



GREITO AUGIMO ĮMONIŲ SKATINIMO POLITIKOS YPATUMAI

Vaida Pilinkienė, Povilas Mačiulis, Birutė Kurlavičiūtė

Kauno technologijos universitetas

Anotacija

Greito augimo įmonės – tai įmonės, kurių vidutinis metinis darbuotojų prieaugis didesnis kaip 20 proc. tris metus iš eilės. Dėl reikšmingos įtakos ekonomikos rodikliams, šie verslo subjektai tapo verslo skatinimo politikos formuotojų dėmesio centre. Nedidelė greito augimo įmonių grupė sukuria ženklią dalį naujų darbo vietų daugelyje valstybių. Todėl greito augimo įmonių skatinimo politika dažnai valstybėse įteisinama siekiant spręsti visuomenės problemas, tokias kaip nedarbas. Bendrąją prasmę, smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo politikos tikslas yra kurti naujas įmones ir sukurti draugišką aplinką mažoms įmonėms. Šioje vietoje ir išsiskiria politikos formuotojų nuomonės, nes vieni renka įgyvendinti bendrąją skatinimo politiką, o kiti orientuojasi į didžiausią potencialą turinčias smulkaus ir vidutinio verslo įmones. Tam, kad suprasti greito augimo įmonių skatinimo politikos ypatumus, straipsnyje identifikuojami veiksniai skatinantys sparčią plėtrą. Straipsnyje analizuojamos greito augimo įmonių problematika, tai pat aptariama verslo skatinimo neigiami aspektai ir rizikos. Straipsnyje nagrinėjama JAV greito augimo įmonių skatinimo praktika. Pateikiamos pagrindinės skatinimo kryptis, kurios lemia verslininkų ambicijas įgyvendinti įmonės augimą ir skatina įmonių plėtrą. Dėl svarbių ekonomikos, socialinių ir politinių vaidmenų, visų lygių valdžios (nacionalinė, regioninė ir vietos), sukūrė strategijas remti smulkų ir vidutinį verslą. Šiame straipsnyje pateikiami visų lygių valdžios verslo skatinimo pavyzdžiai. Vertinant smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo politiką reikia ją atskirti į dvi šakas: bendrąją įmonių politiką ir greito augimo įmonių politiką. Šių atskirų skatinimo politikų instrumentai ir priemonės yra panašios, tačiau jų specifikacijos skiriasi. Nėra vienareikšmio atsakymo, kur valstybės resursai turi būti sukoncentruoti, todėl šiame straipsnyje aptariami mokslininkų argumentai ir siūlymai. Straipsnyje aprašomi esminiai smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo politikos ir greito augimo įmonių politikos skirtumai ir bruožai.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: smulkus ir vidutinis verslas, verslo skatinimas, parama verslui, greito augimo įmonė.

Įvadas

Didelė dalis pasaulio ir Europos valstybių, vienokia ar kitokia forma siekia padėti įsitvirtinti verslui ir remia verslo įmonių pradžią ir vystymąsi. Ypatingai didelis dėmesys skiriamas smulkiam ir vidutiniam verslui (SVV), sudarančiam ekonomikos pamatus ir užtikrinančiam jos stabilumą. Europos Komisijos užsakyto, ECORYS (2012) atlikto tyrimo duomenimis, tarp Europos Sąjungos valstybių smulkios ir vidutinės įmonės sukuria 67 proc. darbo vietų ir 58 proc. pridėtinės vertės. Šie skaičiai rodo, kad reikšmingas SVV sektoriaus indėlis prašosi ir papildomos mokslinės analizės, bei išskirtinio viešosios politikos formuotojų dėmesio.

Bosma, Stam (2012) nuomone, vyriausybių pastangos skatinti verslumą 20 amžiaus pabaigoje buvo sukoncentruotas į naujų įmonių kūrimąsi, neišskiriant greito augimo įmonių prioritetu. Verslumo politika turimus resursus koncentravo į atskiras socialines grupes, tokias kaip moterys, emigrantai, bedarbiai ir pan. Dabartinės verslo skatinimo politikos formuotojai turi kitus tikslus. Daugelyje šalių verslo skatinimo ištekliai koncentruojami į „gazelių“ ir greito augimo įmonių kūrimąsi (Lilischkis 2011, Stam et. al. 2012).

Greito augimo įmonių skatinimo tema yra labai aktuali ir populiari. Apie ją daug kalba politikai ir patys verslininkai. Nemažai dėmesio jai skiria ir mokslininkai. Greito augimo įmonių bruožai ir skatinimo problematika nagrinėjo Bosma, Stam (2012), Lilischkis (2011), Teruel, Wit (2011), Henrekson, Stenkula (2009), Dahlstrand, Stevenson (2007), Stam, Suddle, Hessels, Van Stel

(2006), Santarelli, Vivarelli (2004), Bridge, O'Neill, Cromie (2003), Davidsson, Wiklund (2000) ir kt.

Tikslas. Išanalizuoti greito augimo įmonių skatinimo politikos ypatumus.

Uždaviniai.

Išanalizuoti greito augimo įmonių bruožus ir plėtros veiksnius.

Nustatyti greito augimo įmonių skatinimo politikos kryptis ir skirtumus nuo bendros smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo politikos.

Tyrimo objektas. Greito augimo įmonių skatinimo politika.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizė.

Greito augimo įmonių bruožai ir įtaka ekonomikai

Mokslinėje literatūroje nėra bendro sutarimo dėl apibrėžimo, kuris apibūdintų didelį plėtros potencialą turinčias įmones. Moksliniuose darbuose galima aptikti skirtingus terminus: greito augimo įmonės (Teruel, Wit 2011, Lilischkis 2011, Dahlstrand, Stevenson 2007, Autio, Kronlund, Kovalainen 2007, Stam et. al. 2006), greito darbo vietų kūrimo įmonės (Bosma, Stam 2012), hiper augimo įmonės (Parsley, Halabisky 2008), „gazelės“ (Birch, Haggerty, Parsons 1995, Henrekson, Stenkula 2009).

