveikoje svarbus tampa mokytojo, dėstytojo mokymo ir bendravimo stilius, kurs gali sąlyginai prisidėti prie ugdymo kokybės ir mokymosi rezultatyvumo. Besimokantysis ugdymo procese įgyja platų spektrą gebėjimų, kai pozityviai save vertina, pasitiki savo jėgomis ir nori tobulėti.

4 lentelė

Antrepreneriškų gebėjimų tipai
(Valero, Parton, Robb, 2014)

Techniniai gebėjimai	Verslo valdymo gebėjimai	Antrepreneriški gebėjimai
Komunikaciniai gebėjimai	Planavimas ir tikslo formulavimas	Disciplina
Aplinkosauginiai gebėjimai	Diskusijų inicijavimas	Rizikos vadyba
Technologiniai gebėjimai	Žmogiškųjų išteklių vadyba	Inovatyvumas
Tarpasmeniniai gebėjimai	Marketingas	Atkaklumas
Organizaciniai gebėjimai	Rinkodara	Lyderystė
	Apskaita	Pokyčių vadyba
	Ryšiai su klientais	Tinklinis
	Kokybės kontrolė	Strateginis mąstymas
	Derybos	
	Verslo pradžia	
	Augimo valdymas	
	Teisės aktų atitikimas	

Antreprenerių kompetencija apima ne tik tam tikras su verslu susijusias žinias, tačiau ir specifinius gebėjimus. Valero, Parton, Robb (2014) išskira techninius, verslo valdymo ir antrepreneriškus gebėjimus, kurie sudaro bendrą antreprenerio kompetenciją, kuri yra būtina kuriant verslą. Svarbu paminėti keletą ugdymo metodų, kuriuos plačiau aprašo ir analizuoja Kourilsky, Walstad, Thomas (2007): imitavimas, darbo grupės, konsultavimas (mentorystė), mokomieji vizitai, verslo kūrimas, žaidimai ir konkursai, praktiniai mokymai.

Verslo situacijų imitavimas tai venas iš būdų įgyti verslumo kompetencijos, analizuojant specifines verslo situacijas ir sprendimų būdus. Tuo tarpu darbo grupės, kitaip tariant, komandiniai darbai padeda pažinti grupėje esančius dalyvius ir jų charakterio savybes, paskirstyti vaidmenis ir darbus. Svarbu tai, kad siekiant atlikti užduotis yra labai svarbus glaudus ir atviras komunikacinis ryšys.

Bendravimas ir bendradarbiavimas, sugebėjimas priimti sprendimus grupėje lemia bendrus veiklos rezultatus. Taip yra ugdomi ne tik dalykiniai gebėjimai (organizaciniai, planavimo ir kt.), tačiau ir asmeniniai, komunikaciniai gebėjimai, kurie reikšmingi ne tik bendruose kūrybiniuose

projektuose, tačiau ir versle. Konsultavimas padeda atsakyti į rūpimus klausimus iškilusius dėl verslumo kompetencijos. Mokomieji vizitai apima susitikimus, kurių metu yra diskutuojama, bendraujama tam tikra suformuluota verslo tema, taip pat atliekamos įvairios užduotys. Praktiniai mokymai apima konkrečias verslo sritis, tuo tarpu verslo kūrimo metodas leidžia individualiai, kūrybiškai pažvelgti į verslo idėjos kūrimą ir strategijos formulavimą. Žaidimai ir konkursai skatina aktyviai įsitraukti į užduotis ir įvairiapusisškai ugdyti verslumo gebėjimus.

Dana (2011) išskiria verslo plano kūrimo ir įgyvendinimo procesus kaip ugdymo metodą, siekiant ugdyti verslumo kompetenciją. Verslo planas apima tam tikrų veiksnių visumą, jų aptarimas ir detalizavimas yra svarbus, kai norima praktiškai įgyvendinti verslo idėją ir sėkmingai plėtoti komercinę veiklą. Todėl svarbu išanalizuoti rinką, suformuluoti marketingo strategiją, planuoti ir valdyti materialių, žmogiškųjų, finansinių išteklių paskirstymą ir daugelį kitų aspektų. Kuo verslo planas yra išsamesnis, tuo didesnė tikimybė valdyti rizikos faktorius. Patirtinė veikla siejasi su verslo konkrečiomis situacijomis, sprendimų būdai padeda įgyti patirties (McCarthy ir McCarthy 2006).

Ugdymo metodų įvairovė skatina atrasti naujus būdus kaip įdomiai pateikti mokamąją medžiagą. Novatoriškų verslumo kompetencijos ugdymo metodų taikymas lemia;

- dėmesio sutelkimą;
- santykio palaikymą;
- besimokančiųjų aktyvumą, motyvaciją;
- mokomosios medžiagos įsisavinimą;
- rezultatų lygio kitimą.

Novatoriški ugdymo metodai padeda pašalinti rutiną/monotoniją švietimo procese, todėl sutelkiamas didesnis dėmesys užduočių atlikimui. Besimokančiųjų aktyvumas ugdymo procese yra svarbus, siekiant sukurti mokymuisi palankią aplinką, abipusį ryšį su dėstytoju/mokytoju. Kuo santykis yra glaudesnis, tuo lengviau mokinantiems ir besimokantiems lengviau atrasti bendrą kalbą ir produktyviai dirbti, atliekant užduotis. Per praktines užduotis studentai/mokiniai lengviau įsisavina informaciją.

ES „Antreprenerystė 2020“ veiksmų plane numatyta skirti didžiausia dėmesį trims prioritetinėms kryptims: antreprenerystės ugdymui, verslo sąlygų gerinimui, jaunimo įtraukties į verslą galimybių plėtojimui. Antreprenerystės ugdymo procese įgyta kompetencija skatina nepasimesti, kritiškai ir objektyviai įvertinti savo galimybes ir esamą verslo situaciją, savo įgytą žmogiškąjį kapitalą panaudoti racionaliai. Kuo platesnis verslo įgūdžių gebėjimų spektras, tuo didesnis asmeninis antreprenerystės potencialas. Galima sakyti, kad ugdymo metodai yra priemonė vystyti kompetenciją, ją tiksliai panaudojant savirealizacijos naujų galimybių paieškai.

3. JAUNIMO NEDARBO MAŽINIMO GALIMYBĖS ANTREPRENERIŠKO VERSLO PAGRINDU

Antreprenerystės raiška versle priklauso nuo išorinių ir vidinių veiksnių, kurie skatina arba riboja antrepreneriško verslo potencialo galimybes. Antrepreneriškas verslas yra žiniomis grįstas verslas, todėl investicijų nukreipimas į tyrimų atlikimą užtikrina įmonės inovatyvumą. Antreprenerystė priklauso ir nuo kūrybinių galimybių kurti novatoriškas idėjas.

Šiame skyriuje aptariami pagrindiniai veiksniai, kurie daro įtaka antreprenerystės raiškai versle, išskiriant pagrindinius socioekonominius veiksnius. Taip pat nagrinėjamas kūrybiškumo vaidmuo antrepreneriškos veiklos vystymui. Analizuojami amžiaus, lyties ir rizikos faktoriai, jų įtaka komercinės veiklos plėtojimui, taip pat aptariamos mokslo ir verslo bendradarbiavimo perspektyvos, jų reikšmė antrepreneriško potencialo kūrimui.

3.1. Antreprenerystė ir dinamiška verslo aplinka

Viešajame diskurse ir mokslinėje lietuviškoje literatūroje išskiriami pagrindiniai veiksniai kurie, riboja antrepreneriško verslo potencialo galimybes (Chell, 2000, Cooney 2000, Acs, Audretsch, 2010, Kariv, 2011, 2000, Cooney, 2012, OECD (2012):

- informacijos stoka;
- valstybės institucijų biurokratizmas;
- šeimyninio gyvenimo ir verslo įsipareigojimų nesuderinamumas;
- novatoriškų idėjų stoka;
- visuomenės neigiamas požiūris į verslininkus;
- finansinių išteklių stoka;
- verslo gebėjimų ir žinių trūkumas;
- neidentifikavimas verslo galimybių;
- rizikos faktoriai;
- menka valstybės parama ir dideli mokesčiai;
- rinkos dinamika ir aukšta konkurencija;
- ribota vartotojų perkamoji galia;
- korupcija ir šešėlinė ekonomika;
- baimė;
- įsipareigojimai ir atsakomybė.

Visi šie veiksniai neigiamai veikia ne tik verslo aplinką, tačiau ir riboja antrepreneriško verslo potencialo raišką. Politinių iniciatyvų pagrindu galima pašalinti administracinius, biurokratinis kliūtis, sumažinti mokestinius įsipareigojimus, taikyti prevencinius priemones korupcijai ir šešėliniai

ekonomikai mažinti. Sudaryti sąlygas ugdyti antrepreneriškas savybes ir didinti antrepreneriškos kompetencijos lygį.

5 lentelė

Verslo steigimo sąlygos ES šalyse 2013m. (sudaryta pagal „Doing business“ ataskaitą)

Šalys	Verslo steigimo trukmė/Kaina (eurais)	Šalys	Verslo steigimo trukmė/Kaina (eurais)
Austrija	10/305	Liuksemburgas	3/1100
Belgija	1,5/517	Malta	5-8/210
Bulgarija	4/40 - 80	Nyderlandai	1/350 - 400
Kroatija	1-5/105 - 6 70	Lenkija	1/120
Kipras	1-3/311	Portugalija	1/220 - 360
Čekija	15/402	Rumunija	3/100 - 125
Danija	1/89	Slovakija	10/166 - 3 32
Estija	2/185	Slovėnija	2,9/0
Suomija	5/330 - 380	Ispanija	3/464
Prancūzija	4/84	Švedija	16/215
Vokietija	6,6/376	Didžioji Britanija	1-5/16 - 49
Graikija	1,95/116	Italija	1/2000
Vengrija	2/160 - 319	Latvija	2/33 - 36
Airija	2-5/50	Lietuva	4/74 - 196

Vienas iš būdų analizuoti antrepreneriško verslo potencialo galimybes tai palyginti šalių verslo steigimo sąlygas (laiko ir sąnaudų atžvilgiu). Remiantis 2013m. „Doing business“ ataskaita galima teigti, kad palankiausios sąlygos kurti verslą yra Danijoje, Graikijoje, Estijoje ir Airijoje pagal sąnaudų ir laiko santykį. Jei verslo registravimo ir steigimų procedūrų skaičius yra didelis ir laiko sąnaudos yra aukštos, tai atitinkamai antrepreneriško verslo potencialas yra iš dalies ribojamas.

Moksliniame diskurse didelis dėmesys skiriamas analizuoti antreprenerystės raiškai versle. Kitaip tariant, siekiama išsiaiškinti kokie esminiai, psichologiniai faktoriai lemia antreprenerystės raišką tarp individų. Remiantis įvairių tyrimų duomenimis, būtina pateikti svarbiausius psichologinius trukdžius, apribojančius antreprenerystės potencialo raišką versle. Riboti kūrybiškumo resursai sąlygoja originalių idėjų stoką. Kūrybiškumas sietinas su išskirtiniais būdo, mąstymo, elsenos bruožais. Psichologai kūrybiškumą kaip tyrinėjimo objektą nagrinėja įvairias aspektais. Rotenberg, Hausman (1976) kūrybiškumą tapatina su išradimais, t.y. sukurti/išrasti kažką naują, pasitelkiant žmogiškąjį kapitalą (žinias, gebėjimus, įgūdžius). Tuo tarpu Torrance (1964, p. 277) kūrybiškumą sieja su

išskirtiniu mąstymo būdu, kurio potencialą, raišką lemia intelektas, jo išsivystimo lygis. Stenber (1985, p. 5 - 31) pabrėžia, kad kūrybiškumas yra individualus, specifinis procesas, kurio metu atsiskleidžia veiklos novatoriškumas.

Polard (2005) pateikė dešimt kūrybingos asmenybės bruožų, kurie pasizymi:

- žingeidumu;
- novatoriškų idėjų generavimu;
- nuomonės turėjimu;
- rizikos tolerancija;
- išvystitu humoro jausmu;
- neracionalumu;
- emocijų raiška;
- individualizmu;
- kritiniu mąstumu.

Asmuo pasižymintis išvystytu kūrybingumu yra žingeidus, siekiantis kuo daugiau sužinoti, domisi įvairiomis sritimis. Originalios idėjas geba pateikti novatoriškai. Pasižymi kritiniu mąstymu, kuris padeda pastebėti ir objektyviai įvertinti savo veiklos (kūrybos) rezultatus. Pasižymintis įskirtiniu humoro jausmu, kuris padeda išraikšti žaismingai mintis. Jautrumas ir emocijų raiška sąlygoja racionalumo stoką. Asmenys pasižymintis išvystytu kūrybiškumu lenkė veikti ir priimti sprendimus savarankiškai. Visos šio minėtos savybės ne tik padeda atskleisti savo išskirtinio mąstymo kūrybines galimybes, tačiau ir kurti pridėtinę vertę (pelną). Kūrybiškumas versle yra vienas iš svarbiausių elementų siekiant rinkai pateikti unikalę, originalę paslaugą ar prekes, taip pranokstant vartotojų lūkesčius. Mokslinėje literatūroje akcentuojama konkurencinio pranašumo galimybė, taikant nestandartizuota verslo plėtotės strategija. L. O Wilson išskiria esmines kliūtis kūrybingumo potencialui atskleisti ir vystyti organizaciniu ir individualiu lygmenimis.

6 lentelė

Kūrybingumo trikdžiai (pagal L. O Wilson, 2004)

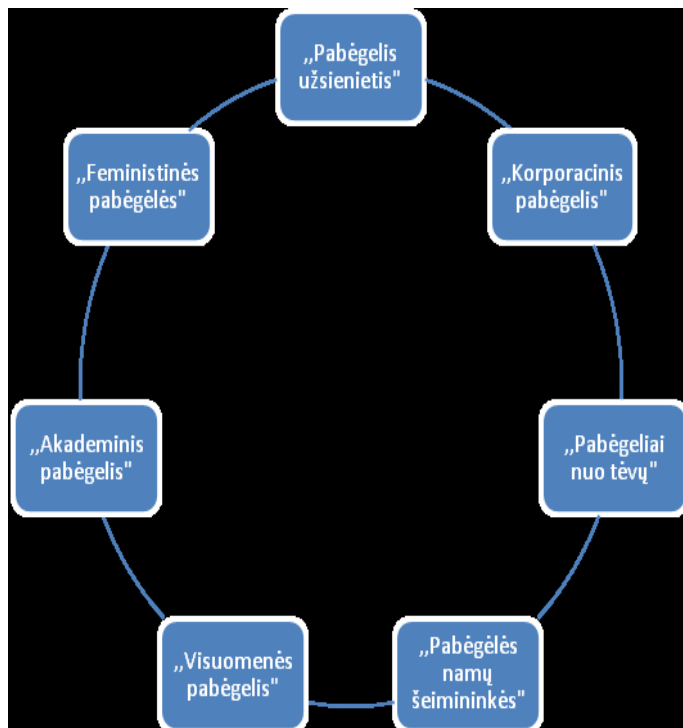
Tradicijos	Nesaugumas
Kontrolė	Pavydas
Per didelis specializavimasis	Grupės spaudimas
Nihilizmas	Tingumas
Išanktinis nusitatymas	Apatija
Nesėkmės baimė	Atsidavimo stoka

Nekantrybės	Paramos stoka
Vienodumas, vienalypiškumas	Netolerantiškumas
Baimė pasirodyti juokingam	Įtampa
Pasipūtimas	Baimė keistis
Lėšų stygius	Sumišimas

Tradicijos ir kontrolės mechanizmai apima normatyves taisykles visuomenėje, kurių laikymasis pakankamai apriboja kūrybingumo galimybes, siekiant neišsiskirti savo mąstymu ir elgesio būdu iš minios. Per didelis dėmesys skiriamas veiklos specializacijai, kūrybingumo potencialą „įrėminant“ į tam tikrus standartus. Nihilizmas kaip neigiamas požiūris į visuomenės reiškinius, skatina išankstinį neigiamą nusistatymą kurti originalias idėjas. Kantrybės, atsidavimo stoka, tingumas, apatija slopina pradėti ar užbaigti kurti naujus dalykus. Baimė keistis, baimė patirti nesėkmę, baimė pasirodyti juokingam, vienodumas trukdo išbandyti kažką naujo ir atrasti naują kryptį savirealizacijai ir išsiskirti nestandatinėmis idėjomis. Aplinkinių paramos, tolerancijos stoka, nuolatinė įtampa, lėšų stygius, sumišimo, pasimetimo būsena kuria kūrybingumui nepalankią aplinką. Visi minėti veiksniai apriboja žmogų atsiskleisti kaip kūrybingai asmenybei ir realizuoti savo originalias idėjas versle, pasitelkiant vaizduotę.

Jaunimo motyvacijos stoka užsiimti savarankiška veikla yra susijusi su keletu aspektu. Žinių, verslumo gebėjimų įgūdžių stoka skatina jaunos asmenis užimti pasyvę poziciją. Kita vertus objektyviai yra neįvertinama verslumo nauda. Verslo kūrimas yra sudėtingas procesas, todėl veržlumas, iniciatyvumas, siekis lyderiauti skatina atrasti naujas galimybes, išreikšti ir ugdytiversdlumo gebėjimus, kompetenciją. Lyderystė mokslinėje literatūroje sietina su gebėjimu vadovauti, konkuruoti išsikeliant aukštus tikslus, kryptingai nukreipiant esamus resursus teigiamo rezultato link.

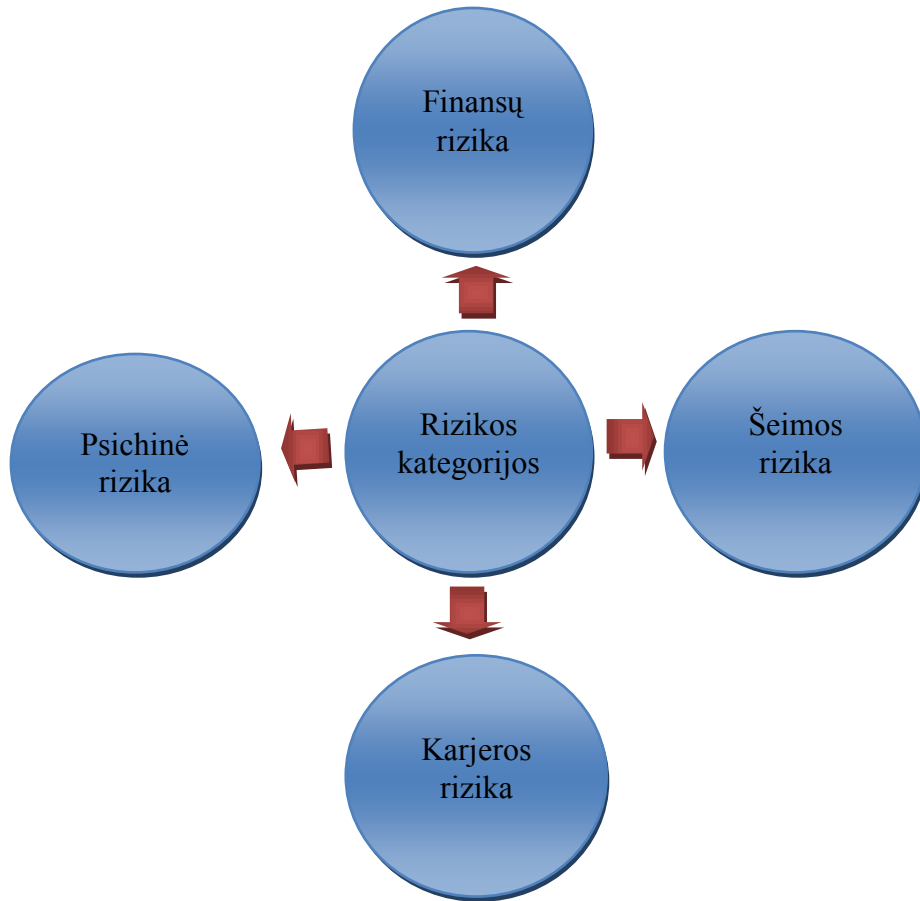
Versle labai svarbi greita reakcija dinamiškoje verslo aplinkoje, kurioje greitas reagavimas į pokyčius, priimant strateginius sprendimus yra būtinas, siekiant išlikti konkurencingai verslo kompanijai. Pozityvus mąstymas yra esminė charakterio savybė, kuri padeda išlikti atviriems naujoms galimybėms ir išūkiams. Analizuojant antreprenrio psichologinius aspektus, svarbu paminėti motyvus ir priežastis skatinančias kurti antreprenerišką verslą (Bartkus, Piktys, 2007).