Pavyzdžiui, Birch et. al. (1995) „gazeles“ apibrėžia, kaip verslo įmonę, kuri kas metai (per tam tikrą intervalą) pasiekia ne mažiau nei 20 proc. pardavimų augimą kelerius metus iš eilės, pradedant bazinių metų pajamomis ne mažesnėmis kaip 100 000 dolerių. Henrekson, Stenkula (2009) siūlo „gazelėmis“ vadinti tas

įmonės, kurios patenka tarp tam tikro procento x greičiausiai augančių firmų.

Pagal priimtą Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (EBPO) apibrėžimą, greito augimo įmonės t. y. įmonės, kurių vidutinis metinis darbuotojų prieaugis didesnis kaip 20 proc. tris metus iš eilės (10 ar daugiau darbuotojų skaičiuojamo periodo pradžioje). Ši organizacija taip pat pasiūlė terminą „gazelė“ naudoti tik naujoms greito augimo įmonėms arba tiksliau – įmonėms, kurios veikia mažiau nei penkerius metus. Šio straipsnio autoriai rašydami apie greito augimo įmones naudosis EBPO apibrėžimu.

Lilischkis (2011) nuomone, paskutiniiais metais Europos ir pasaulio ekonominės politikos formuotojų dėmesio centre – skatinimo priemonės greitai augančioms įmonėms. Kodėl toks išskirtinis dėmesys būtent šiems verslo subjektams? Birch et. al. (1995), nustatė, jog nepaisant to, kad 1990-1994 m. greito augimo įmonės JAV sudarė tik 3 proc., tačiau jos sukūrė 53 proc. darbo vietų šalyje. Lilischkis (2011) teigimu, greito augimo įmonės, kurios neatsiejamos nuo inovacijų kūrimo, yra laikomos svarbiais ekonomikos augimo varikliais.

NESTA (2009) nustatė, jog 6 proc. visų Jungtinės Karalystės įmonių, kuriose dirba dešimt ar daugiau darbuotojų, gali būti vertinamos kaip greito augimo įmonės. Šios įmonės sukūrė daugiau nei pusę naujų darbo vietų Jungtinėje Karalystėje. Tyrimai Kanadoje parodė, jog 1993-2003 m. hiper augimo įmonės, kurių darbuotojų prieaugis mažiausiai 150 proc. per keturis metus, sudarė 4proc. Tačiau šios įmonės atsakingos už 45 proc. naujų darbo vietų sukūrimą. (Parsley, Halabisky 2008).

Taigi nedidelė dalis įmonių kuria didžiąją dalį naujų darbo vietų. Klausimas, ar skatinamos greito augimo įmonės sukuria papildomas naujas darbo vietas, ar jas pasisavina iš egzistuojančių lėto augimo įmonių? Remiantis nedideliu kiekiu macro-ekonominių empirinių tyrimų, galima išvelti teigiamus pokyčius ekonomikai (BVP augimui), kuriuos įtakoja plėtros siekiantys verslininkai ir regioninis produktyvumo lygis (Bosma 2011, Stam et. al. 2011, Stam, Van Stel 2011).

Tačiau tai savaime neįrodo, jog verslo skatinimo politikos įgyvendinimas padės sėkmingai stimuliuoti ekonomikos rezultatus (Bosma, Stam 2012). Šalia tiesioginio greito augimo įmonių poveikio, taip pat egzistuoja (galbūt net svarbesnis) netiesioginis poveikis regioniniam ekonomikos vystymuisi. Jaunoms sparčiai augančioms įmonėms yra svarus struktūrinių pokyčių veiksnys (Bos, Stam 2011) ir konkurencijos stimuliavimas, kuris didina produktyvumą ir mažina nedarbo lygį regione (Fritsch 2011).

Autio et. al. (2007) teigia, bendrąją prasme, SVV verslo skatinimo politikos tikslas yra kurti naujas įmones ir suteikti sklاندus gyvavimo aplinką mažoms įmonėms. Šioje vietoje ir išsiskiria politikos formuotojų nuomonės, nes vieni renka įgyvendinti bendrąją skatinimo politiką, o kiti orientuojasi į didžiausią potencialą turinčias SVV įmones (Lilischki 2011).

Baumol (2002) teigimu, politikos formuotojams susikoncentruoti tik į ambicingus verslininkus ir jų greito (potencialiai) augimo įmones būtų naivu, nes šalies ekonomikos augimo rezultatai pasiekiami deriniu, kurį sudaro mažos (bet greitos plėtros) įmonės ir didelės, brandžios įmonės. Be to, tokios skatinimo politikos

įgyvendinimas gali sukelti pakaitalų ar naštos efektą (Santarelli, Vivarelli 2004), kuris ne tik neturės teigiamos įtakos ekonomikos visumai geriausiu atveju, tačiau blogiausiu – paveiks neigiamai. Vienintelis kelias ištirti skatinimo politikos poveikį yra sukurti vertinimo programą, skirtą stebėti pokyčius, veiksmingumą ir efektyvumą gerinant ekonomikos rodiklius (Bosma, Stam 2012).

Greito augimo veiksniai

Tam, kad suprasti greito augimo įmonių skatinimo politikos ypatumus, būtina identifikuoti veiksnus skatinančius sparčią plėtrą. Greito augimo įmonių reiškinys buvo tirtas iš įvairių perspektyvų, tokių kaip: pramonės organizavimas, išteklių grindžiamas požiūris, strateginio prisitaikymo ar vystymosi ekonomikos požiūris.

Pasak Davidsson, Wiklund (2000) teorinių požiūrių įvairovė neskaito integruotos įmonių augimo proceso analizės. Teruel, Wit (2011) nuomone, jei verslininkystė yra viena labiausiai pageidaujamų karjeros sričių šalyje, tai yra daugiau žmonių bandančių kurti verslą. Galiausiai atsiranda šios srities specialistų ir potencialių greito augimo įmonių.