7 pav. „Pabėgėlių“ tipai (Bartkus, Piktys, 2007, p. 37)

Dėl nepalankios socioekonominės ir politinės padėties (pvz. žemo pragyvenimo lygio, ekonominės krizės, karo grėsmės) asmenys atvykę į kitą šalį, ieškantys naujų galybių realizuoti save, pasirenka užsiimti individualia veikla. Tokie asmenys priskiriami „pabėgėliai užsieniečiai“ tipui. „Korporacinis pabėgėlis“ identifikuojamas kaip asmuo dirbantis biurokratinėje kompanijoje, kompetetengas, sukaupias pakanakmai darbo patirties ir nusprendęs įkurti nuosavą verslą. Asmuo dirbdamas samdomą darbą nusprendžia dirbti privačiame sektoriuje. „Pabėgėliai nuo tėvų“ tai asmenys, kurie ryžtasi įkurti nuosavą verslą, sukaupę patirties šeimos versle. „Pabėgėlės namų šeimininkės“ tai moterys, kurios ppaaugus vaikams ir atsiradus laisvo laiko valandoms, ieško naujų būdų kaip realizuoti save nuosavame versle. „Feministiškas pabėgėlis“ siekia įgyti nepriklausomybę, įkurdamos nuosavą verslą ir tampančios finansiškai nepriklausomos nuo vyrų. „Akademiniškas pabėgėlis“ Tai asmuo ilga laiką dirbęs akdeminiam sektoriuje, tačiu nusprendęs savo karjerą nukreipti ties nuosavo verslu įkurimu. „Visuomenės pabėgėlis“ dažnai jausdamas aitolimą nuo vyraujančios kultūros kaip alternatyvą pasirenka nestandartinę verslo dominančią sritį. Galima sakyti, kad pabėgėliai tai asmenys, kurie steigia antrepnieriškus verslus, dėl tam tikrų specifinių aplinkybių, dažnai sietina su nepasitenkinimu esama situacija.

Svarbu išskirti rizikos faktorių, kuris jaunimo tarpe, norint kurti verslą gali tapti pagrindiniu barjeru, trukdančiu sieti karjerą su verslu.



8 pav. **Rizikos kategorijos** (pagal Patrick R. Liles, 1974)

Patrick R. Liles (1974) išskyrė keturias rizikos kategorijas, su kuriomis susiduria antreprenieriai vystantys novatorišką verslą. Finansinė rizika apima bankroto tikimybę, paskolų našta, pajamų praradimą. Nestabili finansinė padėtis ir galimi neigiami padariniai (pvz. išiskolinimas bankui, pragyvenimo šaltinio netekimas), gali sumažinti motyvaciją kurti antreprenierišką verslą. Karjeros rizika yra susijusi su tikimybę nenusisekus komercinei veiklai, prarasti darbą. Verslo praradimas, kitaip tariant darbinės veiklos netekimas pvz. ekonominės krizės laikotarpiu gali prailginti darbo paieškas. Psichinė rizika sietina su nuolatine įtampa ir stresu, kurie nuolatiniai „palydovai“ priimant rizikingus verslo sandūrius. Prasta ilgalaikė psichinė būseną gali neigiamai paveikti sveikatą. Šeimos rizika susijusi su asmeninių ryšių su šeimos nariais, draugais nutrūkima, dėl laiko stokos. To pasekoje gali didėti įtampa, nepasitenkinimas, nesutarimai tarp šeimos narių. Šios keturios rizikos kategorijos iliustruoja faktorius, kurie neigiamai gali paveikti asmeninį gyvenimą, nesugebant suvaldyti situacijų, priimti objektyviai įvertinant situaciją sprendimus.

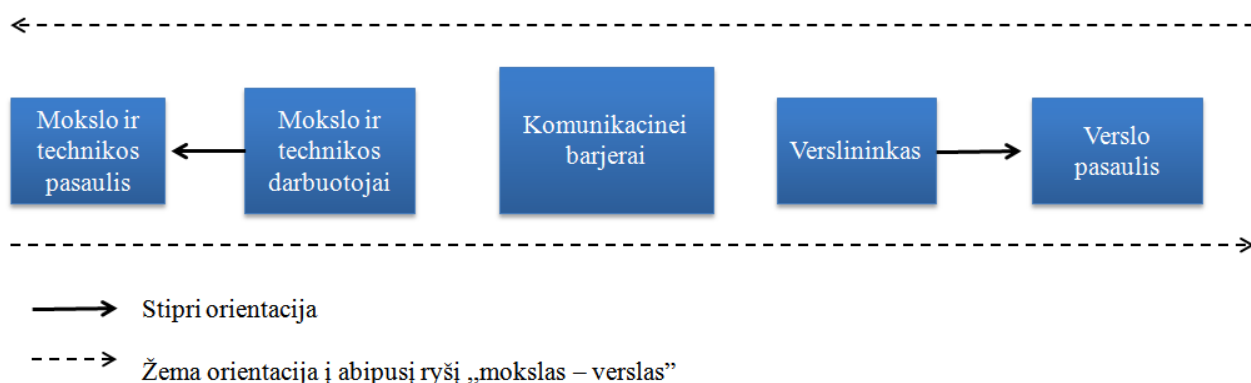
Verslo galimybes taip pat priklauso nuo amžiaus faktoriaus. Bartkus, Piktyš (2007) pažymi, kad ankstyvos karjeros tarpsnyje (20-30 m.) svarbiausia apibojimai susiję su išsilavinimo (žinių, gebėjimų, įgūdžių), darbinės patirties, reikalingų išteklių stoka. Visi šie minėti veiksniai riboja antreprenieriško verslo potencialo galimybes. Kita vertus vėlyvos verslo karjeros (40 - 50m.) apribojimai apima tris veiksnius: šeimos įsipareigojimus, geras uždARBIS samdomame darbe, pensijos kaupimas

nedarbingumo atveju. Galima sakyti, kad verslo karjeros apribojimai skirtinguose mažiaus tarpsniuose, turi skirtingus motyvus.

Svarbu paminėti lyties faktorių, kuris yra svarbus analizuojant jaunimo galimybes užsiimti antreprenerišku verslu. Liberalizmo, individualizmo, feminizmo idėjos skatino moteris būti aktyvesnėmis visuomenėje, siekiant realizuoti savo gebėjimus darbo rinkoje. Vyro vaidmuo šeimoje „kaip šeimos maitintojo“, o moters „namų židinio puoselėtojos“ šiuolaikinėje vakarietiškoje kultūroje identifikuojami kaip stereotipai apimantys tradicinį, funkcinį šeimos modelį (Leonavičius, Norkus, Tereškinas 2005). Stiprėjant moterų emancipacijai ir galimybėms įgyti išsilavinimą, susiformavo palankios sąlygos įgytas kompetencijas panaudoti profesinėje srityje apimant ne tik viešą sektorių, tačiau ir privatų (Giddens, 2005). Pastebima tendencija, kad moterų steigiančių verslą skaičius sparčiai auga, tačiau vis dar išlieka mažesnis, lyginant su vyrų aktyvumu komercinėje veikloje. OECD 2013m. ataskaitoje pabrėžiama, kad vyrauja tarp verslo sričių lyčių pasidalijimas „moterškų“ siejamų su paslaugų, sveikatos, švietimo ir kt. sritimis ir „vyriškų“ labiau sietinų su statybos, inžinerijos, transporto sritimis. Lyties faktorius kaip tyrinėjimo objektas yra svarbus antrepreneriško verslo potencialo raiškos kontekste. Išanalizavus pagrindinius veiksnius lemiančius antreprenerytės raišką dinamiškoje veikloje,

3.2. Verslo ir mokslo bendradarbiavimo perspektyvos

Norint sukurti palankią aplinką antrepreneriškui verslui svarbus tampa ugdymo įstaigų ir verslo subjektų bendradarbiavimo vaidmuo (Krisčiūnas, Staniškis, Tričys 2007, p. 309). Bendradarbiavimo pobūdį lemia suinteresuotų grupių komunikacija. Siekiant, kad komunikacija tarp grupių būtų glaudi svarbu identifikuoti ir įvardinti subjektų tarpusavio poreikius ir lūkesčius, vienas kito atžvilgiu.



9 pav. **Verslo ir mokslo sąveika inovacinėje veikloje** (Krisčiūnas, Staniškis, Tričys 2007, p. 309)

Norint įmonėms atitikti rinkos poreikius, svarbios tampa žinios ir tyrimai, kurie leidžia objektyviai įvertinti esamą rinkos situaciją ir pasiūlyti efektyvius sprendimo būdus. Investicijos nukreipiamos į tyrimus padeda įmonėms atitinkamai reaguoti į kintančias rinkos sąlygas, kuriant inovatyvius produktus, paslaugas (Kirby, 2000).

Tyrimai taikomi kaip priemonė, metodas, skirtas pažinti įvairius objektus. Viena vertus, pažinimo procesas gali būti komplikotas, tokiu atveju kai taikomi tyrinėjimo instrumentai yra riboti, tai reiškia, kad pažinimo galimybės apima tik dalį informacijos apie objektą. Kita vertus, siekiant išsamiai ištyrinėti objekto visumą, svarbi yra mokslininkų kompetencija. Kuo kompetencijos ribos yra platesnės, daugiadalykės, tuo lengviau tyrinėti sudėtinius objektus, tarpusavyje glaudžiai susijusius. Mokslininkų kompetencija remiasi įgytų specializuotų žinių ir praktikos visuma. Svarbu paminėti, kad tyrinėjimo procese yra kuriamos žinios, kurių vertė priklauso nuo pritaikymo galimybių praktinėse, realiose situacijose. Būtina paminėti faktą, kad reta (ribota prieiga besiremianti) informacija vertinama kaip turinti aukštesnę vertingumą laisvę, kuris sudaro žinių monopolį. Žinių monopolis apima specializuotas žinias, kurių vertė yra itin aukšta ne tik dėl jų retumo ir prieigos barjerų, tačiau ir dėl aukštų komercializavimo galimybių. Komercializavimas tęstinis procesas priklausantis nuo rinkos dinamikos apima žinių transformaciją į prekes ar paslaugas. Mokslinėje literatūroje komercializavimas identifikuojamas kaip procesas kurio metu yra sukuriamas produktas, atsižvelgiant į rinkos poreikius (vartotojų lūkesčius ir esamas pasiūlos tendencijas). Komercializavimas tiesiogiai siejasi su pelnu, kuriant produkto ar paslaugos pridėtinę vertę.

Žinios yra „žaliava“ inovacijoms, už kurių plėtrą yra atsakingas žmogus. Dapkus (2006, 22 - 23 p.) išskiria septynis inovacinės įmonės bruožus:

- orientacija į pokyčius;
- komandinis darbas,
- decentralizacija;
- rizika;
- inovacijų skatinimas;
- informaciniai kanalai;
- biurokratizmo nepaisymas.

Antrepreneriško verslo kompanijos siekiančios globalios rinkos mastu užimti lyderiaujančias pozicijas taiko inovacijas kaip produktyvumo „aktyvinimo“ šaltinį, kuris integruojamas į veiklos procesų vystymą ir plėtojimą. Todėl inovacijos antrepreneriškame versle yra būtinos ir siektinos. Simanavičienė, Barkauskas, Bruneckienė et.al. (2011, 145 p.) pateikia 4 inovacijų strategijas: puolimo, gynybos, imitavimo, paklausos, kurios yra taikytinos komercinėje veikloje. Šios minėtos strategijos priklauso nuo tikslo kokią gauti rinkos dalį, racionaliai nukreipiant įmonės išteklius, veiklą inovacijų link. Strategija įmonei suteikia specifinę veiklos kryptį prognozuojant aukštų rezultatų pasiekimui. Dapkus (2006, 127 p.) pateikia inovacijų kuriamą ekonominę naudą įmonėms, apimant tokias sritis:

- gamybos našumą;
- gamybos sąnaudas;
- konkurencinį pranašumą rinkoje;

- barjerų sukūrimas.

Inovacijų diegimas į antrepreneriško verslo komercinės veiklos procesus gali sumažinti laiko ir išteklių sąnaudas pavestoms veikloms atlikti. Inovacijos padidina gamybos našumą ir apimtis. Galima sakyti, kad inovacijos diegiamos į antrepreneriško verslo procesus kuria konkurencinį pranašumą rinkoje, kuris užtikrintų aukštas pozicijas ir lyderystės prielaidas rinkoje.



10 pav. Inovacijų sąjungos 2014m. rezultatų suvestinė

Remiantis inovacijų sąjungos rezultatų 2014 m. suvestine, aukštą inovacijų lygį šalyje lemia investicijos sutelkiamos ties: žmogiškųjų išteklių, mokslo tyrimų sistemų vystymo galimybėmis, finansavimo ir rėmimo MPTT plėtotei, bendradarbiavimo mokslo ir verslo sektoriaus lygio, intelektualinės nuosavybės ir MVĮ finansinių srautų nukreipimo į produktų ar procesų kūrimą. Remiantis 2014m. inovacijų suvestine Skandinavijos regiono šalyse ir Vokietijoje yra didžiausias dėmesys skiriamas inovacijų plėtotei, kurių vidurkis yra aukštesnis nei ES. Tuo tarpu vidutinės novatorės yra laikomos Prancūzija, Airija, Didžioji Britanija, Austrija. Tarp saikingų novatorių yra Lietuva, Estija, pietinis Europos regionas. Mažiausias dėmesys skiriamas inovacijų vystymui viešame ir privačiame sektoriuose yra Rumunijoje, Bulgarijoje ir Latvijoje. Ataskaitoje teigiama, kad aukštos mokslo ir tyrimų kokybės užtikrinimas sudaro palankias sąlygas inovacijų plėtrai.

Dinamiška verslo aplinkoje egzistuoja tam tikri barjerai, kurie riboja antrepreneriško verslo potencialo galimybes: mokesčių našta, ribota vartotojų perkamoji galia, biurokratizmas, korupcija, aukšta konkurencija ir kt. Jaunimo galybės užsiimti antrepreneriška veikla priklauso ne tik nuo asmeninės motyvacijos, tačiau ir nuo kūrybiškumo gebėjimų. Antrepreneriškas verslas yra novatoriškomis idėjomis gistas verslas, todėl originalios idėjos ir jų realizavimo galimybės leidžia sėkmingai vystyti komercinę veiklą. Kūrybiškumas ir jo ugdytas padeda atskleisti neribotas

antrepreneriško verslo galimybes, generuojant novatoriškas idėjas. Rizikos faktoriai: karjeros, šeimos, asmenybės, finansų tikėtini neigiami padariniai, objektyviai įvertinus savo galimybes gali sumanti jauno žmogaus motyvaciją sieti savo karjerą versle. Amžiaus faktorius yra itin antrepreneriško verslo potencialo raiškai, žinių ir gebėjimų stoka, taip pat šeimyniai išsipareigojimai ir įgyta darbo patirtis, aukšta pozija darbo rinkoje gali sumažinti norą kurti antreprenerišką verslą. Mokslo ir verslo bendradarbiavimas yra svarbus siekiant, siekiant kurti novatoriškas prekes ar paslaugas. Investicijos nukreipiamos į tyrimus, skatina atrasti naujus verslo vystymo sprendimų būdus, kurie skatina inovacijos.

4. ANTREPRENERIŠKO VERSLO KAIP PRIEMONĖS JAUNIMO NEDARBO PROBLEMOS MAŽINIMUI EMPIRINIS TYRIMAS

4.1. Tyrimo eiga

Tyrimo teorinis ir praktinis reikšmingumas: Atliktas tyrimas reikšmingas iš teorinės bei praktinės pusės. Teorinė dalis yra svarbi tuo, kad leidžia išanalizuoti antrepreneriško verslo raiškos teorines perspektyvas, remiantis verslininkystės teorijų paradigmomis. Atlikto tyrimo rezultatai padeda išsiaiškinti veiksnius skatinančius ir trukdančius kurti antreprenerišką verslą KTU studentams. Taip pat empiriniai duomenys padeda išsiaiškinti KTU universiteto vaidmenį antrepreneriško verslumo ir ugdymo procese, akademinėje erdvėje, leidžia įvertinti studentų verslumo kompetenciją. Praktinė dalis leidžia objektyviai interpretuoti gautus atlikto tyrimo rezultatus bei daryti atitinkamas išvadas.

Tyrimo pagrindinis tikslas: išanalizuoti ir palyginti antrepreneriško verslo potencialo raiškos galimybes tarp KTU Ekonomikos ir verslo fakulteto bei Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto studentų.

Tyrimo imties suformulavimas: apklausa pradėta vykdyti nuo 2014. 01. 15. Tyrimo populiaciją sudaro KTU Ekonomikos ir verslo fakulteto bei Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto 3,4 kurso nuolatinė bakalauro studijų studentai, 3,4,5,6, išstęstinių studijų studentai, bei magistrantūros 1,2 kurso nuolatinė ir išstęstinių studijų studentai. Tokia populiacija buvo pasirinkta tam, kad rezultatai atskleistų/atspindėtų esminius skirtumus, panašumus tarp dviejų fakultetų studentų antrepreneriško verslo potencialo panaudojimo galimybių. Tiriamųjų amžiaus grupę sudaro 20-29m. respondentai. Jaunimo amžiaus ribinis intervalas buvo pasirinktas remiantis ES jaunimo amžiaus apibrėžties nuostatomis. Tyrimo imtis grupinė/klasterinė, pasirenkant ir suskirstant respondentus į dviejų KTU fakultetų grupes. Tyrime dalyvavo 322 respondentai besimokantys KTU Ekonomikos ir verslo bei Socialinių, humanitarinių, menų fakultete. Klausimynas buvo sukurtas internetiniame manoapklausa.lt tinklalapyje. Kadangi dalis fakultetų studentų mokosi nuotoliniu arba cikliniu būdu, todėl buvo nuspręsta pasirinkti anketinės apklausos internetu metodą. Pateikus prašymus fakultetų dekanams, pradėtas vykdyti tyrimas, fakultetų administratorės apklausos nuorodą nusiuntė į KTU studentų el. pašto dėžutes, tačiau dėl menko studentų aktyvumo, teko dalį anketų dalinti popieriniu variantu.

Tyrimo instrumentarijus: tyrimui atlikti buvo pasirinktas kiekybinis tyrimas – anketinė apklausa. Svarbu paminėti, kad internetinės apklausos interaktyvi nuoroda buvo išsiųsta EVF ir SHMF studentams į akademinis elektroninius paštus, tuo tarpu popierinė anketos forma buvo pateikiama studentams prieš paskaitą, iš anksto informuojant apie tyrimo tikslą, rezultatų panaudojimą empirinei duomenų analizei. Tyrimui atlikti buvo sukurta speciali anketa (žr. 1 priedas). Šis metodas buvo pasirinktas dėl to, kad leido apklausti didelį skaičių respondentų. Taip pat anketinės apklausos metodas leidžia greitai surinkti bei apdoroti gautus atsakymus (rezultatus), kuris garantavo objektyvumą

tolimesniame tyrimo rezultatų interpretacijos bei analizės etape (Kardelis, 2002) Anketos klausimai buvo formuluojami remiantis pasirinktomis verslininkystės teorijomis. Didžiausią dalį klausimyno sudarė uždaro tipo klausimai, jų buvo 17 iš 19, 4 uždaro-atviro tipo, suteikiant galimybę respondentams įrašyti norimą atsakymo variantą. Uždaro tipo klausimai buvo pasirinkti dėl to, kad teiginių (atsakymų) pasirinkimas iš keleto variantų objektyviau bei tiksliau padėjo įvertinti teiginių reikšmę/esmę.

Pasirinktos teorijos leido sukonkretinti tyrimo problematiką, pagal teorines paradigmas buvo sukonstruojamas klausimynas. Kiekvienam klausimui buvo pateikti keli atsakymų variantai, iš kurių respondentas turėjo pasirinkti vieną (labiausiai atitinkantį jo situaciją bei požiūrį), arba parašyti savo variantą, kurio pateikiamuose klausimo atsakymuose (teiginiuose) nebuvo. Anketos nuoroda srautiniu būdu buvo išsiūsta visiems KTU Ekonomikos ir verslo fakulteto bei Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto studentams. Anketoje vyrauja uždaro tipo klausimai todėl anketos pildymas vienam žmogui užtrunko ne ilgiau nei 15 minučių, kadangi anketoje iš viso pateikiami 19 klausimų.

Anketa sudaryta iš keturių dalių. Pirmoji dalis sietina su dalykiniais studijų klausimais (1,2,3), antras klausimų blokas sociodemografiniais klausimais (4,5,6,7), kuriais buvo siekiama išsiaiškinti respondentų gyvenamąją vietą, lytį, amžių, statusą. Trečia klausimų grupė susijusi su antrepreneriško verslo potencialo identifikavimu, siekiant išsiaiškinti respondentų nuomonę apie ribojančius ir skatinančius veiksnius kurti verslą (8,9,10,11,12). Ketvirta klausimų grupė yra skirta išsiaiškinti studentų verslumo kompetencijos lygį bei ugdymo būdus skatinančius įgyti antrepreneriškus verslo gebėjimus universitete (13,14,15,16,17,18,19).

7 lentelė

Klausimyno pagrindimas

Klausimo nr.	Klausimas	Klausimo tipas	7 lentelės tęsinys
1.	Studijuojate:	Uždaro tipo	Siekiant palyginti atsakymų į klausimus pasiskirstymą tarp respondentų pagal fakultetus.
2.	Šiuo metu studijuojate pagal:	Uždaro tipo	Išanalizuoti respondentų aktyvumą pagal stujų programą
3.	Studijų forma:	Uždaro tipo	Išanalizuoti respondentų pasiskirstymą pagal studijų formą.
4.	Jūsų gyvenamoji vieta:	Uždaro tipo	Palyginti respondentų atsakymų pasiskirstymą pagal gyvenamąją vietą.
5.	Jūsų lytis:	Uždaro tipo	Išnagrinėti lyties faktorius

			antrepreneriško verslumo potencialo raiškos galimybėms.
6.	Jūsų amžius:	Uždaro - atviro tipo	Išnagrinėti amžiaus faktoriaus įtaka antrepreneriško verslumo potencialo raiškos galimybėms, eliminuoti anketas iš empirinių duomenų matricos, kuomet respondentų amžius didesnis nei 29 metai.
7.	Jūsų statusas:	Uždaro tipo	Išnagrinėti respondentų atsakymų pasiskirstymą pagal amžiaus grupes.
8.	Jūsų nuomone, kaip antrepreneriškas verslas prisideda prie visuomenės gerovės kūrimo? (vienas pasirenkamas atsakymas, galima įrašyti savo variantą)	Uždaro – atviro tipo	Išsiaiškinti kuris veiksnys labiausiai antrepreneriškui verslui padeda prisidėti prie visuomenės gerovės kūrimo proceso.
9.	Įvertinkite veiksnys skatinančius antrepreneriško verslo kūrimą (vienas galimas atsakymas kiekvienoje eilutėje)	Uždaro tipo	Išsiaiškinti respondentų nuomonę apie galimai skatinančius veiksnys kurti antreprenerišką verslą.
10.	Jūsų nuomone, svarbiausias veiksnys lemiantis ilgalaikę verslo sėkmę (vienas galimas atsakymas)	Uždaro tipo	Išsiaiškinti, iš pateiktų atsakymo variantų pasiskirstymo, kas padeda ilgalaikėje perspektyvoje išlikti sėkmingam versle.
11.	Įvertinkite veiksnys trukdančius kurti antreprenerišką verslą (vienas galimas atsakymas kiekvienoje eilutėje)	Uždaro tipo	Išsiaiškinti respondentų nuomonę apie galimai ribojančius veiksnys kurti antreprenerišką verslą.
12.	Įvertinkite situacijas (vienas galimas atsakymas kiekvienoje eilutėje)	Uždaro tipo	Išsiaiškinti respondentų dominuojančių antrepreneriškų savybių pasiskirstymą.
13.	Ar turite patirties steigiant	Uždaro tipo	Išsiaiškinti respondentų verslo

	nuosavą verslą?		patirties pasiskirstymą pagal fakultetus.
14.	Ar planuojate kurti antreprenerišką verslą ketverių metų laikotarpyje ?	Uždaro tipo	Išsiaiškinti respondentų ateities perspektyvas, siekiant kurti antreprenerišką verslą.
15.	Jūsų manymu, antrepreneriškas verslumas yra... (vienas galimas atsakymas)	Uždaro tipo	Išsiaiškinti respondentų požiūrių pasiskirstymą.
16.	Jūsų nuomone, kaip universitetas galėtų prisidėti prie antreprenerystės ugdymo? (vienas pasirenkamas atsakymas, galima įrašyti savo variantą)	Uždaro - atviro tipo	Išsiaiškinti universiteto vaidmenį antreprenerystės ugdyme.
17.	Jūsų manymu, kuris metodas yra efektyviausias, siekiant ugdyti antrepreneriškus gebėjimus studijų metu? (vienas pasirenkamas atsakymas, galima įrašyti savo variantą)	Uždaro - atviro tipo	Išsiaiškinti ugdymo metodus, kurie respondentų manymu labiausia skatina antreprenerystės raišką tarp studentų.
18.	Įvertinkite savo sukaupią antreprenerišką kompetenciją, siekiant kurti antreprenerišką verslą	Uždaro tipo	Išsiaiškinti antrepreneriškos kompetencijos lygį tarp studentų.
19.	Pasirinkite sritį, kurioje norėtumėte pagilinti verslo žinias, įgyti naujų gebėjimų (vienas pasirenkamas atsakymas, galima įrašyti savo variantą)	Uždaro - atviro tipo	Išsiaiškinti, kuriose srityse labiausiai studentams trūksta verslumo kompetencijos ir žinių.

Tyrimo etika: prieš dalinant anketas studentams, trumpai buvo pristomas tyrimo tikslas, ir kam duomenys bus naudojami.

Tyrimo apdorojimo įrankiai: duomenų suvedimui, apdorojimui, analizei atlikti buvo naudojama SPSS programos 16 versija. Šios programos pagalba buvo sukurta kompiuterinis anketos

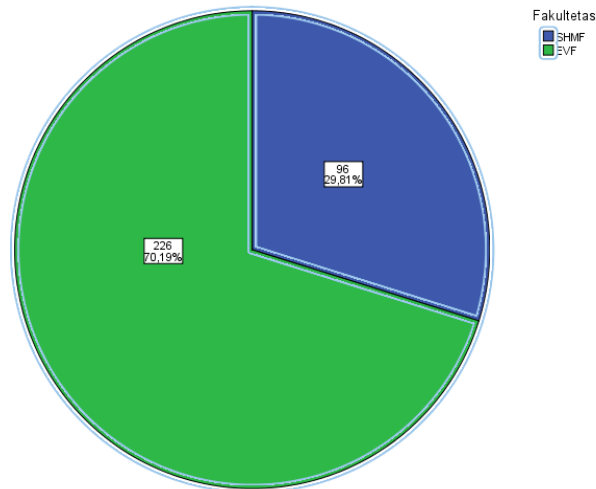
(klausimyno) matrica. Kuri leidžia suvesti gautus duomenis, juos apdoroti, iliustruojant respondentų atsakymų rezultatus diagramomis ir grafikais.

Reprezentatyvioji imtis: tyrimo imties skaičiavimai atlikti remiantis K. Kardelio (2002) „Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai“ imties tūrio formule. Populiacijos dydis 2003, tyrimo duomenims apdoroti buvo pasirinktas reikšmingumo lygmuo 0,05, pasikliautinas intervalas 0,95, 50 proc. matuojamo požymio pasiskirstymas populiacijoje, todėl tyrimo imtis buvo nustatyta 322. Iš 322 respondentų daugiau nei 70 proc. mokosi Ekomikos ir verslo fakultete, tuo Socialinių, Humanitarinių, Menų fakultete studijuoja apie 30 proc. respondentų. Šis santykinė respondentų disproporcija lėmė ir tyrimo bendrus rezultatus (nes bendras studentų skaičius EVF viršija tris kartus SHMF studijuojančiųjų skaičių). Šie pasirinkti ir nurodyti rodikliai garantuoja tikslesnių duomenų gavimą, o duomenų išvados būtų labiau reprezentatyvios/charakteringos visiems KTU studentams. Anketinės apklausos rezultatai negali būti reprezentatyvūs visai studentų populiacijai Lietuvoje, kadangi tiriamas KTU atvejis. Todėl tyrimo rezultatai bei išvados negali apibūdinti realios Lietuvos studentų verslumo situacijos/tendencijos.

4.2. Empirinių duomenų analizė

1 lentelė

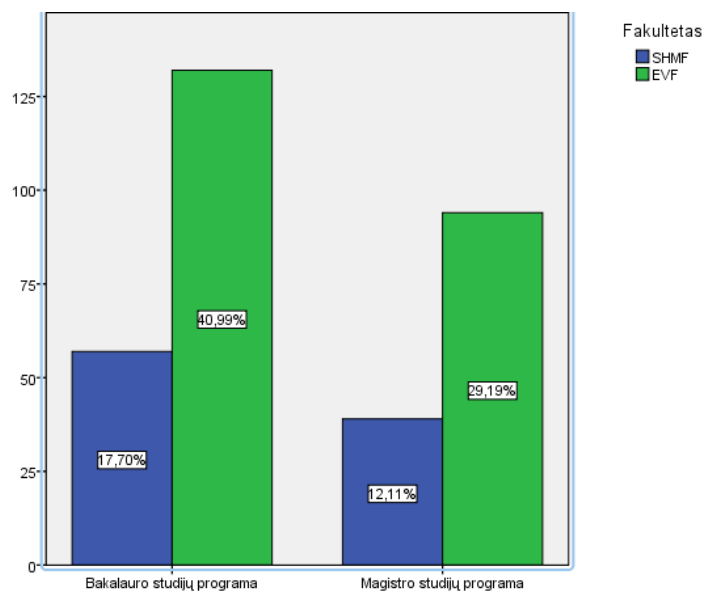
Tiriamųjų pasiskirstymas pagal fakultetus



Tyrimė iš viso dalyvavo 322 studentai iš KTU Socialinių, Humanitarinių, Menų fakulteto bei Ekonomikos ir verslo fakulteto. Daugiau nei 70 proc. respondentų pagal procentinę pasiskirstymą yra iš KTU Ekonomikos ir verslo fakulteto, tuo tarpu apie 30 proc. respondentų studijuoja Socialinių, humanitarinių, menų fakultete (žr. 1 lentelė).

2 lentelė

Tiriamųjų pasiskirstymas pagal studijų programą

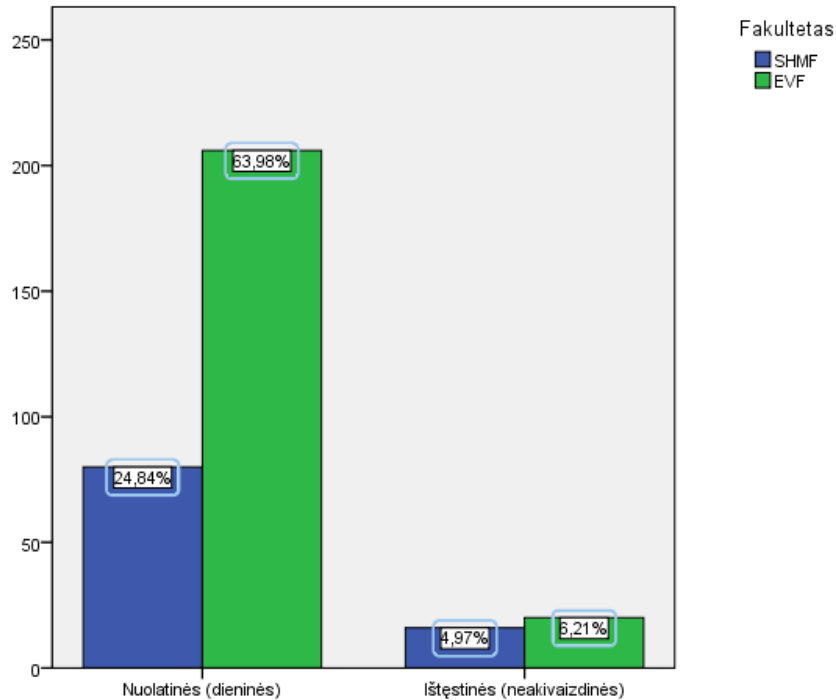


Pagal studijų programą aktyviausiai pildė anketas pagal bakalauro studijų programą besimokantys respondentai (1 pakopos), kurie sudaro 70, 18 proc. tyrimo imties (žr. 2 lentelė). Atitinkamai pagal magistrantūros studijų programą (2 pakopos) besimokantys studentai sudarė 29, 81

proc. Svarbu paminėti, kad apie pusę (40,99) respondentų dalyvavusių tyrime buvo iš Ekonomikos ir verslo fakulteto bakalauro studijų ir atitinkamai mažiau nei trečsdalis (29, 19 proc.) magistrantūros studijų. Tuo tarpu iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto mažiau nei 20 proc. (17, 70 proc.) studijuojančių pagal pirmos pakopos studijas (bakalauro) ir 12,11 proc. pagal antro pakopos studijų programas (magistrantūros).

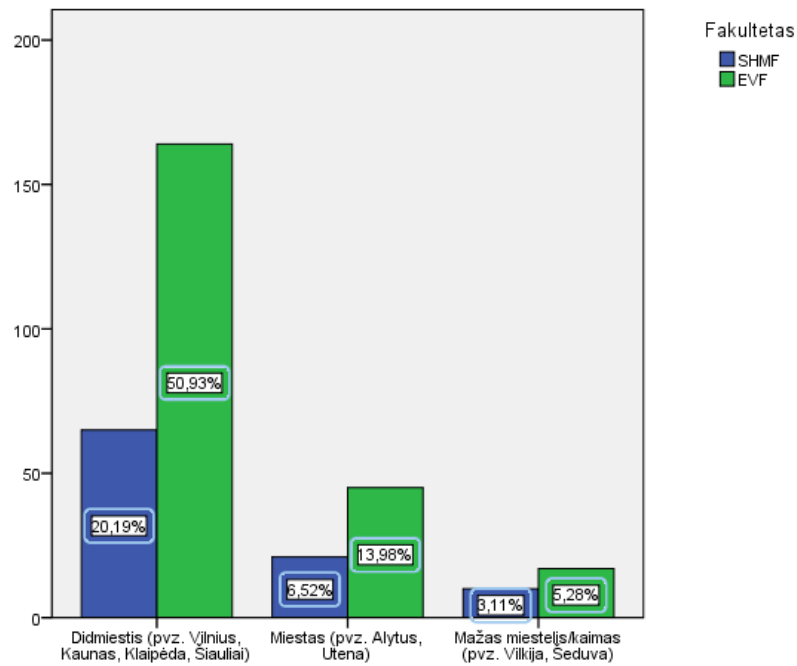
3 lentelė

Tiriamųjų pasiskirstymas pagal studijų formą



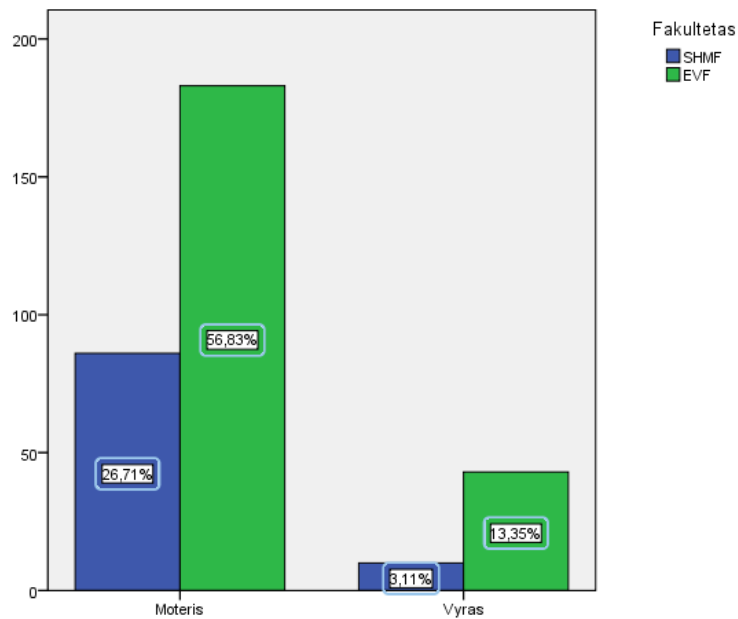
Apie 90 proc. respondentų mokosi pagal nuolatinės studijų programas, atitinkamas procentinis pasiskirstymas yra tarp fakultetų (žr. 3 lentelė). Daugiau nei pusė respondentų mokosi (63, 98 proc.) EVF pagal nuolatinę studijų programą, tuo tarpu apie 25 proc. respondentų mokosi SHMF. Iš grafiko matyti pagal iššėstinių studijų programas respondentų skaičius mažiausias.

Tiriamųjų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą



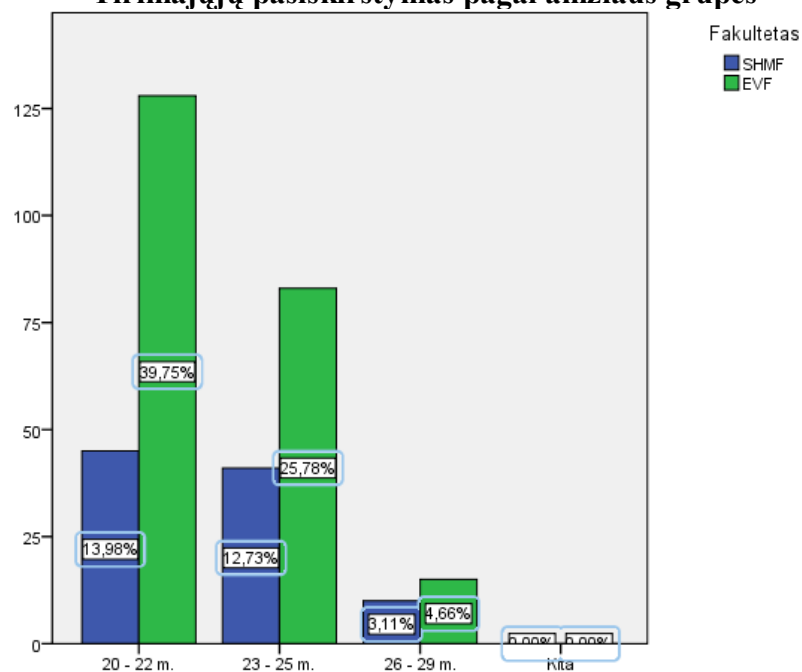
Didžiausia dalis respondentų atsakiusių į klausimus gyvena didmiesčiuose (žr. 4 lentelė). Šiuo atveju daugiau nei 50, 93 proc. iš Ekonomikos ir verslo fakulteto, iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto 20, 19 proc. Mažesniuose miestuose gyvena 13, 98 proc. respondentų iš Ekonomikos ir verslo fakulteto ir atitinkamai 6, 50 proc. iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto. Mažiausias respondentų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą yra mažuose miesteliuose/kaimuose. Mažiau nei 6 proc. respondentų yra iš Ekonomikos ir verslo fakulteto, tuo tarpu iš Socialinių humanitarinių, menų fakulteto daugiau nei trys procentai.

Tiriamųjų pasiskisrymas pagal lytį



Tyrimo dalyvavo 83, 54 proc. moterų, iš Ekonomikos ir verslo fakulteto sudarė 56, 83 proc., iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto per pus mažiau, t.y. 26, 71 proc. (žr. 5 lentelė). Pagal lytį, anketas užpildė 16, 46 proc. vyrų. Pagal procentinę pasiskirstymą aktyvesni buvo Ekonomikos ir verslo fakulteto studentai, kurie sudarė 13, 35 proc. imties. Iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto 3, 11 proc. vyrų užpildė anketas.