Pavyzdžiui, Tominc, Rebernik (2007) tyrimų rezultatai rodo teigiamą ryšį tarp laipsnio, kuriame žmonės galvoja, jog verslininkystė yra pageidaujama ir jų augimo siekių. Be to, Hessels, Gelderen, Thurik (2008) teigimu, egzistuoja teigiamas ryšys tarp turto didinimu motyvuotų verslininkų ir ryškaus darbo vietų augimo. Taigi, jei šalis turi santykinai daug asmenų, kurie pasirinko verslininko veiklą, siekiant padidinti savo asmenines pajamas, tikėtinas ir santykinai didelis procentas sparčiai augančių įmonių toje šalyje (Teruel, Wit 2011).

Verslininkų savybės, turinčios įtakos įmonės veiklai yra susijusios su verslininkų išprusimu ir motyvacijos lygiu (Hessels et. al. 2008). Motyvacija siekti plėtros yra būtinas elementas faktiniam įmonės augimui. Cassar (2007) išskiria pajamų motyvaciją kaip svarbiausią veiksnį, darantį įtaką verslumo augimui. Pagal Davidsson (1989), verslininkų augimo motyvaciją „lemia individualūs bruožai“. Tokia greito augimo motyvacija yra sąlygojama ne tik individualių gebėjimų, bet ir priklausoma nuo verslininko poreikių ir galimybių (Davidsson 1989). Su tokia nuomone sutinka ir Stam et. al. (2006), kuris teigia, kad įmonės augimui būtinos sąlygos yra: verslininko ketinimai, turimi išteklių ir plėtros galimybės. Įmonės greito augimo realizavimą įtakoja verslininko turima patirtis, bei išsilavinimas lygiai tiek pat kiek ir dinamiškos aplinkos, kurioje verslo subjektas egzistuoja. Išsilavinimas, patirtis ir aplinkos dinamiškumas sukuria motyvaciją įgyvendinti įmonės plėtrą (Wiklund, Shepherd 2003).

Nors ambicijos negarantuoja augimo, ambicijų trūkumas beveik garantuoja augimo nebuvimą (Autio et. al. 2007). Davidsson (1989) apibrėžė modelį, kuris parodo, jog faktinis augimas priklauso nuo augimo motyvacijos. Modelio rezultatai rodo, kad verslininko poreikiai turi daugiau įtakos verslininko augimo motyvacijai nei jo gebėjimas atrasti verslo galimybes. Orser, Hogarth-Scott (2002) taip pat mano, kad

verslininkų ambicijos siekti augimo yra teigiamai susijusios su faktiniu augimu. Be to, Wiklund, Shepherd (2003) teigia, kad augimo siekiai yra reikšmingai ir teigiamai susiję su augimo trukme.

Pasak Teruel, Wit (2011), egzistuoja teigiamas ryšys tarp švietimo lygio šalyje ir sparčiai augančių įmonių procentinės dalies. Išsilavinimas taip pat gali vaidinti svarbų vaidmenį kuriant individo verslumo gebėjimus. Tiksliau – empiriniai duomenys rodo teigiamą ryšį tarp išsilavinimo lygio ir sparčiai „kylančių“ verslininkų (Lucas 1978, Van Praag, Cramer 2001).

Tam yra du pagrindiniai paaiškinimai. Pirma, labiau išsilavinę verslininkai gali būti geriau pasirengę atpažinti rinkos galimybes (Davidsson 1989). Antra, labiau išsilavinę verslininkai turi daugiau į augimą orientuotų siekių (Stam et. al. 2006), nes išlaidos, susijusios su tinkamo žmogaus skyrimu į verslo įmonę priverstų individą siekti didesnės grąžos už savo investicijas (Autio et. al. 2007).

Tačiau įmonės veiklą teigiamai veikia ne tik verslininko išsilavinimo lygis, bet ir vidutinis gyventojų išsilavinimo lygis. Stel et. al. (2011) neseniai įrodė, kad aukštesnis išsilavinimo lygis turi teigiamą poveikį vidutinio verslininko rezultatams. Pagrindinės šio teigiamo poveikio priežastys yra trys. Pirma, aukštasis vartotojų išsilavinimas keis paklausos funkciją ir, savo ruožtu, verslininko našumą. Antra, aukštasis darbuotojų išsilavinimas turės teigiamos įtakos įmonės produktyvumui. Trečia, aukštasis išsilavinimas gali būti universitetų signalas, kuris būtų skleidžiamas įmonėms (Stel et. al. 2011).

Iš anksto nustatyti greitos plėtros įmonę praktikoje yra labai sunku. Tyrimai parodė keletą galimybių augti turinčio verslo tendencijų: prieinamumas prie didelio informacijos rinkinio ir verslo kūrimo etape susikoncentravimas į plačią rinkos dalį (Stam et. al. 2006). Atlikti tyrimai parodė, kad ketinimai greitam įmonės augimui yra teigiamai susiję su lytimi (vyrai), amžiumi (jauni), verslininkiškais gebėjimais ir investuotojo patirtimi (De Clercq, Zegers, Crijns 2003).

Teruel, Wit (2011) atlikti tyrimai rodo, kad greitam augimui teigiamos įtakos turi vidaus rinkos. Taip pat teigia ir Davidsson (1989), kuris pažymi, kad didelės vidaus rinkos gali padidinti įmonės augimo galimybes. To priežastis – eksportavimas į kitas šalis sudaro papildomų sunkumų, kuriuos ne visos įmonės gali atremti. Taigi, jei yra didelė vidaus rinka, vidutiniškai daugiau įmonių galės „pasverti“ augimo galimybes ir įgyvendinti plėtrą. Tai reiškia, kad valstybės bendrų rinkų kūrimas su kitomis šalimis būtų gera strategija stimuliuojanti greitą augimą (Teruel, Wit 2011).

Greito augimo įmonių problematika

Bosma, Stam (2012) teigimu, greito augimo įmonių skatinimo politika dažnai įteisinama dėl siekio spręsti visuomenės problemas (pvz. nedarbą), bei rinkos trūkumus, kurie susidaro dėl ribotos kapitalo pasiūlos, informacijos asimetrijos arba per mažų investicijų į mokslinius tyrimus ir technologinę plėtrą (MTTP). Informacijos netobulumą, kalbant apie greito augimo įmones, nurodo ir Lilischkis (2011). Taip pat egzistuoja informacijos netobulumai iš finansų institucijų pusės,

kurie neleidžia objektyviai įvertinti naujų įmonių augimo potencialo ir gali perversinti riziką išduodami paskolą greito augimo įmonėms. Stam et. al. (2006) teigimu, išskirtinė politika greito augimo verslui reikalinga ir dėl sąveikos su mokslo institucijomis trūkumo.