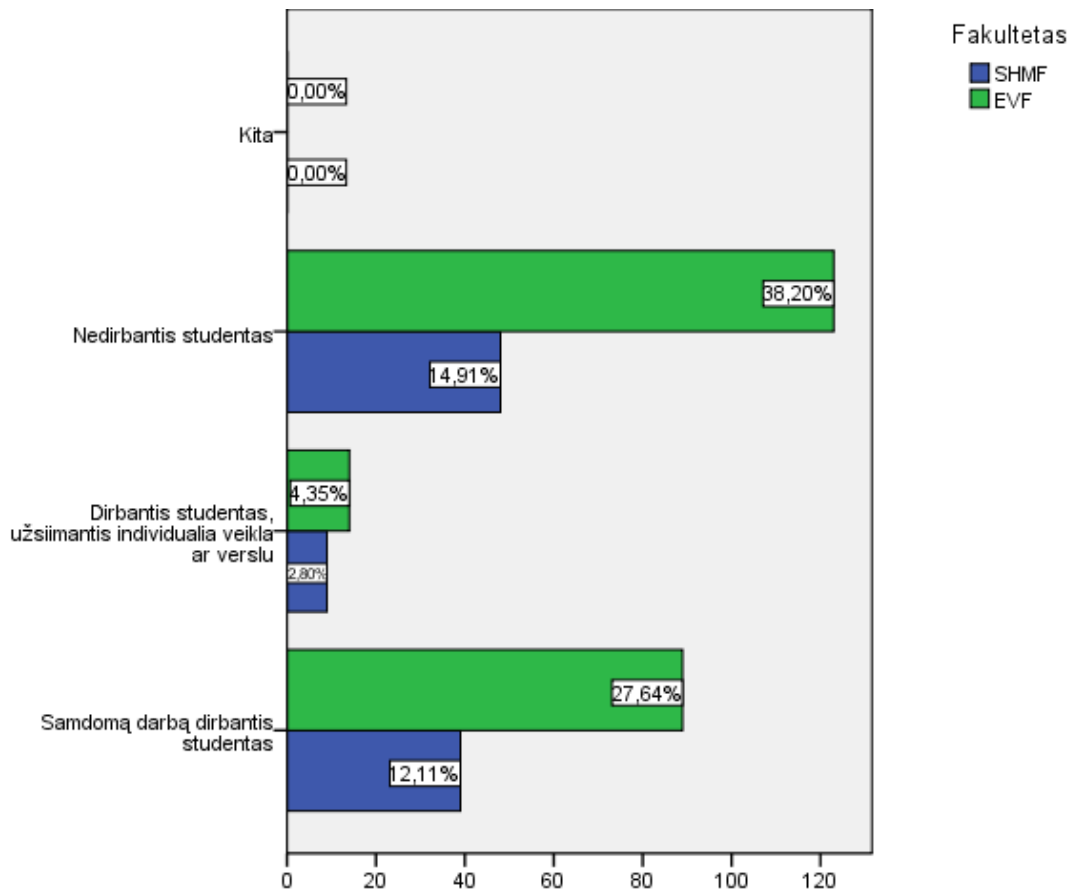
Tiriamųjų pasiskirstymas pagal amžiaus grupes



Didžiausia dalis respondentų užpildžiusių anketas buvo 20 – 22 m. Lyginant šios amžiaus grupės respondentų pasiskirstymą pagal fakultetus apie 40 proc. mokosi Ekonomikos ir verslo fakultete (žr. 6 lentelė). Tuo tarpu 13, 96 proc. tarp 20 – 22 m. amžiaus grupės yra iš Socialinių humanitarinių, menų fakulteto. Mažiau nei puse respondentų (38, 49 proc.) yra 23 – 25 m. amžiaus grupėje. Didenė dalis šios mažiaus grupės respondentų mokosi Ekonomikos ir verslo fakultete tai sudaro 25, 76 proc. Iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto per pus mažiau 12, 73 proc. 23 – 25 m. amžiaus grupėje. Mažiausiai aktyvūs tyrime 26 – 29 m. respondentai, kurie pagal anketų skaičių ir nurodytą amžių sudaro 7, 77 proc. tyrimo imties. Vyresni nei 25 m. respondentai yra iš Ekonomikos ir verslo fakulteto ir tai sudaro 4, 66 proc., tuo tarpu iš Socialinių, humanitarinių, menų fakulteto vienu procentu mažiau, 3, 11 proc.

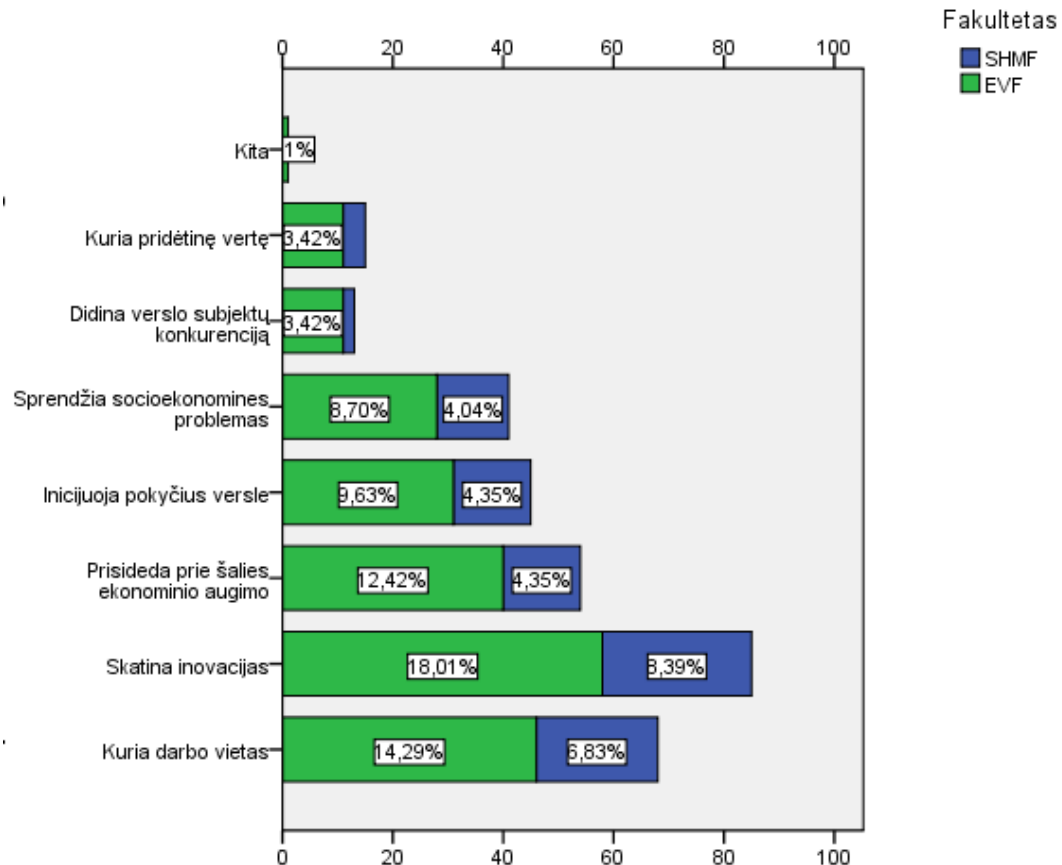
7 lentelė

Tiriamųjų pasiskirstymas pagal statusą



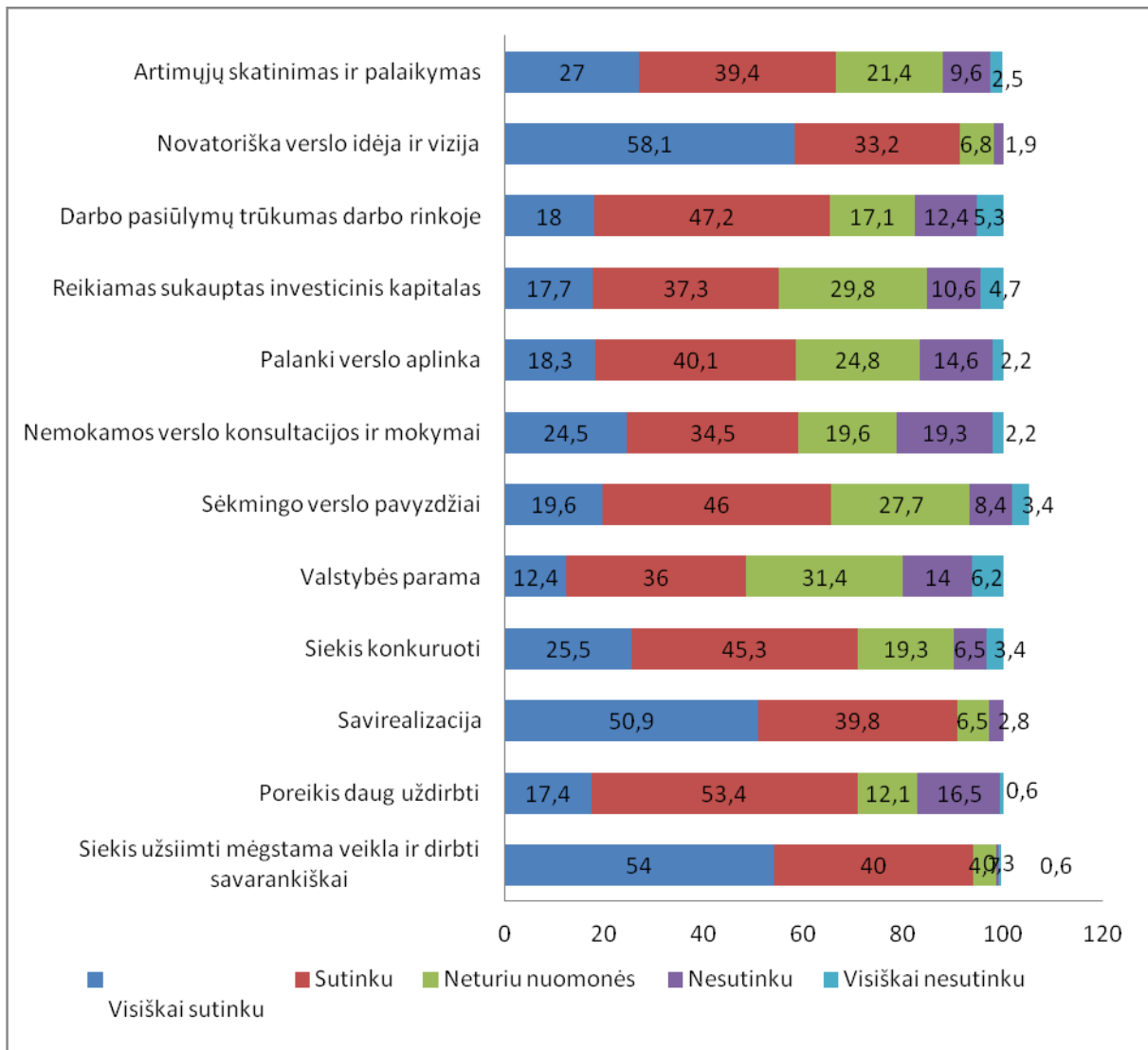
Didžiausią dalį anketų užpildė nedirbantys studentai t.y. 53 proc., tai yra daugiau nei pusę respondentų (žr. 7 lentelė). Iš jų 38, 20 proc. mokosi Ekonomikos ir verslo fakultete, tuo tarpu iš Socialinių, humanitarinių ir menų fakulteto 14, 91 proc. Svarbu paminėti, kad dirbantys studentai užsiimantys individualia veikla ar verslu sudaro apie 7 proc. tyrimo imties. Samdomą darbą dirbantys respondentai sudaro 39, 75 proc. tyrimo imties. Iš Ekonomikos ir verslo fakulteto dirbančių samdomą darbą yra 27, 64 proc. ir atitinkamai 12, 11 proc. iš Socialinių, humanitarinių ir menų fakulteto.

Antrepreneriško verslo vaidmuo valstybės gerovės kūrimo procese



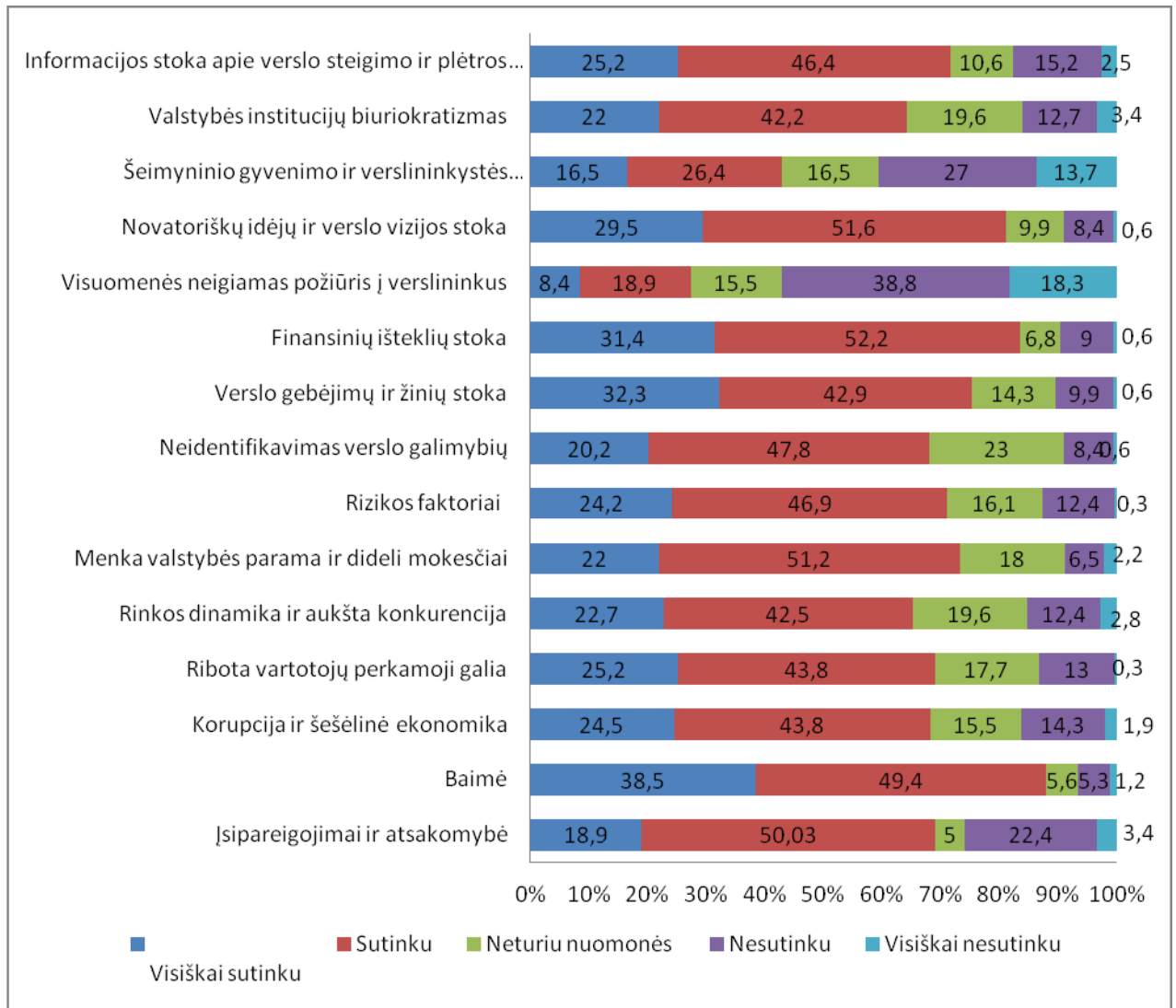
Respondentų nuomonės apie antrepreneriško verslo vaidmenį visuomenės gerovės kūrimo procese pagal fakultetus per nelyg stipriai neišsiskyrė (žr. 8 lentelė). Didžiausia respondentų dalis (26 proc.) mano, kad antrepreneriškas verslas skatina inovacijas versle, taip pat kuria darbo vietas (21, 12 proc.), prisideda prie šalies ekonominio augimo (16, 77 proc.) ir taip prisideda prie visuomenės gerovės kūrimo. Taip pat svarbu, kad apie 14 proc. respondentų mano, kad antrepreneriškas verslas inicijuoja pokyčius. Mažiau nei 13 proc. dalyvavusių tyrime mano, kad antrepreneriškas verslas padeda visuomenėje spresti opias socioekonominės problemas. Manančių, kad antrepreneriškas verslas didina verslo subjektų konkurenciją ir kuria pridėtinę vertę yra žemiausias procentas t.y. 3, 42 proc. Du respondantai pateikė savo variantus, vienas iš jų teigia, kad antrepreneriškas verslas tenkina naujus vartotojų poreikius, tuo tarpu kitas respondentas paminėjo, kad antrepreneriškas verslas padeda įgyvendinti svajones.

Veiksniai skatinantys kurti antreprenerišką verslą (%)



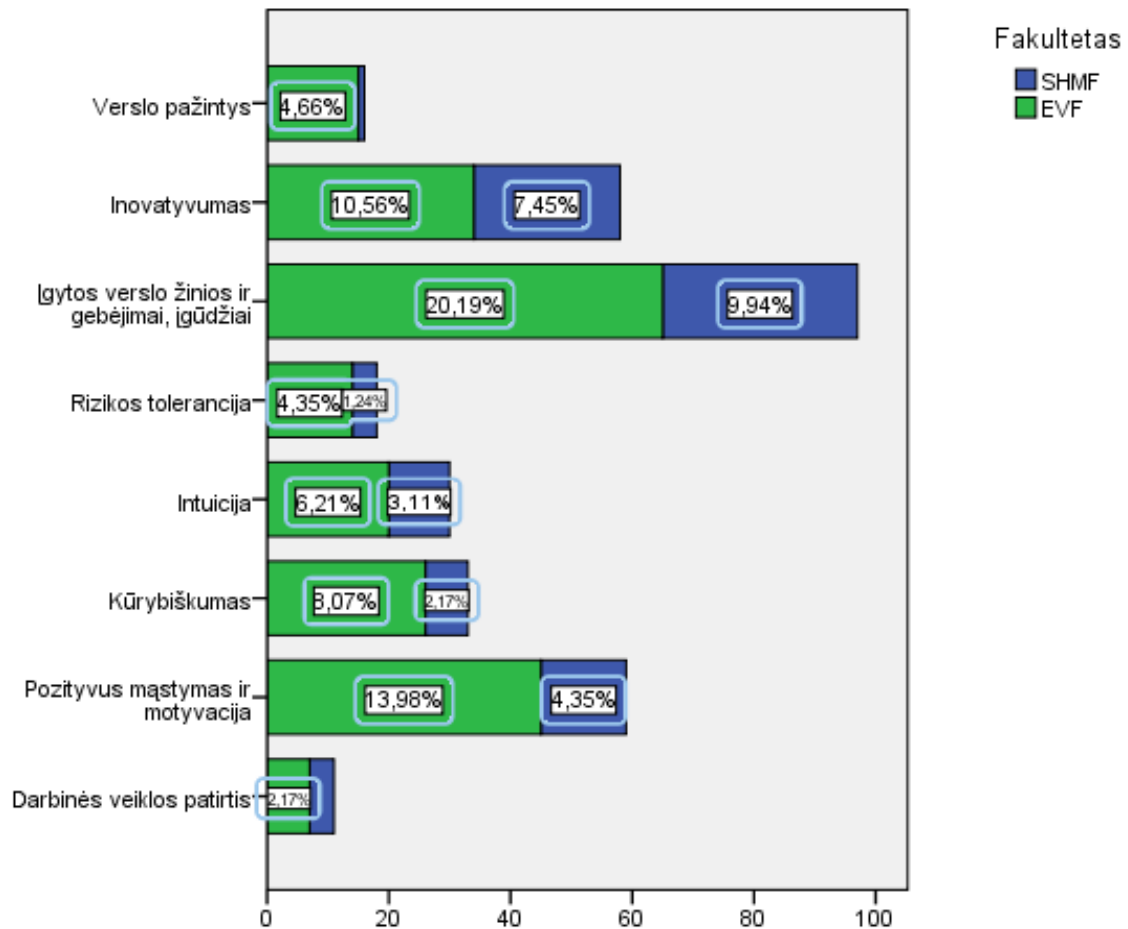
Daugiau nei pusę respondentų (54 proc.) visiškai sutinka su teiginiu, kad siekis pasirinkti mėgstamą veiklą ir dirbti savarankiškai yra vienas iš svarbiausių motyvų kurti antreprenerišką verslą (žr. 9 lentelė). Kita vertus svarbu paminėti, kad apie 54 proc. respondentų sutinka su teiginiu, kad steigiant nuosavą verslą yra galimybė užsidirbti daugiau. Net 58, 1 proc. respondentų mano, kad novatoriškos verslo idėjos ir verslo vizijos generavimas, skatina užsiimti individualiai veikla, kuriant nuosavą verslą. Siekis save realizuoti, viena iš pagrindinių priežasčių kurti antreprenerišką verslą, taip manančių visiškai sutinkančių yra daugiau ni 50 proc. Įdomu tai, kad daugiau nei 31 proc. respondentų neturi nuomonės apie valstybės paramos vaidmenį, kuriant verlui palankią aplinką. Svarbu paminėti apie didžiausia dalis (20 proc.) respondentų nesutinka su teiginiu, kad nemokamos verslo konsultacijos bei mokymai gali padėti skatinti įsteigti nuosavą antreprenerišką verslo kompaniją. Taip pat 14, 6 proc. respondentų nesutinka, kad palanki verslo aplinka gali skatinti jaunimą užsiimti savarankiška veikla.