Wiklund, Shepherd (2003) pastebi, kad yra ir kitų veiksnių, turinčių neigiamos įtakos augimo rezultatams. Mokslininkų nuomone, galimybių apribojimas augti slopina augimo siekius ir faktinį augimą (Wiklund, Shepherd 2003). Įmonių augimą nagrinėjanti literatūra, nurodo keletą veiksnių, susijusių su šalies institucine sistema, kurie gali turėti neigiamos įtakos įmonių augimo poveikiui. Išskiriamos dvi galimos institucinės kliūtys, tai: darbo apsaugos teisės aktai šalyje ir administracinė našta, kurią vyriausybė nustato verslo subjektams (Teruel, Wit 2011).

Pagal Falkenhall, Junkka (2009) „greito augimo įmonės ir ūkio subjektai, reikalingi naujų žinių generavimui ir komercializavimui, atrodo, yra ypač priklausomi nuo paskatų, sukurtų institucinėje aplinkoje. [...] Darbo rinkos teisės aktai ir socialinio draudimo sistema neturėtų kurti nereikalingų barjerų šiam mobilumui“.

Teruel, Wit (2011) nuomone, kuo stipriau šalies teisinė sistema saugo darbuotojus, tuo mažiau greito augimo įmonių bus toje šalyje, nes ne liberali darbo santykių apsauga yra papildomas privalumas dirbti samdomu darbuotoju. Tokiu atveju, galimybė rinktis verslininkystę tampa mažiau patrauklia alternatyva, nei būti įdarbintam. Tai gali slopinti potencialių verslininkų susidomėjimą bandyti šią veiklą, ko pasekoje gali atsirasti vis mažiau greito augimo įmonių (Teruel, Wit 2011).

Teruel, Wit (2011) teigimu, vyriausybės administracinė našta, nustatoma įmonėms, neigiamai veikia greitai augančių įmonių kiekį. Priežastis paprasta: kuo daugiau kliūčių vyriausybė nustato įmonėms, tuo mažiau patraukli ir sudėtingesnė verslo veikla atrodo. Taigi, manoma, kad didesnė administracinė našta, mažins verslininkystės veiklą ir jos augimą šalyje (Djankov et. al. 2002).

Stam et. al. (2006) teigimu, Nyderlandų vyriausybė, siekdama skatinti verslininkų ambicijas plėtrai, analizavo greito augimo įmones ir lygino jas su įprastais verslo startuoliais. Šie tyrimai buvo aktualūs, nes pagal Peeters, Verhoeven (2005), sparčiai augančių įmonių grupė Nyderlanduose sudarė 9 proc., o Europos šalių vidurkis tuo metu buvo 15 proc.. Tyrimai išryškino pagrindines kliūtis („butelio kaklelius“) su kuriomis susiduria greito augimo verslo subjektai (Stam et. al. 2006):

1. greito augimo įmonės turi sunkumų gauti kvalifikuotus darbuotojus. Darbuotojai turi efektyviai veikti labai dinamiškoje aplinkoje. Darbuotojų paieška ir jų atleidimas greito augimo įmonėse užtrunka ilgiau ir atima daugiau pastangų nei įprastose įmonėse;
2. sparčiai augančioms įmonėms sudėtinga didinti kapitalą ir gauti finansavimą plėtrai. Bankams sunku įvertinti įmonių greito augimo potencialą, tai didina skolinimo riziką ir kainą. Taip pat, ne visada aišku, kuriomis verslo skatinimo ir reguliavimo priemonėmis gali vadovautis įmonė, taip pat kurios iš šių priemonių gali būti naudingos plėtrai;

3. galiausiai, greito augimo įmonės, dažniau nei kitos įmonės, susiduria su problemomis valdymo ir veiklos organizavimo srityje.

Stam et. al. (2006) nuomone, dėmesį taip pat verta atkreipti į tai, kad išskirtinių sąlygų kūrimas verslui (įskaitant ir greito augimo įmonėms) gali turėti ir svarbių pasekmių. Vivarelli (2004) teigimu, bendras verslo skatinimas gali sudaryti situaciją, kai mažiau ambicingi verslininkai gauna subsidijas ir išlieka rinkoje tik tol, kol jų įmonės gauna šią dirbtinę paramą. Šiems verslininkams subsidijos reikalingos išgyvenimui, o ne įmonės plėtrai. Natūralios rinkos konkurencijos sąlygomis tokios įmonės neturėtų galimybės išlikti ir turėtų rinką palikti.

Stam et. al. (2006) ir Bridge, O'Neill, Cromie (2003) nurodo argumentus, kodėl nederėtų politikos formuotojams turimų resursų koncentruoti į greito augimo įmones:

1. atskirti greito augimo įmonės yra per sudėtinga;
2. rizikos kapitalo investuotojai yra pajėgūs atsirinkti laimėtojus nuo galimų pralaimėtojų, tuo tarpu viešasis sektorius stengsis sugrąžinti visus į laimėtojų gretas ir išvengti pralaimėtojų;
3. naujai kuriamoms įmonėms reikalinga parama dėl nevienodos prieigos prie finansų ir informacijos, dėl didelio naujų darbo vietų kūrimo ir jų įtakos regionų gerovės kūrimui ilgalaikėje perspektyvoje;
4. būtina plėtoti verslininkishką kultūrą (plačiąją prasme), kuri turi įtakos visiems visuomenės sluoksniams.

Greito augimo skatinimo politikos kryptys

Mokslininkai, tyrinėjantys greito augimo įmones, remiasi JAV praktika (Stam et. al. 2006, Von Bargen, Freedman, Pages 2003). Stam et. al. (2006) teigia, kad politikos formuotojai JAV padarė reikšmingus pakitimus įstatymuose, susijusiuose su vertybiniais popieriais, bankininkyste, mokesčiais, bankroto procedūromis. Pakeisti įstatymai patentų ir autorių teisių srityje lėmė intelektinės nuosavybės apsaugos plėtrą, o kartu ir inovacijas verslo sektoriuje (Stam et. al. 2006).