Veiksniai trukdantys kurti antreprenerišką verslą (%)



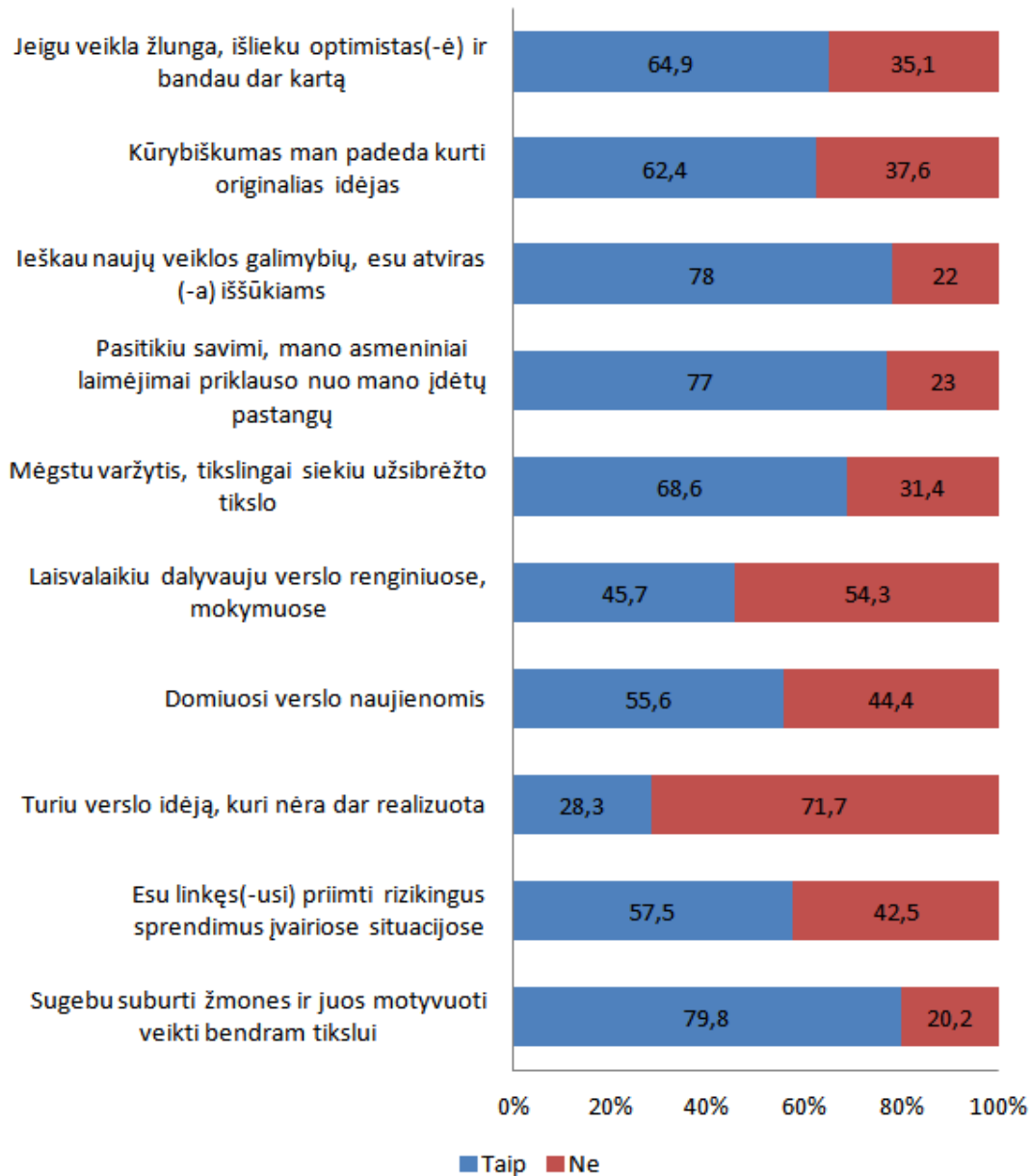
Didžiausia respondentų dalis net 38,5 proc. visiškai sutinka, kad baimės faktorius yra vienas iš svarbiausių ribojančių veiksnių kurti antreprenerišką verslą (žr. 10 lentelė). Verslo gebėjimų ir žinių stoka bei finansinių išteklių neturėjimas gali būti svarūs motyvai atidėti verslo plano įgyvendinimą. Kita vertus ribota vartotojų perkamoji galia bei informacijos apie verslo steigimo ir plėtros galimybes Lietuvoje svarbūs argumentai su kuriais visiškai sutinka 25,2 proc. respondentų. Visuomenės neigiamas požiūris į verslininkus, anot respondentų nėra svarus veiksnys trukdantis kurti antreprenerišką verslą, su šiuo teiginiu didžiausia respondentų dalis visiškai nesutinka (18,3 proc.). Taip pat šeimyninio gyvenimo ir verslininkystės nesuderinamumo galimybė 13,7 proc. respondentų nuomone antrodo visiškai neturintis įtakos verslininkystei.

Svarbiausias veiksnys lemiantis ilgalaikę antrepreneriško verslo sėkmę



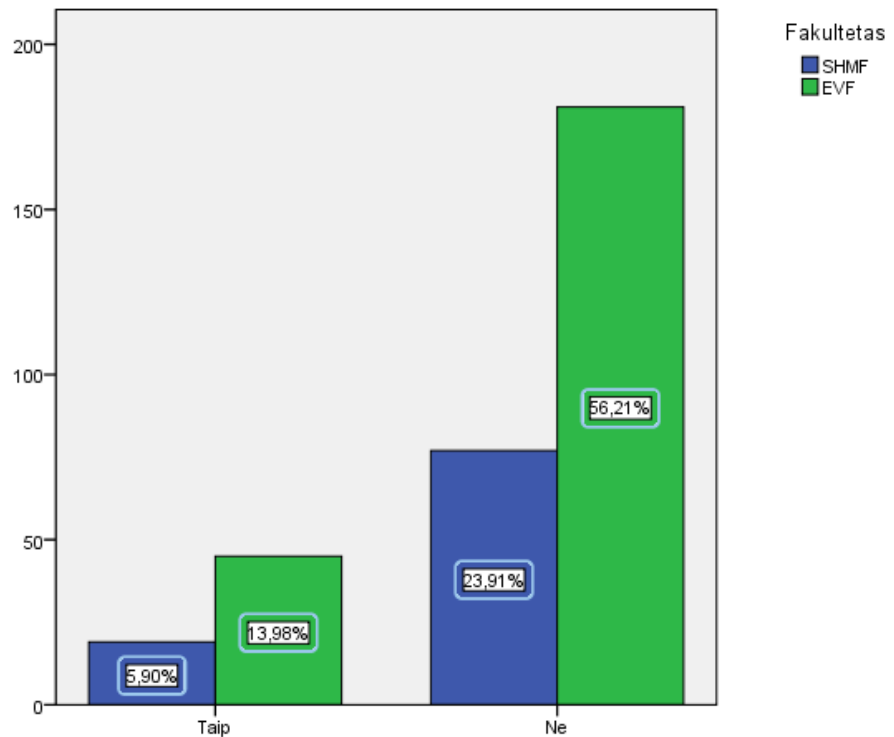
Studentų iš dviejų fakultetų (EVF ir SHMF) nuomonė apie veiksnius lemiančius ilgalaikę sėkmę lyginant variantų pasiskirstymo imtyje dažnį didelis skirtumas nepastebėtas (žr. 11 lentelė). Respondentų nuomone svarbiausias veiksnys lemiantis ilgalaikę antrepreneriško verslo sėkmę yra įgytos verslo žinios, gebėjimai ir įgūdžiai, šį variantą pažymėjo 30,13 proc. ir atitinkamai 20,19 proc. respondentų iš EVF ir 9,94 proc. iš SHMF. Taip pat vienas iš svarbesnių veiksnių respondentų nuomone prisidedančių prie verslo ilgalaikės sėkmės yra pozityvus mąstymas ir motyvacija, šį variantą išsirinko 18,33 proc. tyrime dalyvavusių asmenų. Mažiausiai turi įtakos verslo sėkmei respondentų nuomone rizikos tolerancija (5,74 proc.) ir darbinės veiklos patirtis (3,41 proc.).

Antrepreneriškų savybių charakteristika (%)



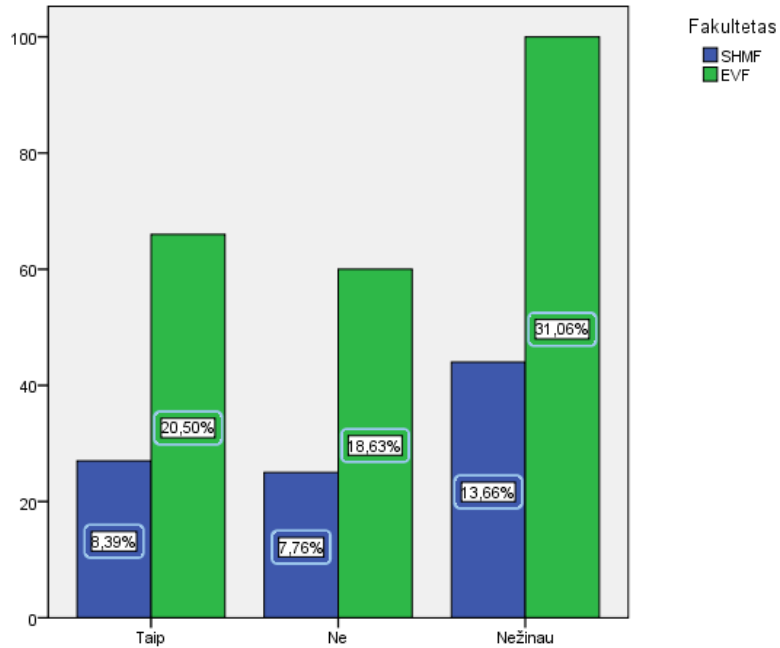
Didžiausia respondentų dalis net 79,8 proc. respondentų mano, kad jie sugeba suburti žmones ir juos motyvuoti veikti bendram tikslui (žr. 12 lentelė). Taip pat svarbu paminėti, kad 78 proc. respondentų ieško naujų veiklos galimybių, tačiau turinčių verslo idėjų, kurios dar nėra realizuotos siekia tik 28,3 proc.. Taip pat daugiau nei pusė respondentų neužsiima saviugda, nors 55,6 proc. domisi verslo aktualijomis. Net 77 proc. respondentų teigia, kad jie pasitiki savimi ir mano, kad asmeniniai laimėjimai priklauso nuo įdėtų pastangų, tačiau 42,5 proc. yra nelinkę rizikuoti įvairiose situacijose.

Tiriamųjų patirtis, steigiant nuosavą verslą



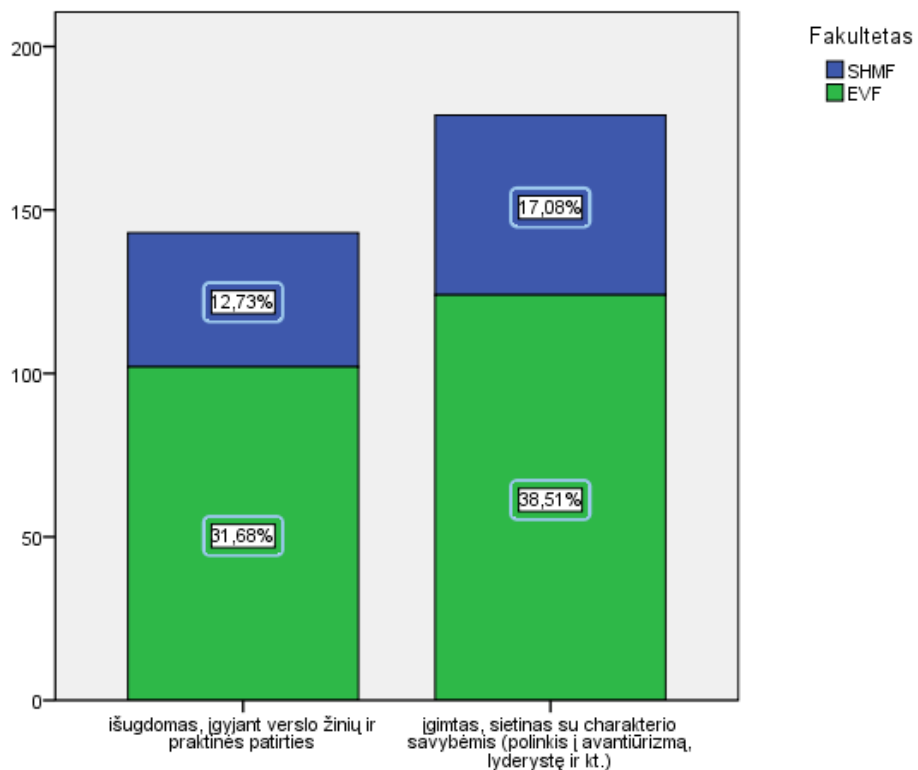
Daugiau nei 80 proc. respondentų neturi patirties, kuriant nuosavą verslą, tačiau pastebima, kad tarp studentų besimokančių EVF verslumo patirtis yra didesnė nei tarp SHMF (žr. 13 lentelė). Tarp EVF studentų turinčių patirtį steigiant verslą procentinis dydis siekia apie 14 proc., SHMF apie 6 proc. SHMF patirtis steigiant nuosavą verslą procentiškai perpus mažesnė nei EVF.

Antrepreneriško verslo steigimo galimybės 4 metų laikotarpyje



Planuojančių kurti ketverių metų laikotarpyje antreprenerišką verslą yra apie 29 proc. grafike matyti, kad antrepreneriais nori tapti 20, 50 proc. EVF studijuojantys respondentai ir dvigubai mažiau tarp SHMF respondentų, šis rodiklis siekia tik 8, 39 proc. (žr. 14 lentelė). Dalis respondentų t.y. 26, 39 proc. negalvoja įsteigti antreprenerišką verslą. Tuo tarpu 44 proc. respondentų nėra apsisprendę ar keturių metų laikotarpyje sieks save realizuoti verslo aplinkoje.

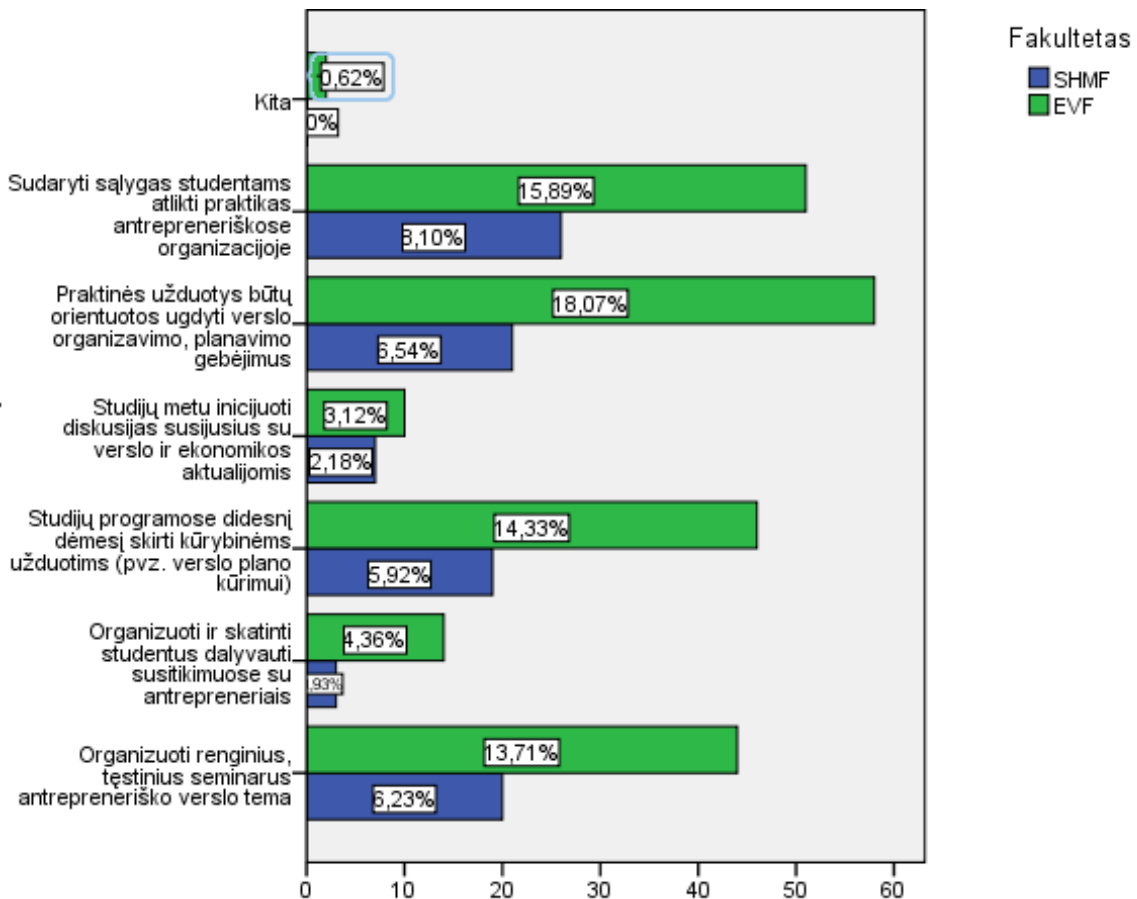
Antreprenerystės tipologizavimas



Iš grafiko matyti, remiantis respondentų atsakymų procentiniu pasiskirstymu tarp fakultetų išryškėja dominuojanti nuomonė, kad antrepreneriškas verslumas sietinas labiau su igimtomis charakterio savybėmis, šiuo požiūriu remiasi daugiau nei pusę respondentų (žr. 15 lentelė). Iš EVF su šiuo teiginiu sutinka 38, 51 proc. tuo tarpu respondentai studijuojantys SHMF pritaria 17, 08 proc. Mažiau nei pusę respondentų t.y. 44, 41 proc. mano, kad antreprenerystė yra išugdoma, atitinkamai už šiam teiginiui pritarė 31, 68 proc. respondentų iš EVF ir 12, 73 proc. iš SHMF.

16 lentelė

Universiteto vaidmuo antreprenerystės ugdyme

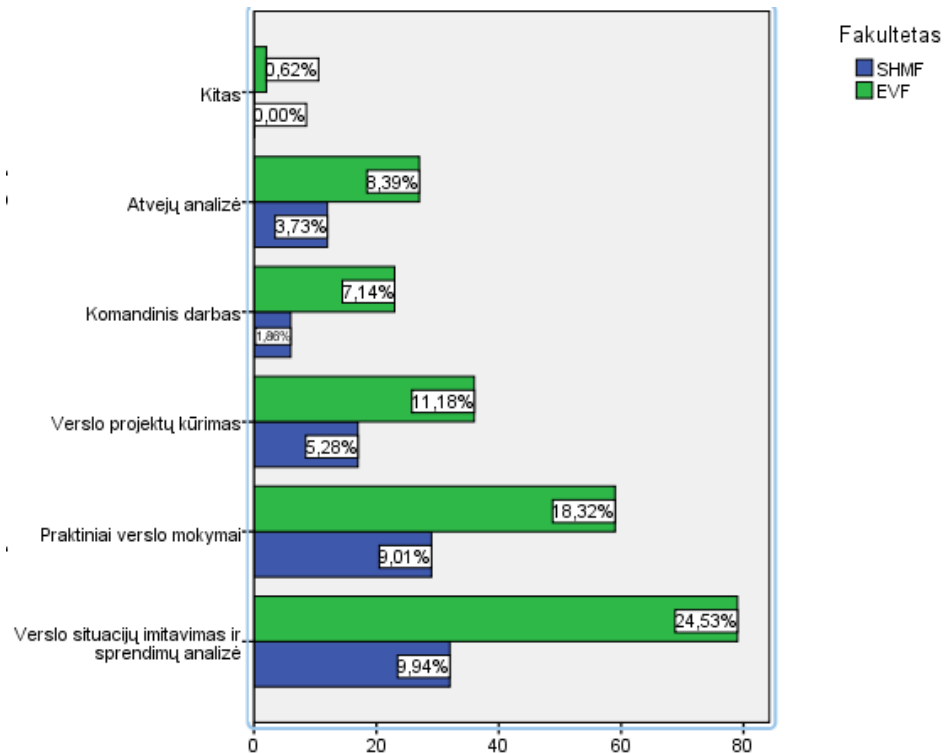


Didžiausia dalis respondentų (24, 61 proc.) mano, kad universitete studijų metu turėtų būti pateikiamos praktinės užduotys, kurios būtų orientuotos ugdyti verslo organizavimo ir planavimo gebėjimus (žr. 16 lentelė). Šis procentinis pasiskirstymas fiksuotas ne tik tarp EVF respondentų, tačiau ir studijuojančių SHMF. 23, 29 proc. atsakiusių į anketos klausimus, mano, kad universitetas suteikdamas galimybę atlikti praktikas studentams antrepreneriškose organizacijose skatintų antrepreneriško verslumo raišką studentų tarpe. Taip pat 20,56 proc. respondentų galvoja, kad studijų programose didesnis dėmesys turėtų būti skiriamas kūrybinėms užduotims, tuo tarpu 20, 25 proc. respondentų nuomone turėtų būti organizuojami tęstiniai seminarai, renginiai antrepreneriško verslumo tema. Diskusijos verslo aktualijomis studijų metu respondentų manymu yra mažiausiai efektyvus

būdas skatinti antrepreneriško verslumo raišką universitete. Du respondetai pateikė savo siūlimus, kaip universitetas galėtų didinti antreprenerystės potencialo galimybes studentų tarpe. Vienas iš pasiūlimų studijų metu kartu studentai su dėstytojų pagalba galėtų kurti mažus verslus. Kitas siūlimas susijęs atnaujinti metodinę medžiagą skirtą modulių dėstymui.