Pasak Von Bargen et. al. (2003), viešoji politika atliko labai svarbų vaidmenį daugumai naujų greito augimo įmonių steigimuisi JAV. Viešosios politikos ir verslo skatinimo priemonių derinys, dažnai nesąmoningai, sudarė reikšmingą pagrindą JAV antreprenieriškos ekonomikos kūrimuisi. Stam et. al. (2006) teigia, jog tuo pačiu amerikiečiai kūrė programas, kurių tikslas (siekiant pagerinti verslo prieigą prie kapitalo) tiesiogiai finansuoti įmones kūrimosi ir ankstyvose stadijose.

Keturios pagrindinės kryptys, į kurias JAV investavo savo turimus resursus (Von Bargen et. al. 2003):

1. sukurtos finansų rinkos įmonių plėtrai finansuoti;
2. investuota į MTTP, bei įgyvendinta intelektinės nuosavybės apsauga;
3. investuota į savo srities specialistus;
4. atvertos naujos rinkos ir palengvintas pateikimas į jas greitai augančioms įmonėms.

Daugelis pirmaujančių verslo įmonių atskirose pramonės šakose JAV, įskaitant biotechnologijų, programinės įrangos kūrimo ar kosmonautikos, yra

tiesiogiai siejamos su vyriausybės MTTP fondais (Stam et. al. 2006). Be to, verslo skatinimo politikos formuotojai turi atsižvelgti į pereinamuosius etapus, kurie būtini greitam įmonės augimui pasiekti. Bosma, Stam (2012) nurodo keturis tokius pereinamuosius etapus, kurie būtini prieš ne trumpalaikį augimą:

- pirma, siekti, kad asmenys taptų ambicingi. Skatinti veiklos ir verslo ambicijas;
- antra, ambicingus asmenis nukreipti į verslininkystę. Tai apima dviejų etapų procesą: suaktyvina verslo ketinimus ir skatina verslo pradžią;
- trečia, skatinti verslininkus tapti ambicingais verslininkais;
- ketvirta, realizuoti naujos vertės kūrimąsi.

Bosma, Stam (2012) teigia, kad kiekvienas iš šių pereinamųjų etapų yra nulemtas skirtingų veiksmų ir konteksto. Būtų neįmanoma turėti viską iš karto. Kiekvienas iš šių pereinamųjų etapų yra susijęs su skirtingomis verslo skatinimo politikos sritimis.

Pirmasis etapas susietas su socialinės ir švietimo politikos gairėmis, tuo tarpu antrasis etapas rūpinasi tradicine verslumo skatinimo politika sutelkiant dėmesį į verslininkų elgesį. Trečias ir ketvirtas etapas susiję su ambicijų skatinimu ir naujos vertės kūrimu. Šių etapų politikos stimuliuoja žmogaus talentą ir ambicijas ir koncentruojasi į kliūčių augimui mažinimą (Bosma, Stam 2012). Teruel, Wit (2011) nuomone, institucinės kliūtys neigiamai veikia greitą įmonių augimą. Žemiau pateikiami siūlymai, kurie padėtų mažinti institucines kliūtis verslui (Teruel, Wit 2011):

- darbo apsaugos teisės aktų sumažinimas. Tai verslininkystės rinkimosi galimybę padarytų patrauklesne lyginant su samdomo darbuotojo darbu ir sumažintų riziką sudominti samdomus darbuotojus greito augimo įmonėse;
- administracinės naštos įmonėms sumažinimas.

Bosma, Stam (2012) nuomone, švietimo politika yra svarbi sritis visuomenėje skatinanti ambicingus verslininkus. Dauguma verslininkishkų bruožų susiformuoja paauglystėje, tai reiškia, kad pradinis ir vidurinis išsilavinimas tampa svarbus plačiąją prasme, pavyzdžiui lemiant jaunų žmonių pasirinkimus, žinias ir įgūdžius. Tai patvirtina ir Lucas (1978), bei Van Praag, Cramer (2001), kurių nuomone, švietimas generuoja didesnes verslumo galimybes, o tai didina verslo efektyvumą (pelną, įmonės dydį). Todėl būtina į švietimo programas įtraukti verslumo modelius. Ambicijos augti, diegti naujoves ir siekti internacionalizavimo priklauso nuo individo kognityvinių gebėjimų (Bosma, Stam 2012).

Dėl svarbių ekonomikos, socialinių ir politinių vaidmenų, visų lygių valdžios (nacionalinė, regioninė ir vietos), sukūrė strategijas remti SVV (Reynolds, Storey, Westhead 1994). Verslo skatinimo politika regioninės valdžios atžvilgiu gali koncentruotis į darbo rinkos reglamentavimą, kaip tai daroma valstijos lygiu JAV. Taip pat galima įgyvendinti greito augimo įmonių skatinimo programas kaip tai padaryta Škotijoje ir Velse. Regioninės plėtros agentūros gali būti svarbus tiekėjas rizikos kapitalo ir mokymo srityje. Savivaldybės taip pat gali susikoncentruoti į vietos inkubatorių ir verslo akseleratorių įgyvendinimą. Mokslo ir inovacijų politika

kuriamos nacionaliniu lygiu gali turėti įtakos regioniniam ir savivaldos lygmeniui (Bosma, Stam 2012). (žr. 1 lentelę)

1 lentelė. Daugiapakopės politikos efektas ir šaltiniai (Bosma, Stam 2012)

		Politikos poveikis		
		Savivalda	Regionas	Nacionalinis
Politikos šaltinis	Savivalda	Savivaldybės verslo skatinimo priemonės (pvz. inkubatoriai)		
	Regionas	Regioninės plėtros agentūros, regioninės atviras verslo kapitalas	JAV valstijų darbo santykių reglamentavimas (pvz. nekonkuravimo susitarimas)	
	Nacionalinis	Švietimo politika (įtakojanti vietinių universitetų politiką)	SBIR, pramonės politika (pvz. biotechnologijų), klasterių politika	Nacionalinis užimtumo reguliavimas
	Viršvalstybinis	Europos struktūrinių fondų parama, Europos investicinio banko kapitalas	Europos struktūrinių fondų parama (ERDF), Europos investicinio banko kapitalas	

Bosma, Stam (2012) teigimu, priklausomai nuo politinės sistemos šalyje, darbo rinkos politika ir teisės aktai yra įgyvendinami nacionaliniu, regioniniu ir savivaldos lygmeniu. Darbo rinkos politika turi reikšmingą tiesioginį ir netiesioginį poveikį įmonių augimui. Autio et. al. (2007) nuomone, mažos įmonės turi mažesnius resursus, todėl jos patiria daugiau sunkumų siekiant laikytis įstatymų ir teisės aktų. Dėl šios priežasties daug politikos dėmesio buvo skiriama mažinant biurokratiją ir vykdymo reikalavimus.