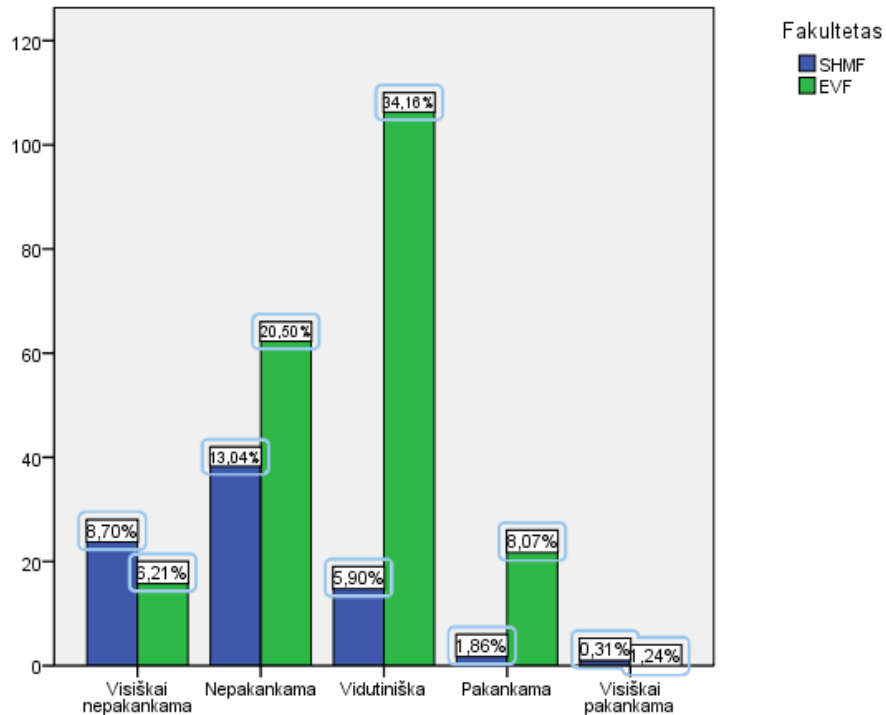
17 lentelė

Efektyviausias antreprenerystės ugdymo metodas



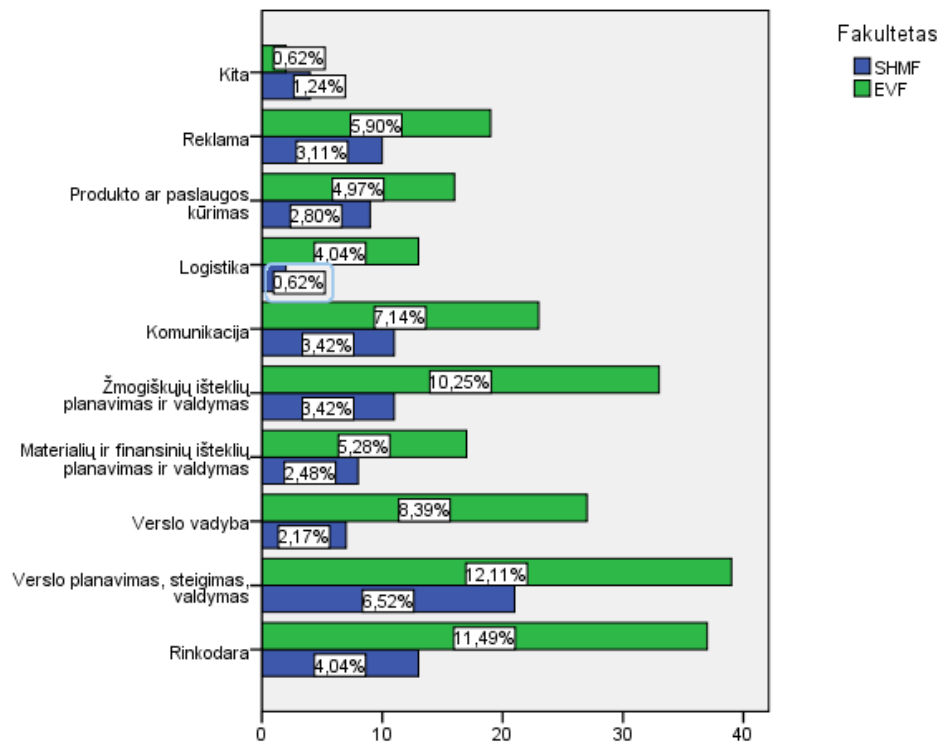
Respondentų nuomone verslo situacijų imitavimas ir sprendimų analizė yra efektyviausias metodas ugdyti antrepreneriškumą (žr. 17 lentelė). Šį variantą pasirinko apie 35 procentus (34, 27 proc.). Taip pat praktiniai verslo mokymai respondentų iš EVF ir SHMF manymu, gali padėti įgyti reikiamos verslumo kompetencijos. Mažiau efektyvūs verslo mokymai tarp EVF ir SHMF studentų yra verslo projektų kūrimas ir komandinis darbas. Tuo tarpu 12, 12 proc. respondentų mano, kad užduočių atlikimas grupėse ir atvejų analizė yra mažiausiai efektyvūs būdai didinti verslumo kompetenciją. Du respondetai EVF pateikė savo variantus, vienas iš jų į studijų programas nurėtų, kad būtų įtraukta pasaulio rinkos analizavimo ir tarptautinio verslo moduliai. Kitas respondentas pateikė norą išklaupti darnios ekonomikos modulį.

Antrepreneriška kompetencija



1, 55 procento respondentų mano, kad turima kompetencija yra visiškai pakankama siekiant steigti verslą. Iš grafiko matyti, kad respondentai neturi visiškai pakankamos antrepreneriškos kompetencijos, kuri padėtų kurti antreprenerišką verslą (žr. 18 lentelė). Tačiau didesnės dalis EVF turi reikiamos antrepreneriškos kompetencijos lyginant su SHMF studentais, įvertinant savo kompetenciją kaip pakankamą. Daugiausia respondentų (40 proc.) savo kompetenciją įvertino vidutiniškai. Trekdalis respondentų (33, 44 proc.) mano, kad jie nepakankamai kompetetingi verslo srityje. Didesnė dalis SHMF respondentų mano, kad jų kompetencija yra visiškai nepakankama (8, 70 proc.). Tarp EVF respondentų manančiųjų, kad jų kompetencija visiškai nepakankama 6, 21 proc., tai yra 2, 49 proc. mažiau nei tarp SHMF respondentų.

Sritis, kuriose labiausia trūksta kompetencijos, steigiant verslą



Mažiausiai kompetetingi respondentai remiantis procentiniu pasiskirstymu yra verslo planavimo steigimo, valdymo srityje (18, 63 proc.), taip pat rinkodaros (15, 53), žmogiškųjų išteklių srityse 13, 67 proc. (žr. 19 lentelė). Labiausiai respondentai kompetetingi reklamos, produkto ar paslaugos kūrimo, logistikos srityse. 1, 24 proc. respondentų iš SHMF pasirinko variantą „kita“ nurodydami, kad visose išvardintose srityse norėtų įgyti verslui reikalingų žinių ir kompetencijos. Tuo tarpu du respondentai iš EVF nurodė, kad norėtų sužinoti daugiau apie iššūkius su kuriais susiduria verslininkai.

4.3. Diskusija

Globalėjanti ekonomika suformavo naujus rinkos standartus, kurie sąlyginai prisidėjo prie antreprenerystės raiškos verslo aplinkoje. Antrepreneriško verslo potencialo perspektyvos priklauso nuo daugelio faktorių (Stokes, Wilson N., Wilson M., Mador, 2010). Palanki sociokultūrinė, politinė, ekonominė aplinkos teigiamai veikia ne tik verslo erdvę, tačiau ir sąlygoja produktyvų potencialių verslo subjektų aktyvumą, generuojant novatoriškas idėjas antrepreneriško verslumo kryptimi. Tyrimo rezultatai atskleidė respondentų nuomonę apie skatinančius veiksnius kurti antreprenerišką verslą. Paaiškėjo, remiantis tyrimo empiriniais duomenimis labiausiai skatinantis veiksnys kurti antreprenerišką verslą jaunimo tarpe yra novatoriško verslo idėjos turėjimas (žr. 9 lentelė). Goosen, Paul (2013) pažymi, kad verslo pasisekimas priklauso nuo pačios verslo idėjos ir jos realizavimo galimybių, atsižvelgiant į rinkos pokyčius, kokurencijos lygį, siekiant, pranokti klientų lūkesčius, identifikuojant jų poreikius. Kariv (2011) pabrėžia, kad verslo sėkmė priklauso nuo paslaugos ar prekės unikalumo. Novatoriškumas, inovatyvumas versle padeda kurti išskirtinius produktus ar paslaugas. Svarbu paminėti, kad užsiimti mėgstama veikla ir dirbti savarankiškai respondentų nuomone, yra svarus motyvas kurti antreprenerišką verslą (žr. 9 lentelė). Verslininko veikla lyginant su samdomo darbo specifika skiriasi autonomijos lygiu. Asmuo turintis idėją dar nerealizuota rinkoje turi platesnes savirealizacijos galimybes, savarankiškai pasirenkant verslo sritį, kuri asmeniškai labiausia domintų potencialų antreprenerių.

Daugiau nei 50 proc. respondentų sutinka, kad siekis realizuoti savo sukauptą žmogiškąjį kapitalą (verslumo kompetenciją, žinias, gebėjimus) versle yra viena iš svarių priežasčių kurti antreprenerišką verslą. Artimųjų skatinimas ir palaikymas remiantis tyrimo rezultatais taip pat svari priežastis kurti antreprenerišką verslą (žr. 9 lentelė). Kirby (2000) pažymi teigiamas artimųjų požiūris ir nuolatinis emocinis palaikymas, tikėjimas padeda siekiančiam save realizuoti versle nepalūžti kritinėse situacijose ir sėkmingai atlikti visus numatytus verslo plane darbus. Dalis respondentų (daugiau nei 35 proc.) sutinka, kad valstybės parama, turimas sukauptas investicinis kapitalas, palanki verslo aplinka, sėkmingo verslo pavyzdžiai, nemokamos verslo konsultacijos ir mokymai sudaro antrepreneriško verslo potencialo atviras panaudojimo galimybes. Cuervo, Ribeiro, Roig (2007) teigia, kad siekis kurti antreprenerišką verslą priklauso nuo išorinių aplinkybių (esamos verslo situacijos, valstybės vaidmens, taikomų verslumo priemonių efektyvumo) ir asmeninių motyvų. Svarbu paminėti, kad 5,3 proc. respondentų mano, kad perspektyvių darbo pasiūlymų trūkumas nėra svarbi priežastis kurti verslo. Galima sakyti, kad siekis kurti antreprenerišką verslą priklauso nuo išorinių veiksnių (verslo sąlygų) ir nuo vidinių (asmeninių motyvų ir artimųjų palaikymo).

Taip pat svarbu paminėti antrepreneriško verslo vaidmenį valstybės gerovės kūrimo procese. Antrepreneriškas verslas tai nauja verslo forma, kuri skatina inovacijas ir pokyčius versle (Jones, 2013). Šiam teiginiui pritaria daugiau nei ketvirtadalis respondentų (žr. 8 lentelė). Schumpeter reigia,

kad antrepreneriškas verslas ne tik imlus pokyčiams, inovacijoms, tačiau prisideda prie šalies ekonominio augimo (Baron, 2012). Kita vertus kuria darbo vietas, kurios yra svarbios, siekiant didinti užimtumą tarp socialinių grupių. Svarbu paminėti, kad 87 proc. nemano, kad antrepreneriškas verslas prisideda prie socioekonominių problemų sprendžiamumo (žr. 8 lentelė).

Norint kurti antreprenerišką verslą, svarbu objektyviai įvertinti rinkos situaciją, suvokti idėjos realizavimo galimybes, apžvelgiant finansų, žmogiškųjų išteklių, veiklos organizavimo aspektus. Šiuo atveju didžiausia respondentų dalis daugiau nei 40 proc. mano, kad labiausias ribojantis veiksnys kurti antreprenerišką verslą yra baimė (žr. 10 lentelė). Žinių trūkumas sąlygoja baimės jausmą, kuris trukdo išbandyti save naujoje veikloje, srityje. Baimė gali trukdyti imtis iniciatyvos ir tikslingai siekti užsibrėžto tikslo. Svarbu atkreipti dėmesį, kad daugiau nei 24 proc. respondentų visiškai sutinka, kad verslo gebėjimų, verslo idėjų, informacijos apie verslo steigimo ir plėtros galimybes, finansinių išteklių stoka, rizika, ribota vartotojų perkamoji galia, korupcija ir šešėlinė ekonomika sudaro barjerą kurti antreprenerišką verslą (žr. 10 lentelė). Galima sakyti, kad visi šie minėti veiksniai komplikuoja antrepreneriško verslo potencialo raišką jaunimo tarpe ir formuoja papildomą barjerą verslo aplinkoje.

Įgytos verslo žinios, gebėjimai ir įgūdžiai respondentų manymu yra svarbiausias veiksnys lemiantis ilgalaikę antrepreneriško verslo sėkmę (žr. 11 lentelė). Įgyta kompetencija realiose verslo situacijose padeda nepasimesti, sumažinti galimybę patirti didelius nuostolius, priimant strategiškai racionalius sprendimus (Herbert, Link, 1989). Siekis ilgalaikėje perspektyvoje užimti aukštą poziciją rinkoje svarbu vystyti daugiadalykinę kompetenciją versle. Pozityvus mąstymas padeda teigiamai reaguoti į įvairias iškilusias problemas susijusias su verslo steigimu ir plėtra. Pozityvus mąstymas padeda palaikyti motyvaciją, teigiamai vertinti potencialias savirealizacijos galimybes kaip palankias situacijas įgyti naudingos įvairiapusiškos patirties. Kūrybiškumas, intuityva, rizikos tolerancija, inovatyvumas ilgalaikėje perspektyvoje padeda antrepreneriškuo verslui prisitaikyti prie dinamiškos verslo aplinkos ir pokyčių (Davidson, 2006). Šiuo atveju inovatyvumą kaip svarbiausią veiksnį lemiantį ilgalaikę antrepreneriško verslo sėkmę pasirinko apie 19 proc. respondentų, kūrybiškumą apie 11 proc., intuityvą 10 proc. respondentų. Kūrybiškumas susijęs su gebėjimu pasitelkiant vaizduotę kurti originalias idėjas, kurios taptų perspektyviomis galimybėmis kurti unikalius produktus ar paslaugas. Intuityva padeda priimti svarbius verslo sprendimus, pasitelkiant subtiliuosius pojūčius ir išvalgas. Schumpeter inovatyvumas versle sietinas su naujovių diegimu, ar tam tikrų procesų tobulinimu, pasitelkiant strateginius metodus ir pažiangas technologijas (Acs, Audretch, 2010, Amatori, Colli, 2013,). Inovatyvumas padeda kurti pridėtinę vertę, pelną, kuriant konkurencinio pranašumo prielaidas.

Daugiau nei pusę respondentų mano, kad jie yra linkę varžytis, rizikuoti tikslingai siekia užsibrėžto tikslo, pasitiki savimi, ieško naujų veiklos galimybių, patyrūs nesėkmę, išlieka optimistai,

sugeba suburti žmones ir juos motyvuoti veikti bendram tikslui (žr. 12 lentelė). Taip pat daugiau nei pusę respondentų mano, kad kūrybiškumas jiems padeda kurti originalias idėjas, tačiau daugiau 70 proc. neturi verslo idėjos (žr. 12 lentelė). Galima sakyti, kad respondentai turi antenpreneriškų savybių, kurios yra naudingos steigiant novatorišką verslą. Drucker teigia, kad antenpreneriai pasižymi specifiniais būdo bruožais, kurie padeda atrasti naujas veiklos galimybes, išnaudojant esamus resursus (Buccurean, 2005). Daugiau nei pusę respondentų teigia, kad ieško naujų veiklos galimybių, tačiau keturių metų laikotarpyje daugiau nei ketvirtadalis neketina kurti antrepreneriško verslo, apie 45 proc. nėra apsisprendę ar savo karjerą norėtų sieti su verslu (žr. 14 lentelė). Svarbu paminėti lyties ir amžiaus faktorius. Vyrai labiau linkę kurti ateities perspektyvoje antreprenerišką verslą nei moterys, nors šiose dvejose grupėse vyrų ir moterų neapsisprendusių sieti karjera su komerciniais veikla yra didžiausia (žr. pried. nr. 3). Potencialiais antrepreneriais labiausiai nori tapti bakalauro studijų studentai, kurie 4 metų laikotarpyje ketina kurti antreprenerišką verslą (žr. pried. nr. 3). Šis procentinis rodiklių pasiskirstymas rodo, kad daugelis respondentų turi antrepreneriui būdingų būdo savybių, tačiau jos neskatina užsiimti individualia veikla. Nors daugiau nei 57 proc. respondentų linkę priimti rizikingus sprendimus įvairiose situacijose, tačiau tik apie 20 proc. respondentų turi patirties steigiant nuosavą verslą (13 lentelė). Tik Galima sakyti, kad antrepreneriško verslo potencialo raiška yra ribojama dėl verslumo patirties, verslo idėjų, aiškios ateities karjeros vizijos stokos.

Daugiau nei pusę respondentų domisi verslo naujienomis, tačiau laisvalaikio nedalyvauja verslo renginiuose, mokymuose (žr. 12 lentelė). Daugiau nei pusę respondentų (55, 59 proc.) antreprenerišką verslumą sieja su įgimtomis charakterio savybėmis (žr. 15 lentelė). Tuo tarpu 44, 39 proc. respondentų mano, kad antreprenerystė išugdoma (žr. 15 lentelė). Nors procentinis skirtumas tarp šių dviejų nuomonių (išugdomo ir įgimto antrepreneriško verslumo) nėra didelis (10 proc.), tačiau nedidelis respondentų aktyvumas užsiimant saviugda, rodo, kad antreprenerystės išugdymui suteikiama mažesnė reikšmė. Antrepreneriška kompetencija ir jos ugdymas skatina atrasti naujas savirealizacijos galimybes versle turint reikiamų žinių, gebėjimų, įgūdžių (Stokes D., Wilson, N., Wilson, M., Mador, 2010). Apie 40 proc. respondentų savo antreprenerišką kompetenciją vertina kaip vidutinišką (žr. 18 lentelė). Trečsdalis respondentų mano, kad jų antrepreneriška kompetencija yra nepakankama, apie 10 proc. respondentų mano, kad jų antrepreneriška kompetencija yra pakankama, siekiant kurti antreprenerišką verslą (žr. 18 lentelė). Du respondentai mano, kad antrepreneriška kompetencija yra visiškai pakankama, siekiant steigti verslą. Svarbu paminėti, kad antrepreneriška kompetencija respondentų iš EVF yra aukštesnė nei iš SHMF. Būtina paminėti, kad respondentų iš SHMF studijų programose nėra pakankamai įtraukta su verslu susijusių modulių, todėl kompetencija apimant verslo sritį yra žemesnė. Galima teigti, remiantis empirinių duomenų analize, kad kompetencijos susijusios su verslo žiniomis vidurkis siekia 3 balus tarp respondentų, ir šis balas

atitinka vidutinės antrepreneriškos kompetencijos lygį. Taigi įgytos verslo žinios, gebėjimai, įgūdžiai svarbūs vertinant turimą kompetenciją.