Svarbus barjeras, ribojantis darbo vietų augimą naujose įmonėse – reglamentavimas, kuris apriboja darbo santykių lankstumą. Stiprūs suvaržymai gali slopinti verslininko ambicijas steigti naują verslą. Įmonės augimą labai paskatintų suvaržymų mažėjimas, nes verslininkas įvertina jog įdarbindamas avansu, gali nukentėti vėliau, kai darbuotojais gali tapti atleisti (Bosma, Stam 2012).

Skatinimo politikos skirtumai

Verslo skatinimo politika gali auginti verslą siekiant gražos visuomenei per darbo vietų kūrimą ir šalies produktyvumo rodiklių gerinimą (Stam et. al. 2006). Autio et. al. (2007) nuomone, kuomet vyriausybės

darosi sunku skatinti naujų darbo vietų kūrimąsi, SVV sektoriaus įmonės gali tapti pagrindiniu šios problemos sprendimo būdu. Lilischki (2011) teigimu, vertinant SVV verslo skatinimo politiką reikia ją atskirti į dvi šakas: bendrąją įmonių politiką ir greito augimo įmonių politiką. Šių atskirų skatinimo politikų instrumentai ir priemonės yra panašios, tačiau jų specifikacijos skiriasi.

Verslo skatinimo politikos formuotojai turi apsispręsti ar valstybei stimuliuoti naujų įmonių atsiradimą, padėti išsilaikyti esamiems verslo subjektams, ar resursus sukongcentruoti tik į augimo potencialą turinčius verslus (Reynolds et. al. 1994). Autio et. al. (2007) teigimu, pagrindinis politikos skirtumas yra orientavimasis į kokybę arba kiekybę. Be to, svarbu nuspręsti ar resursus orientuoti į tam tikrus probleminius arba didžiausią potencialą turinčius regionus ar į atskiras pramonės šakas (Stam 2005).

Autio et. al. (2007) teigia, jog vyriausybės veiksmai nukreipti skatinti kuo daugiau žmonių tapti verslininkais yra tik iš dalies teisingi. Pavyzdžiui skatinimo priemonės, kurios suvilioja bedarbius pradėti kurti naujas įmones, padeda spręsti socialinės politikos tikslus, tačiau jos nėra labai efektyvios skatinant darbo vietų kūrimąsi. Autio et. al. (2007) nuomone, svarbu skatinti „teisingus“ žmones pradėti kurti verslą.

Lilischki (2011) nuomone, nėra vienareikšmio atsakymo, kur valstybės resursai turi būti sukongcentruoti. Bridge et. al. (2003) teigimu, turimų resursų fokusavimas į nedidelę ambicingų verslininkų grupę yra efektyvu, nes tik keletas įmonių iš viso verslo sektoriaus gali parodyti išskirtinius rezultatus. Bosma, Stam (2012) nuomone, verslo skatinimo politikos formuotojai turėtų numatyti svarbiausią skatinimo priemonių kriterijų – augimą.

Autio et. al. (2007) teigia, jog pagrindinis konfliktas tarp tradicinio verslo skatinimo ir greito augimo įmonių yra susijęs su išteklių teikimu. Bendros verslo skatinimo politikos pobūdis yra suteikti bent šiek tiek paramos kiekvienam verslo subjektui. Tačiau siekis padėti visiems – nesuderinamas su įmonių greitu augimu. Bridge et. al. (2003) teigimu, taikant paramą tik augančioms įmonėms, bendri reikalavimai ir jų kaštai stipriai sumažėja. Autio et. al. (2007) mano, kad tik labai nedidelis skaičius įmonių turi potencialą greitam augimui, taip pat yra reiklios paramai.

Nagrinėjant Europos valstybes, Estija, Prancūzija, Airija, Olandija, Ispanija – tai šalys, kurių vyriausybių politikos prioritetuose didelis dėmesys skiriamas greito augimo įmonių skatinimui. Lilischki (2011) teigia, kad lyderiai Europoje šiaurės šalys: Danija, Suomija ir Norvegija. Autio et. al. (2007) teigia, jog išanalizavus devynių šalių SVV ir greito augimo įmonių skatinimo praktiką, išskiriami šie skirtumai ir politikos kompromisai (žr. 2 lentelę): turimi resursai orientuoti į atrinktus subjektus, finansiniai šaltiniai formuojami apjungiant privatų ir viešąjį sektorių, bei formuojant verslo skatinimo politiką orientuojamasi ne į naujų įmonių steigimą, o į greito augimo verslo subjektų plėtrą.