Analizuojant kompetencijos lygį tarp respondentų, svarbu paminėti, kad didžiausias poreikis įgyti žinių yra verslo planavimo, steigimo, valdymo rinkodaros, žmogiškųjų išteklių valdymo, verslo vadybos srityse (žr. 19 lentelė). Verslas apima specifinių sričių visumą, kurioje kompetencijos lygis lemia komercinės veiklos galimybes (Lundstrom, Stevenson, 2005). Labiausiai kompetetingi respondentai yra reklamos, produkto ar paslaugos, bei logistikos srityse, pagal procentinį pasiskirstymą, kiekvienos šių sričių populiarumas respondentų tarpe nesiekia 9 proc. Komunikacija versle apima bendravimo, bendradarbiavimo, derybų pobūdį, konfliktinių situacijų valdymo ir sprendimų būdus. Kuo komunikacija tarp verslo kompanijos darbuotojų yra atviresnė, tuo mažiau išvengiama nesusikalbėjimo situacijų. Kita vertus gebėjimas bendrauti padeda užmegzti glaudžius ryšius su potencialiais verslo partneriais, plečiant komercinės veiklos ribas tarptautinėje rinkoje. Šiuo atveju 10, 56 proc. respondentų norėtų komunikacijos srityje įgyti kompetencijos, kuri būtų naudinga, steigiant verslą ir plečiant verslo apimtis.

Svarbu paminėti universiteto vaidmenį verslumo ugdyme procese. Įvairių metodų taikymas švietimo įstaigose praplečia besimokančiųjų akiratį apie versle vykstančius įvykius, kita vertus, padeda įgyti naudingų žinių, gebėjimų, įgūdžių (Valero, Parton, Robb, 2014,). Universitetas studijų programose praktines užduotis orientuotas ugdyti verslo organizavimo, planavimo gebėjimus labiausiai prisidėtų prie antreprenerystės ugdymo studentų tarpe, taip manančių respondentų procentinis pasiskirstymas siekia 24, 61 proc. (žr. 16 lentelė). Taip pat respondentų nuomone universitetas turėtų sudaryti sąlygas studentams atlikti praktikas antrepreneriškose organizacijose (23, 99 proc.), studijų programose didesnę dėmesį turėtų skirti kūrybinėms užduotims (20, 25 proc.), organizuodamas tęstinius renginius, seminarus antrepreneriško verslo tematika (19, 93 proc.) ir taip prisidėtų prie antreprenerystės ugdymo, aukštesnės antrepreneriškos kompetencijos formavimo (žr. 16 lentelė). Galima sakyti, kompleksinių ugdymo priemonių taikymas skatintų studentus ne tik domėtis verslo aktualijomis, tačiau ir skatintų realizuoti savo idėjas versle.

Respondentų nuomone, efektyviausi antreprenerystės ugdymo metodai yra verslo situacijų imitavimas ir sprendimų analizė, praktiniai verslo mokymai, verslo projektų kūrimas (žr. 17 lentelė). Didesnis respondentų dėmesys skiriamas praktiniams metodams, kurie suteiktų galimybę atpažinti realias verslo situacijas. Tuo tarpu komandinis darbas ir atvejų analizė remiantis respondentų atsakymų procentiniu pasiskirstymu yra mažiau efektyvūs metodai antreprenerystės ugdymo procese (žr. 17 lentelė). Apibendrinant, svarbu paminėti, kad antrepreneriško verslo potencialo galimybės jaunimo nedarbo problemai mažinti, remiantis tyrimo rezultatais ir analizia priklauso nuo daugelio faktorių: verslo sąlygų, asmeninių motyvų, lyties, amžiaus, turimų antrepreneriui būdingų savybių, kompetencijos, universiteto vaidmens verslumo ugdymo srityje.

IŠVADOS

1. Išanalizavus teorinius paradigmas, nustatyta, kad antrepreneriško verslo konceptas kito apimant skirtingas klasikų ir neoklasikų teorinius išvalgas. Ekonomikos srityje antrepreneriškas verslas analizuojamas, siekiant išsiaiškinti išorinius ekonominius veiksnius skatinančius antreprenerystės vystimasi versle, traktuojant antrepreneri kaip rinkos dalyvį, ūkio subjektą, inovatorių, kapitalistą ir kt. Tuo tarpu sociologijos mokslinėje paradigmoje didesnis dėmesys yra skiriamas socialiniam kontekstui, tuo tarpu antropologijos mokslo srityje siekiama išsiaiškinti kultūriniam kontekste antreprenerystei suteiktas subjektyvias, simbolinius prasmes. Vadybos teorijos analizuoja antreprenerišką verslą kaip organizacinį subjektą, siekiant išsiaiškinti jo veikimo procesų bruožus, vadybinius ypatumus. Psichologijos mokslo diskurse dėmesys yra orientuotas ne į antrepreneriško verslo funkcinis aspektus, tačiau į antreprenerio asmenybės charakteristiką, siekiant išsiaiškinti esminius motyvus, priežastis užsiimti komerciniam veikla. Žinių visuomenė formuoja naujus antrepreneriško verslo standartus, komercinę veiklą nukreipiant į inovacijų, žinių kūrimą. Žinių vadybos taikymas verslo organizacijose, pagerina sisteminius organizacijos veiklos procesus, užtikrinant žinių cirkuliaciją tarp personalo.

2. Išanalizavus ES antreprenerystės politikos prioritetus nustatyta, kad jaunimo nedarbo problemai mažinti yra taikomos trys esminės priemonės: antreprenerystės ugdymas, finansinė parama ir verslo steigimo sąlygų gerinimas. Finansinė parama sietina su supaprastintomis procedūromis, apimant paskolų ir subsidijų teikimą. Verslo steigimo sąlygos sietinos su biurokratinių, administracinių procedūrų skaičiaus mažinimu. Ypatingas dėmesys yra skiriamas potencialių antreprenierių gebėjimų, įgūdžių lavinimui. Antreprenerystės politikos kontekste nustatyti antrepreneriškumo lavinimo barjerai: specialistų stoka, antreprenerystės ugdymas nėra daugelyje šalių įtrauktas į švietimo įstaigų programas, labiau pripažįstamas visuomenėje formalus verslumo švietimas. Antreprenerystės ugdymas labiau orientuotas į praktinius užduotis, kurios galėtų ateityje būti pritaikomos realiose verslo steigimo ir plėtros situacijose, nusprendus ateitį sieti su komercinės veiklos vystymu. Analizuojant antreprenerystės politikos prioritetus, nustatyta, kad šia politika siekiama įtraukti asmenis į antreprenerišką veiklą, didinant jų kompetencijos lygį (ugdymu), pašalinant barjerus verslo steigimui ir plėtojimui (pašalinant ribojimus mikro paskoloms gauti), gerinant verslo „klimatą“.

3. Analizuojant mokslinę literatūrą ir ekonomikos statistinius duomenis, nustatyta, kad antreprenerystė sietina tęstine naujų galimybių paieška. Galimybė užsiimti antreprenerišku verslu priklauso nuo asmeninių ir išorinių faktorių. Asmeniniai faktoriai apima amžiaus, lyties, rizikos – pasekmių santykio vertinimą. Išorinės priklauso nuo valstybės vykdomos verslo politikos (reguliavimo efektyvumo, rinkos atvyrumo/gyvybingumo, valdžios kontrolės, teisinių aspektų). Nustatyta, kad mokslo ir verslo bendradarbiavimas, prisideda prie inovacijų plėtotės, kurios užtikrina ne tik šalies ekonominį augimą, tačiau ir gerovės kūrimo ir pažangos prielaidas. Glaudi partnerystė skatina atrasti

naujus verslo problemų sprendimo būdus, kurie pagerintų įmonių veiklos efektyvumą ar produktų novatoriškumą.

4. Remiantis atlikto kiekybinio tyrimo duomenimis, nustatyta, kad antrepreneriškas verslas labiausia sietinas su inovacijomis, su darbo vietų kūrimu, taip pat manoma, kad prisideda prie šalies ekonominio augimo. Tačiau menkai siejamas su verslo subjektų konkurencijos inicijavimu, pridėtinės vertės kūrimu. Remiantis empirinių duomenų analize, pastebima, kad esminiai veiksniai skatinantys jaunimą kurti antreprenerišką verslą yra: novatoriškos verslo idėjos ir vizijos turėjimas, savirealizacijos galimybė sieti ateitį su verslu, pasirenkant dominančią sritį ir dirbant savarankiškai. Labiausia ribojantys antrepreneriško verslo potencialo raišką veiksniai: verslo gebėjimų ir žinių stoka, baimė, ribota vartotojų perkamoji galia, novatoriškų idėjų ir vizijos stoka, korupcija ir šešėlinė ekonomika. Išryškėjo koreliacija tarp išsilavinimo ir verslumo kompetencijos, tačiau ryšys tarp statuso ir siekio kurti verslą itin menkas. Taip pat nustatyta, kad nėra priklausomybės tarp rizikos faktorių vertinimo ir verslo patirties. Nustatyta, kad asmenys turintys verslo žinių pagrindus, palankiau vertina savo antreprenerišką kompetenciją ir ketina kurti verslą, nei tie kurie nėra išklausių verslo modulių. Tačiau didžioji respondentų dalis, nors ir pasižymi antrepreneriškomis savybėmis, tačiau dauguma studentų neužsiima saviugda, neturi verslo idėjos, verslo patirties, itin aukštos kompetencijos verslo srityje ir nėra apsisprendia sieti karjerą ir ateitį su verslu, todėl mano, kad antrepreneriškumas yra įgimtas. Didžiausias poreikis įgyti žinių verslo planavimo, steigimo valdymo, rinkodaros, žmogiškųjų išteklių planavimo ir valdymo sityse. Universitetas galėtų prisidėti prie antrepreneriškumo ugdymo, į mokymosi programą integruojant praktinės užduotis, orientuotas į verslo organizavimo, planavimo gebėjimus, suteikiant galimybę atlikti praktiką antrepreneriškoje organizacijoje, didesnę dėmesį skiriant kūrybiškoms užduotims. Nustatyta, remiantis empiriniais duomenų analiziais efektyviausi būdai ugdyti antreprenerišką verslą: verslo situacijų imitavimas ir verslon sprendimų analizė. Antrepreneriškų gebėjimų ugdymas itin svarbus kompetencijos vystymui ir antrepreneriško verslo potencialo raiškai.

REKOMENDACIJOS ANTREPRENERIŠKO VERSLO KAIP PRIEMONĖS JAUNIMO NEDARBO PROBLEMOMS MAŽINTI

Rekomendacijos sociokultūrinio lygmeniu. Vienas iš pagrindinių ribojančių veiksnių užsiimti antrepreneriška veikla yra informacijos stoka viešajame diskurse. Įvairiomis medijos priemonėmis teikiama patikima ir išsami informacija apie valstybės teikiamą finansinę paramą, nemokamas verslo konsultacijas, mokymus, supaprastintas verslo steigimo ir bankrutavimo sąlygas Lietuvoje skatintų jaunimą labiau domėtis antrepreneriško verslo galimybėmis, teikiant daugiau informacijos. Vienas iš pagrindinių veiksnių ribojančių kurti verslą yra baimė. Baimė susijusi su žinių ir informacijos stoka apie verslo kūrimo, steigimo, plėtros sėkmingą strateginį įgyvendinimą. Didesnė informacijos cirkuliacija viešojoje erdvėje prisidėtų prie antrepreneriško verslo kultūros plėtotės šalyje. Platesni informacijos srautai apie sėkmingus antrepreneriško verslo pavyzdžius, sulauktų daugiau dėmesio, patraukliai pateikiant informaciją. Žiniasklaidoje turėtų būti skiriamas didesnis dėmesys sėkmingo, inovatyvaus verslo pavydžių viešinimui, akcentuojant verslo teikiamą naudą ne tik asmeniui, bet ir visuomenėj, atskleidžiant savisamdos galimybes, pabrėžiant teikiamus privalumus ir trūkumus, kurie padėtų apsispręsti ir objektyviai įvertinti savo galimybes.

Rekomendacijos politiniu lygmeniu. Kuriant palankias verslo sąlygas, svarbu dėmesį nukreipti į mokestinę, finansinę ir administracinę sritis, siekiant pašalinti barjerus susijusius su paskolų prieiga, užtikrinti mokestinės sistemos lankstumą, sumažinti įmonės įregistravimo procedūras. Supaprastinus teisinį reguliavimą, valstybės institucijų biurokratizmą, apimant teikiamų paslaugų administracinę sritį, atitinkamai sumažėtų finansinės išlaidos ir laiko sąnaudos, įtraukiant naujas įmones į registrą. Didesnis dėmesys turėtų būti skiriamas korupcijos ir šešėlinės ekonomikos griežtesniam reguliavimui, skatinant lygias konkurencijos sąlygas rinkoje, mažinant monopolijų struktūrų spaudimą naujoms įmonėms.

Rekomendacijos švietimo lygmeniu. Didesnis dėmesys turėtų būti skirtas antreprenerystės ugdymui, įtraukiant į mokymosi programas pasirenkamuosius antrepreneriško verslo tematika modulius. Antreprenerystės ugdymo procese turėtų būti taikomi ne tik teoriniai mokymo metodai apie verslą, ugdant analitinius gebėjimus, tačiau dėmesį sutelkiant į praktines užduotis: verslo situacijų imitavimą ir sprendimų analizę, verslo projektų kūrimą. Praktinės užduotys suteiktų reikiamų žinių ir gebėjimų, patirties reikalingų verslo planavimui, steigimui, plėtrai ir prisidėtų prie antreprenerišku savybių ugdymo. Užduotys reikalaujančios kūrybiškumo padėtų atrasti naujas savirealizacijos galimybes dominančiose srityse, kuriant originalias idėjas. Galimybė atlikti praktiką antrepreneriškose organizacijose, leistų jaunimui iš arčiau susipažinti su antrepreneriškos veiklos ypatumais, atliekant pavestas užduotis antreprenerių – mentorių. Organizuojant renginius, tęstinius seminarus antrepreneriško verslo tema, turi būti inicijuojamos atviros diskusijos, apie jaunimo iššūkius, kuriant

antreprenerišką verslą. Įgyta kompetencija (žinios, gebėjimai, įgūdžiai) leistų objektyviai įvertinti verslo aplinkos situacijas, išvelgiant perspektyvias galimybes užsiimti individualia, savarankiška veikla.

Literatūros sąrašas

1. Acs, Audretsch (2010). Handbook of Entrepreneurship Research– An Interdisciplinary Survey and Introduction. 5 tomas iš *International Handbook Series on Entrepreneurship*. Springer Science & Business Media.
2. Amatori, Colli (2013). Business History– Complexities and Comparisons. Routledge. p. 23
3. Barynienė, Paužaitė, Cibulskaitė (2014). Verslumo ugdymo visuotinio politinės ir teisinės iniciatyvos. VIEŠOJI POLITIKA IR ADMINISTRAVIMAS. PUBLIC POLICY AND ADMINISTRATION 2014, T. 13, Nr. 3 / 2014, Vol. 13, No 3, p. 497-512p. 497-512
4. Bartkus, Piktys (2007). Įmonių organizavimas ir rizika: Smulkaus verslo organizavimas. Kaunas: „Technologija“
5. Bhatia (2009). History Of Economic Thought, 4E. Vikas Publishing House Pvt Ltd, p. 196 – 198
6. Bagdonienė (2013) Vartotojo dalyvavimo, teikiant žinioms imliąsias verslo paslaugas, valdymas: teorinės išvalgos. Technologija. 39 -41 p.
7. Balkienė K., Jagminas J. (2010). Allusion to public policy: innovative entrepreneurship. Viešoji politika ir administravimas, 34, 32–46.
8. Baran, D., Veličkaitė, R. (2008). Building the theoretical framework of entrepreneurship. 5th International Scientific Conference Business and Management. Vilnius Gediminas Technical University. Vilnius. Technika, 22-27.
9. Baron R. 2012. Entrepreneurship– An Evidence-based Guide. Edward Elgar Publishing, 24-49.
10. Barzdaitė A., Navickienė R. (2013). ANTREPRENERYSTĖS RAIŠKA TURIZMO VERSLE. MOKSLAS IR PRAKTIKA: aktualijos ir perspektyvos. MOKSLINIŲ STRAIPSNIŲ RINKINYS. Kaunas, 26-36.
11. Bessant J., Tidd J. (2011). Innovation and Entrepreneurship. John Wiley & Sons. 9-11.
12. BUCCUREAN m. (2008). Innovation – the characterstic tool of entrepreneurs. Universety of Oradea, Fakulty Economics. No. 1, 4 – 23.
13. Budreikaitė, Mockutė, Anuševičiūtė (2002). Verslo steigimo Europos Sąjungos šalyse verslininko vadovas. Vilnius: Fantazija ir forma. 21 - 22
14. Bolton B. Thompson J. (2004). Entrepreneurs. Talent, Temparament, Technique. Routledge, 117-162.
15. Borch J.O, Fayolle A., Ljunggren A.2011. Edward Elgar Publishing, 239-243.
16. Busenitz, L. W., & Lau, C. M. (1997). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. Entrepreneurship Theory and Practice, 25-40.
17. Casson (2003). The Entrepreneur– An Economic Theory. *Modern Revivals in Economics*. Edward Elgar Publishing,
18. Chell E. (2000). Entrepreneurship: Globalization, Innovation and Development. London: Thomson Learning creation. Entrepreneurship Theory and Practice, 20(4): 25-39.

19. Carsrud A. L., Brännback M. E. (2007). *Entrepreneurship*. Greenwood Publishing Group, 6-10.
20. Cuervo A., Ribeiro D., Roig S. (2007). *Entrepreneurship – Concepts, Theory and Perspective*. Springer, 33-50.
21. Dapkus (2006) *Inovacijų ekonomika*. Vitae litera. 22-23 p.
22. Dapkus, Railienė (2012) *Regiono ūkio plėtra*. Kauno technologijos universitetas. Vitae litera. 14 p.
23. Daugialienė (2011) *ES ekonominė integracija: priežastys, raida, perspektyvos* *Technologija*. 140 p.
24. Dumčiuvienė (2011) *Europos ekonominė integracija*. *Technologija*. 28 p.
25. Davidsson P. (2006). *Researching Entrepreneurship*. Springer, 11-27.
26. Ekelund, Hébert 2013 81 – 82. *A History of Economic Theory and Method– Sixth Edition*. Waveland Press. p. 81 – 82
27. Etemad, Wright . (2003) *Globalization and Entrepreneurship– Policy and Strategy Perspectives* *McGill international entrepreneurship series*. Edward Elgar Publishing.
28. Frese, M., Fay, D. (2001). *Personal Initiative: An Active Performance Concept for Work in the 21st Century*. *Research in Organisational Behaviour*. Vol 23.
29. Gallaher, Link, Petrusa (2007). *Marshall and Schumpeter on Evolution– Economic Sociology of Capitalist Development*. Edward Elgar Publishing. p. 85 – 86
30. Gibb, A. (1987). *Enterprise culture – its meaning and implications for education and training*, *Journal of European Industrial Training*. Vol. 11. Issue 2.
31. Giddens, Anthony. 2005. *Sociologija*. Kaunas: UAB „Poligrafija ir informatika“
32. Gineitienė, Korskaitė Kučinskienė, Tamulevičius (2003). *Verslas*. Rosma. 19-50
33. Herbert, R.F., Link, A.N. 1988. *The entrepreneur – mianstream views and radical critiques*. New York: Praeger.
34. Herbert, Link (2011). *A History of Entrepreneurship*. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 2 No. 9 [Special Issue - May 2011], 241
35. Jones, Wadhvani (2006). *Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda*. 07-007, p. 4-5
36. Jucevičius, R. (1998). *Strateginis organizacijų vystymas*. Kaunas
37. Julien P. J. 2008. *A Theory of Local Entrepreneurship in the Knowledge Economy*. Edward Elgar Publishing, 80 – 83
38. Jakštinenė (2013) *Darbo rinkos segmentacija*. *Technologija*. 22 -23 p.
39. Janiūnaitė, Petraitė, Jucevičius (2011) *Organizacijų inovacinė kultūra*. *Technologija*. 21 -22 p.
40. Jucevičienė, Blažėnaitė , *Žmogiškųjų išteklių valdymas intelektualioje organizacijoje*.KTU leidykla "Technologija"., p. 43
41. Jucevičius, Kriaučionienė, (2008). *Žinių organizacijos valdymas*. KTU leidykla "Technologija". p. 89.