2 lentelė. Greito augimo įmonių ir SVV skatinimo politikų skirtumai (Autio, Kronlund, Kovalainen 2007)

	SVV politika	Greito augimo įmonių politika
Politikos tikslai		
Tikslai susiję su verslininkais	Skatinti kuo daugiau žmonių tapti verslininkais	Skatinti tinkamus žmones tapti verslininkais
Tikslai susiję su įmonėmis	Didinti naujų įmonių skaičių	Skatinti įmonių plėtrą
Tikslai susiję su darbo aplinka	Palengvinti sąlygas smulkaus verslo veikimui	Palengvinti sąlygas įmonių vystymuisi.
Išteklių teikimas		
Šaltinis	Daugiausiai iš viešųjų šaltinių	Apjungiant viešus ir privačius šaltinius
Finansavimo būdai	Dotacijos, subsidijos, lengvatinės paskolos	Paskolos MTTP ir inovacijų subsidijos, verslo angelų finansavimas, rizikos kapitalas.
Vyraujančios paslaugos	Standartinis konsultavimas įmonės kūrimo klausimais	Pažengęs konsultavimas rizikos kapitalui, strateginis planavimas, internacionalizavimas
Išteklių paskirstymo principas	Užtikrinti vienodą prieigą visiems (Platus resursų panaudojimas)	Atrinkti perspektyviausius (Resursai koncentruojami)
Reguliavimo dėmesys		
Gyvavimo ciklas	Panaikinti "butelio kaklelį" naujų įmonių kūrimuisi	Panaikinti "butelio kaklelį" įmonių plėtrai
"Butelio kaklelis"	Sumažinti įmonės išlaikymo išlaidas	Sumažinti reikalavimus augančioms įmonėms.
Fiskalinis reguliavimas	Sumažinti PVM mažoms įmonėms	Prisitaikyti prie įmonių radikalių pokyčių
Požiūris į nesėkmes	Išvengti nesėkmių ir bankrotų	Priimti įmonių nesėkmes ir bankrotus, tačiau sumažinti socialines ir ekonomines sąnaudas jiems.
Ryšys su kitomis politikos sritimis	Pramonės politika, socialinė politika, darbo politika	Pramonės politika, inovacijų politika, darbo politika

Autio et. al. (2007) mano, kad pagrindiniai SVV politikos tikslai turi būti orientuoti į kiekį ir stabilumą. Priešingai nei SVV politika, greito augimo įmonių politika turi būti orientuota į kokybę ir dinamiką.

Lilischki (2011) teigimu, palanki terpė rizikos kapitalo rinkos plėtrai šalyje turėtų būti greito augimo skatinimo politikos prioritetas. Autio et. al. (2007) nuomone, greito augimo įmonių kontekste išteklių fokusavimas (nei resursų plėtimas) yra naudingesnis. Pavyzdžiui, Suomijoje vienas gyventojui tenkantis rizikos kapitalo investicijų skaičius yra didžiausias pasaulyje. Tačiau, jeigu skaičiuosime vienai įmonei gautą rizikos kapitalo investicijų dydį, pagal šį rodiklį, Suomija atsiduria žemiau Indijos (Autio et. al. 2007)

Europoje politikos dėmesys rizikos kapitalo formavimui ir greito augimo įmonių skatinimui dėl nepakankamų resursų yra ribotas (Lilischki, 2011). Iš tiesų, orientavimasis į greito augimo įmonių veiklą reikalauja tokio politikos modelio, kuriame inovacijų ir verslo skatinimo politikos yra glaudžiai susijusios, bei bendrai koordinuojamos (Autio et. al. 2007).

Išvados

Dėl reikšmingos įtakos ekonomikos rodikliams, greito augimo įmonės tapo verslo skatinimo politikos formuotojų dėmesio centre. Ši nedidelė grupė įmonių sukuria ženkliai naujų darbo vietų daugelyje valstybių. Greitą įmonių augimą lemia verslininkų

motyvacija ir plėtros siekiai, valstybės švietimo sistema, bei gyventojų išsilavinimo lygis. Taip pat reikšmingą poveikį greitam augimui daro administracinės naštos verslui lygis, darbo santykių lankstumas, bei vyriausybės skatinimas investicijoms į MTTP ir į inovacijų kūrimą.

Greito augimo skatinimas neatsiejamas nuo socialinės ir švietimo politikos gairių. Priklausomai nuo politinės sistemos, SVV skatinimas yra įgyvendinamas nacionaliniu, regioniniu ir lokaliu savivaldos lygmeniu.

Bendros verslo skatinimo politikos pobūdis - suteikti bent šiek tiek paramos kiekvienam verslo subjektui. Tačiau siekis padėti visiems nesuderinamas su įmonių greitu augimu. Koncentruojant valstybės resursus (paramą) tik augančioms įmonėms, bendri reikalavimai ir jų kaštai stipriai sumažėja. Bendros SVV politikos tikslai turi būti orientuoti į kiekį ir stabilumą. Priešingai nei bendra SVV politika, greito augimo įmonių politika turi būti orientuota į kokybę ir dinamiką.

Literatūra

- Autio, E., Kronlund, M., Kovalainen, A. (2007). High-Growth SME Support Initiatives in Nine Countries: Analysis, Categorization, and Recommendations. Report prepared for the Finnish Ministry of Trade and Industry.
- Baumol W. (2002). The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism. Princeton: Princeton University Press;
- Birch D. L., Haggerty A., Parsons W. (1995). Who's Creating Jobs? Boston: Cognetics Inc;