42. Jucevičius, Oržekauskas, Jucevičius, (2008). Verslo ir socialinė įžvalga. KTU leidykla "Technologija". p, 4
43. Jucevičienė, Šajeva. 2008. Žinių valdymas. KTU leidykla "Technologija". p. 7 – 8
44. Juodis, Oržekauskas, 2008. Verslo procesų valdymo sprendimai. KTU leidykla "Technologija". 33 p.
45. Iversen J., Jorgensen R., Malchow-Molle N. 2008. Defining and Measuring Entrepreneurship. Now Publishers Inc. 4-10.
46. Juozaitienė, Čižauskaitė. 2010. ŽINIŲ EKONOMIKA IR JOS VYSTYMOSI TENDENCIJOS LIETUVOJE ES ŠALIŲ KONTEKSTE. ISSN 1648-9098. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. 2010. 2 (18), 54
47. Karazijienė, Sabonienė (2010). ŽINIŲ VISUOMENĖS FORMAVIMAS ŽINIŲ EKONOMIKOS KONTEKSTE. ISSN 1822-6515 ISSN 1822-6515 EKONOMIKA IR VADYBA: 2010. 15. 566-568
48. Kariv D. 2011. Entrepreneurship – An International Introduction. Taylor & Francis, 51-66.
49. Kirby, D. A.. 2000. Entrepreneurship. Maidenhead: Mc Graw-Hill Education. 64-95.
50. Karazijienė, Reda Keršienė, Aldona Markauskienė, Ruslanas Kovaliovas (2011) Inžinerinių sprendimų ekonomika. Technologija. 145 p.
51. Kučinskienė, Jatuliavičienė (2002). Globali ekonomika ir antreprenerystė. ISSN 1392-1258. EKONOMIKA 2002 60 (2), 70-71
52. Kriščiūnas, K., Daugėlienė, R. (2006). Žiniomis grįstos ekonomikos link: žinių raiška ir skvarba. Kaunas: Technologija. 26-30
53. Kriščiūnas, K., Greblikaitė, J. 2007. Entrepreneurship in Sustainable Development: SMEs Innovativeness in Lithuania. Kaunas. No 4 (54), 21-27.
54. Kourilsky, Walstad, Thomas. 2007. The Entrepreneur in Youth– An Untapped Resource for Economic Growth, Social Entrepreneurship, and Education *New horizons in entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
55. Landstrim, Lohrke. 2010. Historical Foundations of Entrepreneurial Research. Edward Elgar Publishing. p. 60
56. Leonavičius, Norkus, Tereškinas (2005). *Sociologijos teorijos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
57. Lydeka, Z. 1996. Verslininkas, verslumas ir verslininkystė // Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. Nr.2. Kaunas: VDU.
58. Langvinienė. 2013 Tarptautinė paslaugų prekyba „Technologija“.
59. Lundstrom, Stevenson. 2005. Entrepreneurship Policy: Theory and Practice. Springer.
60. Praszkie, Nowak (2011). Social Entrepreneurship– Theory and Practice. Cambridge University Press., p. 15-26
61. Maskvytienė, I, Urbonas, J. 2001. Įmonės konkurencingumo modelio jėgos ir struktūra. Inžinerinė ekonomika, 2(22), p. 28-33.

62. Melnikas. 2014. Tarptautinis verslas. Žinių inovacijos ir žinių ekonomikos kūrimas. Vilnius: „Technika“.
63. Michael, Morris. 2014. *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy*. 2014 Edward Elgar Publishing.
64. Nisbet. 1980. *History of the Idea of Progress*. Transaction Publishers. p. 185
65. Paunksnienė, Antanavičienė, Peleckis, (2011) *Verslo pagrindai*, Vilnius
66. Petkevičiūtė, Vadybinė kompetencija: teorija ir praktika, Kaunas.
67. Richard J., Goossen, Stevens R. Paul. (2013). *Entrepreneurial Leadership– Finding Your Calling, Making a Difference*. InterVarsity Press, 18 – 29
68. Rinkevičius . 2008. Mokslas, technologija ir šiuolaikinės visuomenės kaita. *Technologija*. 106 p.
69. Uus, Vaitkienė, Petraitė. 2012. Strateginio marketingo plano rengimo metodologija. *Technologija*. 25 p.
70. Rinkevičius. 2011. Mokslas, technologija ir visuomenės kaita. „Technologija“. 128p.
71. Schoorl. 2012. Jean-Baptiste Say– Revolutionary, Entrepreneur, Economist *Routledge Studies in the History of Economics*. Routledg. p. 68 – 69
72. Simanavičienė (2011) *Verslo aplinka Lietuvoje ir Ukrainoje: sektorinė analizė, II t. Verslo aplinka Lietuvoje*. KTU "Technologija" leidykla, 50 p.
73. Snitka V., Gerdvila S. (2001). Antreprenerystė ir jos įtaka ekonomikos augimui. *Ekonomika*. Vilniaus universiteto leidykla, 54, 126–133.
74. Stripeikis . 2007. Smulkus verslas Lietuvoje: iššūkiai ir vystymosi galimybės. SSN 1392-1142, ORGANIZACIJŲ VADYBA: SISTEMINIAI TYRIMAI: 2007.44, 142-143
75. Stokes D., N. Wilson, N. Wilson, M. Mador (2010). *Entrepreneurship*. Cengage Learning EMEA, 10-19.
76. Šilingienė. 2012. *Lyderystė*. KTU leidykla: Technologija.
77. Valero, parton, Robb. 2014. *Entrepreneurship Education and Training Programs around the World*
78. Vijeikis. 2003. *Rinkodara: nuo klasikinės teorijos iki šiuolaikinio pritaikymo*. Rosma.
79. Welter, Smallbone. 2011. *Handbook of Research on Entrepreneurship Policies in Central and Eastern Europe Elgar Original Reference Series*. Edward Elgar Publishing.
80. Zahra, S., Jennings, D., Kuratko, D. (1999). The antecedents and consequences of firm – level entrepreneurship: The state of the field // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol.
81. Žitkus. 2011. Europos verslas, I d. Europos verslo aplinkos raida. KTU leidykla "Technologija", 179 p.
82. Žostautienė. 2010. *Marketingo kultūra*. „Technologija“. p. 96.

Internetiniai šaltiniai

83. Cooney (2012). Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses. Report for the Workshop on ‘Skills Development for SMEs and Entrepreneurship, http://www.oecd.org/cfe/leed/Cooney_entrepreneurship_skills_HGF.pdf
84. Doing business tinklalapis, <http://www.doingbusiness.org/>
85. Europos inovacijų suvestinė, http://www.tb.lt/PIC/PNA/PNA/PNA-61_str-03.pdf
86. Europos Komisijos. 2013. Bendro užimtumo ataskaitos projektas, http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/2014/jer2014_lt.pdf
87. Europos komisijos pranešimas spaudai: „Ekonomika Europoje vėl augs išlaisvinus verslumo potencialą“ 2013, europa.eu/rapid/press-release_IP-13-12_lt.doc
88. Europos komisija. 2013. „Antrepreneriško mąstymo ir įgūdžių ugdymas ES“ Building Entrepreneurial Mindsets and skills in the EU/]
89. Kardelis. Mokslinių tyrimų metodologija, <http://www.scribd.com/doc/37948910/K-Kardelis-Mokslini%C5%B3-tyrim%C5%B3-metodologija-ir-metodai#scribd>
90. Petkevičiūtė, Kaminskytė. 2003, Vadybinė kompetencija: teorija ir praktika. <http://www.lb.lt/petkeviciute>
91. OECD (2012). European Union. Policy Brief on Youth Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe, http://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf

PRIEDAI**Priedas nr. 1****Klausimynas**

Laba diena,

Esu KTU SMF magistrantė, rašau baigiamąjį darbą apie antrepreneriško verslo potencialą jaunimo nedarbo problemai spręsti.

*Tyrimo tikslas: išanalizuoti antrepreneriško verslo potencialo raišką tarp KTU studentų.

Apklausa anoniminė. Atidžiai skaitykite klausimus ir Jums tinkamus variantus pažymėkite: X.

Prašu skirti keletą minučių anketos pildymui.

Iš anksto dėkoju už Jūsų sugaištą laiką!

1. Studijuojate:

Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultete

Ekonomikos ir verslo fakultete

2. Šiuo metu studijuojate pagal:

bakalauro studijų programą

magistrantūros studijų programą

3. Studijų forma:

Nuolatinės (dieninės)

Iššestinės (neakivaizdinės)

4. Jūsų gyvenamoji vieta:

Didmiestis (pvz. Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai)

Miestas (pvz. Alytus, Utena)

Mažas miestelis/kaimas (pvz. Vilkija, Šeduva)

5. Jūsų lytis:

Moteris

Vyras

6. Jūsų amžius:

20 - 22 m.

23 - 25 m.

26 - 28 m.

Kita (įrašykite)

7. Jūsų statusas:

- Samdomą darbą dirbantis studentas
- Dirbantis studentas, užsiimantis individualia veikla ar verslu
- Nedirbantis studentas

8. Jūsų nuomone, kaip antrepreneriškas verslas prisideda prie visuomenės gerovės kūrimo?(vienas galimas atsakymas)

- Kuria darbo vietas
- Skatina inovacijas
- Prisideda prie šalies ekonominio augimo
- Inicijuoja pokyčius versle
- Sprendžia socioekonominės problemas (pvz. emigracija)
- Didina verslo subjektų konkurenciją
- Kuria pridėtinę vertę
- Kita (įrašykite)

9. Įvertinkite veiksnius skatinančius antrepreneriško verslo kūrimą (vienas galimas atsakymas kiekvienoje eilutėje)

	Visiškai sutinku	Sutinku	Neturiu nuomonės	Nesutinku	Visiškai nesutinku
Siekis užsiimti mėgstama veikla ir dirbti savarankiškai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poreikis daug uždirbti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Savirealizacija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siekis konkuruoti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valstybės parama	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sėkmingo verslo pavyzdžiai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nemokamos

verslo

konsultacijos ir

mokymai

Palanki verslo

aplinka

Reikiamas

sukauptas

investicinis

kapitalas

Perspektyvių

darbo pasiūlymų

trūkumas darbo

rinkoje

Novatoriška verslo

idėja ir vizija

Artimųjų

skatinimas ir

palaikymas

10. Jūsų nuomone, svarbiausias veiksnys lemiantis ilgalaikę verslo sėkmę (vienas galimas atsakymas)

Darbinės veiklos patirtis

- Pozityvus mąstymas ir motyvacija
- Kūrybiškumas
- Intuicija
- Rizikos tolerancija
- Įgytos verslo žinios ir gebėjimai, įgūdžiai
- Inovatyvumas
- Verslo pažintys

11. Įvertinkite veiksnius trukdančius kurti antreprenerišką verslą (vienas galimas atsakymas kiekvienoje eilutėje)

	Visiškai sutinku	Sutinku	Neturiu nuomonės	Nesutinku	Visiškai nesutinku
Įsipareigojimai ir atsakomybė	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baimė	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korupcija ir šešėlinė ekonomika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ribota vartotojų perkamoji galia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rinkos dinamika ir aukšta konkurencija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menka valstybės parama ir dideli mokesčiai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rizikos faktoriai (pvz. bankroto galimybė)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neidentifikavimas verslo galimybių	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verslo gebėjimų ir žinių stoka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finansinių išteklių trūkumas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visuomenės neigiamas požiūris į verslininkus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novatoriškų idėjų ir verslo vizijos stoka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Šeimyninio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

gyvenimo ir
verslininkystės
nesuderinamumas

Valstybės

institucijų

biurokratizmas

Informacijos stoka

apie verslo

steigimo ir plėtros

galimybes

Lietuvoje

12. Įvertinkite situacijas (vienas galimas atsakymas kiekvienoje eilutėje)

Taip Ne

Sugebu suburti

žmones ir juos

motyvuoti veikti

bendram tikslui

Esu linkęs(-usi)

priimti rizikingus

sprendimus

įvairiose

situacijose

Turiu verslo idėją,

kuri nėra dar

realizuota

Domiuosi verslo

naujienomis

Laisvalaikiu

dalyvauju verslo

renginiuose,

mokymuose

(kursuose,

seminaruose ir kt.)

Mėgstu varžytis,
tikslingai siekiu
užsibrėžto tikslo

Pasitikiu savimi,
mano asmeniniai
laimėjimai
priklauso nuo
mano idėjų
pastangų

Ieškau naujų
veiklos galimybių,
esu atviras (-a)
iššūkiams

Kūrybiškumas
man padeda kurti
originalias idėjas

Jeigu veikla
žlunga, išlieku
optimistas(-ė) ir
bandau dar kartą

13. Ar turite patirties steigiant nuosavą verslą?

Taip

Ne

14. Ar planuojate kurti antreprenerišką verslą ketverių metų laikotarpyje ?

Taip

Ne

Nežinau

15. Jūsų manymu, antreprenerystė yra (vienas galimas atsakymas)

išugdoma, įgyjant verslo žinių ir praktinės patirties

įgimta, sietinas su charakterio savybėmis (polinkis į avantiūrizmą, lyderystę ir kt.

16. Jūsų nuomone, kaip universitetas galėtų prisidėti prie antreprenerystės ugdymo?(vienas galimas atsakymas)

- Organizuoti renginius, tęstinius seminarus antrepreneriško verslo tema
- Organizuoti ir skatinti studentus dalyvauti susitikimuose su antrepreneriais
- Studijų programose didesnę dėmesį skirti kūrybinėms užduotims (pvz. verslo plano kūrimui)
- Studijų metu inicijuoti diskusijas susijusias su verslo ir ekonomikos aktualijomis
- Praktinės užduotys būtų orientuotos ugdyti verslo organizavimo, planavimo gebėjimus
- Sudaryti sąlygas studentams atlikti praktikas antrepreneriškose organizacijose
- Kita (įrašykite)

17. Jūsų manymu, kuris metodas yra efektyviausias, siekiant ugdyti antrepreneriškus gebėjimus studijų metu? (vienas galimas atsakymas)

- Verslo situacijų imitavimas ir sprendimų analizė
- Praktiniai verslo mokymai
- Verslo projektų kūrimas
- Komandinis darbas
- Atvejų analizė
- Kitas (įrašykite)

18. Įvertinkite kompetenciją, siekiant kurti antreprenerišką verslą

1 2 3 4 5

Visiškai nepakankama Visiškai pakankama

19. Pasirinkite sritį, kurioje norėtumėte pagilinti verslo žinias, įgyti naujų gebėjimų (vienas galimas atsakymas)

- Rinkodara
- Verslo planavimas, steigimas, valdymas
- Verslo vadyba
- Materialių ir finansinių išteklių planavimas ir valdymas
- Žmogiškųjų išteklių planavimas ir valdymas
- Komunikacija (bendravimo, bendradarbiavimo, sprendimų priėmimo, derybų, konfliktų valdymo ir kita)

- Logistika
- Produkto ar paslaugos kūrimas
- Reklama
- Kita (įrašykite)

Priedas nr. 2

Hipotezių tikrinimas

Tyrimė dalyvavo 322 respondetai iš EVF ir SHMF.

1. Verslumo kompetencijos vidurkiai KTU EVF ir SHMF populiacijose skiriasi.

Suformuluota statistinė hipotezė:

Nulinė hipotezė: $H_0: \mu_1 = \mu_2$ (vidurkiai lygūs)

Alternatyvioji hipotezė: $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ (vidurkiai nelygūs)

Pasirinktas hipotezei tikrinti Studento t kriterijus, skirtas nepriklausomoms imtims.

Statistinio reikšmingumo lygmenį $\alpha = 0,05$

Pasiklovimo lygmuo $Q = 0,95$

Group Statistics

	Fakultetas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Verslumo kompetencija	SHMF	96	2,06	,916	,093
	EVF	226	2,68	,857	,057

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Verslumo kompetencija	Equal variances assumed	,105	,746	-5,810	320	,000	-,619	,107	-,829	-,409
	Equal variances not assumed			-5,655	168,914	,000	-,619	,109	-,835	-,403

Formuluojama dar viena hipotezė:

$H_0: \sigma_1 = \sigma_2$ (dispersijos lygios)

$H_1: \sigma_1 \neq \sigma_2$ (dispersijos nelygios)

Levene's Test for Equality of Variances stulpelyje F statistinė reikšmė = 0,105.

Pagal gautus duomenis $p = 0,746$, $0,746 > 0,05$ kuri rodo, kad dispersijos statistiškai reikšmingai nesiskiria.

Sig. 2 – tailed stulpelyje p reikšmė = 0,000, $p < \alpha$

Išvada: kintamojo *verslumo kompetencija* vidurkiai EVF ir SHMF populiacijose statistiškai reikšmingai skiriasi. SHMF studentų verslumo kompetencijos vidurkis (2,06) yra statistiškai reikšmingai mažesnis už EVF studentų vidurkį (2,68).

2. Hipotezė: KTU studentų statusas ir siekis kurti antreprenerišką verslą ateityje yra tarpusavyje susiję.

Pasirinktas hipotezei tikrinti Pearsono kriterijus, skirtas nustatyti koreliacija tarp kintamųjų.

$H_0: \rho = 0$ (nepriklausomi)

$H_1: \rho_1 \neq 0$ (reikšmiga)

		Statusas	Ar planuojate kurti antreprenerišką verslą ketverių metų laikotarpyje ?
Statusas	Pearson Correlation	1,000	,016
	Sig. (2-tailed)		,773
	N	322,000	322
Ar planuojate kurti antreprenerišką verslą ketverių metų laikotarpyje ?	Pearson Correlation	,016	1,000
	Sig. (2-tailed)	,773	
	N	322	322,000

Statistinio reikšmingumo lygmenį $\alpha = 0,05$

Pasikliovimo lygmuo $Q = 0,95$

$p = 0,773, 0,773 > 0,05$

Išvada: statusas ir siekis kurti keturių metų laikotarpyje antreprenerišką verslą yra visiškai nepriklausomi. Ryšys tarp kintamųjų yra labai silpnas arba jo išvis nėra.

3. Hipotezė: KTU studentų verslo rizikos faktorių vertinimas skiriasi priklausomai nuo turimos verslo patirties.

Hipotezei tikrinti buvo pasirinktas Medianos kriterijus

Statistinio reikšmingumo lygmenį $\alpha = 0,05$

Frequencies			
		Patirtis steigiant nuosavą verslą	
		Taip	Ne
Rizikos faktoriai	> Median	17	76
	<= Median	47	182

$p = 0,647$, $p > \alpha$
 $0,647 > 0,05$

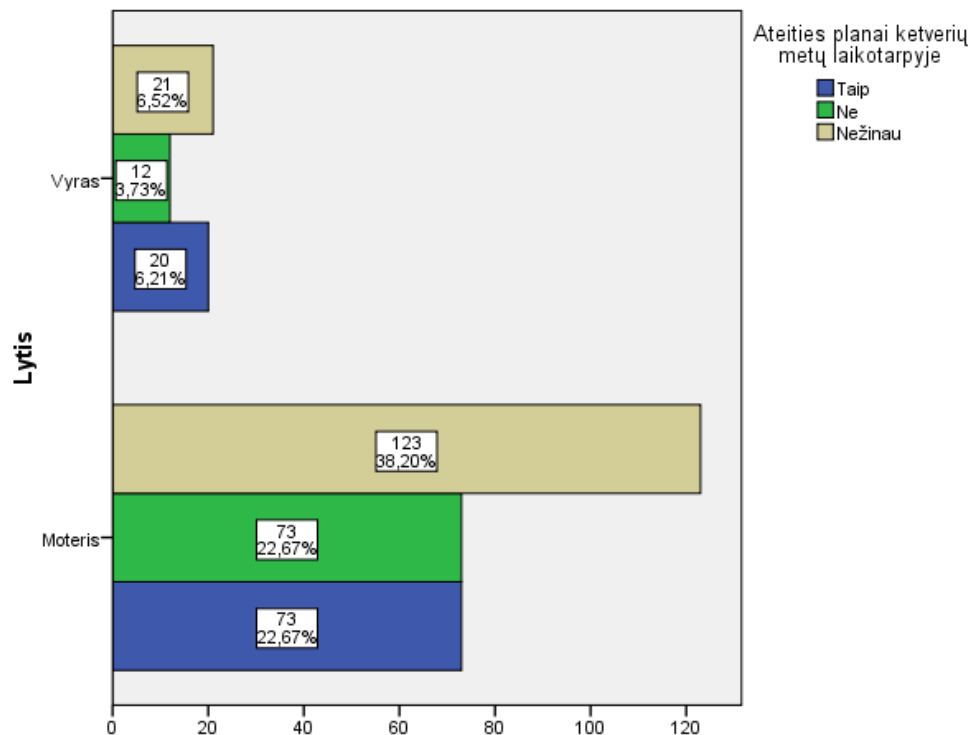
Test Statistics ^a		Rizikos faktoriai
N		322
Median		2,00
Chi-Square		,209
df		1
Asymp. Sig.		,647
Yates' Continuity Correction	Chi-Square	,092
	df	1
	Asymp. Sig.	,762

a. Grouping Variable: Patirtis steigiant nuosavą verslą

Išvada: hipotezė nepasitvirtino, KTU studentų rizikos faktorių vertinimas nesiskiria priklausomai nuo verslo patirties.

Priedas nr. 3

Antrepreneriško verslo steigimo galimybės 4 metų laikotarpyje (lyties aspektu)



Antrepreneriško verslo steigimo galimybės 4 metų laikotarpyje (amžiaus aspektu)