- Bos J., Stam E. (2011). Gazelles, Industry Growth and Structural Change. Utrecht School of Economics. Working Papers 11-02;
- Bosma N. S. (2011). Entrepreneurship, Urbanization Economies and Productivity of European Regions. Research on Entrepreneurship and Regional Development. Edward Elgar: Cheltenham. pp. 107-132;
- Bosma N., Stam E. (2012). Local Policies for High-Employment Growth Enterprises. OECD/DBA International Workshop „High-growth firms: local policies and local determinants“ Utrecht University School of Economics;
- Bridge S., O'Neill K., Cromie S. (2003). Understanding Enterprise. Entrepreneurship and Small Business (2nd ed.). Basingstoke: Macmillan;
- Dahlstrand A. L., Stevenson L. (2007). Linking Innovation and Entrepreneurship Policy. IPREG. [žiūrėta 2013-08-015]. Prieiga per internetą: http://www.ipreg.org/ipreg_asalois_web.pdf
- Davidsson P. (1989). Entrepreneurship and after? A study of growth willingness in small firms. Journal of Business Venturing 4, pp. 211-226;
- Davidsson P., Wiklund J. (2000). Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Firm Growth, In: Sexton, D. and Landström, H., Editors, 2000. The Blackwell Handbook of Entrepreneurship, Blackwell, Oxford, MA, pp. 26-44;
- De Clercq D., Zegers D., Crijns H. (2003). Menselijk kapitaal, sociaal kapitaal, faalangst en ondernemerschap. Ondernemen in Netwerken. Assen: Van Gorcum, pp. 123-140;
- Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A. (2002). The Regulation of Entry. Quarterly Journal of Economics 117(1), pp. 1-37.
- ECORYS Nederland BV. EU SMEs in 2012: at the crossroads Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12
- Fritsch M. (2011). The Effect of New Business Formation on Regional Development: Empirical Evidence, Interpretation and Avenues for Further Research. Research on Entrepreneurship and Regional Development. Edward Elgar: Cheltenham. pp. 58-106;
- Henrekson M., Stenkula M. (2009). Entrepreneurship and Public Policy. Handbook of Entrepreneurship Research, paper no. 804. Research Institute of Industrial Economics (IFN)
- Hessels J., van Gelderen M., Thurik R. (2008). Entrepreneurial Aspirations, Motivations and their Drivers, Small Business Economics, 31: 323-339;
- Lilischkis S. (2011). Policies in Support of High-growth Innovative SMEs. INNO-Grips Policy Brief, No. 2;
- Lucas Jr, R. E. (1978). On the Size Distribution of Business Firms, The Bell Journal of Economics, 9: 508-523;
- OECD iLibrary. Entrepreneurship at a Glance. [žiūrėta 2013-08-17], adresu: http://www.oecd-ilibrary.org/sites/entrepreneur_aag-2013-en/04/03/index.html?contentType=/ns/StatisticalPublication,/ns/Book&itemId=/content/book/entrepreneur_aag-2013-en&containerItemId=/content/serial/22266941&accessItemIds=&mimeType=text/html;
- Parsley C., Halabisky D. (2008). Profile of Growth Firms: A Summary of Industry Canada Research. Industry Canada, Small Business Research and Statistics;
- Reynolds P., Storey D., Westhead P. (1994). Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates. Regional Studies, 28, pp. 443-456;
- Stam E. (2005). The geography of gazelles in the Netherlands. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie 96(1): 121-127;
- Stam E., Bosma N., Van Witteloostuijn A., De Jong J., Bogaert S., Edwards N., Jaspers F. (2012). Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy. The Hague: Advisory Council for Science and Technology Policy (AWT);
- Stam E., Hartog C., Van Stel A., Thurik R. (2011). Ambitious Entrepreneurship and Macro-Economic growth. The Dynamics of Entrepreneurship. Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data. Oxford: Oxford University Press;
- Stam E., Suddle K., Hessels S. J. A., Van Stel A. (2006). High growth entrepreneurs, public policies and economic growth. Basque Journal of Economics (EKONOMIAZ);
- Stam E., Van Stel A. (2011). Types of Entrepreneurship and Economic Growth. Innovation, Entrepreneurship and Economic Development. Oxford: Oxford University Press. pp. 78-95;
- Teruel M., Wit G. D. (2011). Determinants of High-growth Firms. [žiūrėta 2013-08-015]. Prieiga per internetą: http://www.ondernemerschap.nl/sys/cftags/assetnow/design/widgets/site/ctm_getFile.cfm?file=H201107.pdf&perId=587
- Tominc P., Rebernik M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: A comparison of post-socialist countries. Small Business Economics, 28(2), pp. 239-255
- Van Praag C. M., Cramer J. S. (2001). The Roots of Entrepreneurship and Labour Demand: Individual Ability and Low Risk Aversion. Economica, 68: 45-62;
- Vivarelli M. (2004). Are all the potential entrepreneurs so good? Small Business Economics 23(1), pp. 41-49;
- Von Bargen P., Freedman D., E.R. Pages (2003). The Rise of the Entrepreneurial Society. Economic Development Quarterly, 17(4), pp. 315-324;
- Wiklund J., Shepherd D. (2003). Aspiring for, and Achieving Growth: The Moderating role of Resources and Opportunities. Journal of Management Studies, 40(8), pp. 1919-1941;

PROMOTION POLICY FEATURES OF HIGH GROWTH ENTERPRISES

Summary

Fast growing enterprises - those whose average annual growth rate of employees is more than 20 percent three years in a row. The attention of business promotion policy makers is focused on this type of business. In many states, a small group of fast growth enterprises creates a significant share of new jobs. Therefore, promotion policy of fast growth firms is carried out to solve social problems, such as unemployment. Small and medium enterprises promotion policy goal is the creation of new companies and the creation of a friendly environment for small businesses. Opinions in this place stand out. Some of policy-makers choose to implement a common policy to promote, while the other focus on small and medium-sized businesses with the highest potential. In order to understand the high growth enterprises promotion policy features, the article identifies the factors promoting high development. This paper analyzes the topic of high growth companies, as well as discusses the negative aspects of the promotion of business and risk. The article also analyzes the practices of high growth enterprises promotion in USA. This paper presents the main incentive policies, which determines businessmen's ambitions to implement the growth of the company and promote the development of enterprises. Due to the economic, social and political roles, all levels of government (national, regional and local) have developed strategies to support small and medium businesses. This paper presents examples of the promotion of business at all levels of government. Small and medium-sized business promotion policy should be seen as two separate branches: general small and medium business policy and high growth enterprises policy. Promotional tools and measures are

similar, but differ in their specifications. There is no one answer, where state resources must be concentrated, so this article discusses the scientific arguments and proposals. This paper describes the key promotion policy of small and medium

enterprises and the high growth enterprise policy differences and features.

KEYWORDS: small and medium enterprises, business promotion, business support, fast-growth company.

Vaida Pilinkienė. Kauno technologijos universiteto Ekonomikos ir vadybos fakulteto Ekonomikos ir tarptautinės prekybos katedros socialinių (ekonomikos) mokslų daktarė, profesorė; tel. 8 37 30 05 76, el. paštas vaida.pilinkiene@ktu.lt

Povilas Mačiulis. Visuomeninės organizacijos „Vieningas Kaunas“ direktorius; mob. tel. 8 674 49887, el. paštas: povilas.maciulis@gmail.com

Birutė Kurlavičiūtė. mob. tel. 8 612 55650, el. paštas: birute.kurlaviciute@gmail.com