



VISUOMENĖS POŽIŪRIS Į VERSLININKĄ: KOKS IR KODĖL?





Lietuvos
laisvosios
rinkos
institutas

JOHN TEMPLETON

FOUNDATION

Visuomenės požiūris į verslininką: Koks ir Kodėl?

Sociologinė, istorinė, psichologinė, antropologinė,
ekonominė ir religinė analizės

Vilnius
2013

Sudarė ir išleido Lietuvos laisvosios rinkos institutas

Šį leidinį finansavo John Templeton fondas. Leidinyje pateikiamas tik autorių požiūris, kuris nebūtinai atspindi John Templeton fondo poziciją.

This publication was made possible through the support of a grant from the John Templeton Foundation. The opinions expressed in this publication are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the John Templeton Foundation.

- © Guoda Azguridienė, Verslininko vaidmuo visuomenėje, 2011
- © Aušra Griškonytė, Psichologinės įžvalgos dėl verslininko įvaizdžio Lietuvoje, 2013
- © Nerija Putnaitė, Ar būti verslininku yra nuodėmė, 2013
- © Paulius Vaidotas Subačius, Verslininko įvaizdis: kultūrinė dimensija, 2013
- © Nerijus Šepetys, Verslininko tipo paieškos Lietuvos istorijoje, 2013
- © Lietuvos laisvosios rinkos institutas, Remigijus Senavaitis, Sociologinis verslininko įvaizdžio tyrimas; Politinė ir ekonominė verslininko įvaizdžio perspektyva, 2013

Turinys

IVADAS.....	5
I. VERSLININKO VAIDMUO VISUOMENĖJE <i>Guoda Azguridienė</i>	7
Kas yra verslininkas?	7
Kas yra pelnas?	9
Kokia gi tada yra verslininko nauda?.....	10
Apie išnaudojimą	11
Socialinė atsakomybė.....	13
Vietoje išvadų – ar verta būti verslininku?	14
II. SOCIOLOGINIS VERSLININKO ĮVAIZDŽIO TYRIMAS	
<i>Remigijus Senavaitis</i>	15
III. POLITINĖ IR EKONOMINĖ VERSLININKO ĮVAIZDŽIO PERSPEKTYVA <i>Remigijus Senavaitis</i>	28
IV. PSICHOLOGINĖS ĮŽVALGOS DĖL VERSLININKO ĮVAIZDŽIO LIETUVOJE <i>Aušra Griškonytė</i>	34
Psichologės žvilgsnis	34
Psichologės psichoterapeutės žvilgsnis.....	36
V. AR BŪTI VERSLININKU YRA NUODĖMĖ <i>Nerija Putinaitė</i>	41
„eik, parduok, ką turi, išdalyk vargšams“	41
Atnaujinti laiką.....	44
Naujasis materialumas	46
Vietoj išvadų: krikščioniškoji programa	48

VI. VERSLININKO ĮVAIZDIS: KULTŪRINĖ DIMENSIJA

Paulius Vaidotas Subačius 51

VII. VERSLININKO TIPO PAIEŠKOS LIETUVOS ISTORIJOJE

Nerijus Šepetys 60

I. Kliuvinėjanti prakalba, arba Apsibrėžiant kalbėjimo lauką 60

II. Lietuvių neverslai, nelietuviškas verslumas, arba Beieškant verslininko istorijoje 64

III. Tipų paieškos, arba Kaip sunku pažadinti lietuvyje verslumo dvasią 67

IV. Vietoj išvadų, arba Kas lieka iš lietuviškos verslumo istorijos? 77

VIII. VERSLININKO ĮVAIZDIS BULGARIJOS VISUOMENĖJE 79

IX. VERSLININKO ĮVAIZDIS KIRGIZIJOS VISUOMENĖJE 85

X. VERSLININKO ĮVAIZDIS GRUZIJOS VISUOMENĖJE 88

Išvadas

Remigijus Senavaitis

Poreikis kūrybai yra viena įdomiausių ir įstabiausių žmogaus prigimtinių pusių. Ji gali pasireikšti daugybe formų – polinkiu kurti poeziją, muziką, tapyti ar užsiimti kitais menais. Tačiau kūrybos reikalauja ir kasdieniai mus supantys daiktai. Juk kažkas sukūrė popierių, rašalą ar kompiuterį – visas priemonės, kurios padeda šiam leidiniui pasiekti skaitytoją. Tokie sudėtingi daiktai kaip modernus kompiuteris dažnai turi netgi keletą kūrėjų, nes kiekviena jų sudaranti dalis gali būti kelis metus truncančio tyrimo ir darbo rezultatas. Sugebėjimas sujungti visas šias dalis į vieną ir sukurti funkcionuojantį produktą reikalauja ir žvilgsnio į ateitį, drąsos prisiimti riziką ir svarbiausia – vizijos. Naujus produktus ir inovacijas kuria verslininkai – jie savo idėjas paverčia konkrečiais planais ir juos įgyvendina, organizuodami darbo jėgą ir bet kokiam projektui būtiną kapitalą.

Inovacija ir išradimas nėra tas pats. Inovacija nuo išradimo skiriasi tuo, kad tai yra komerciškai pritaikoma, ekonomiškai naudinga idėja. Konvejeris, kaip išradimas, egzistavo jau XIX a. pabaigoje, tačiau jis inovacija tapo tik 1913 m., kai „Ford“ gamykloje buvo pritaikytas automobilių gamybai. Inovacija – tai išradimo arba naujos darbo organizavimo sistemos pritaikymas komercinei veiklai, galintis atnešti naudą ir gerovę. Inovatyvios idėjas kuriančių verslininkų, jų sukurtų ir išstobulintų produktų dėka, vidutinės pajamos uždirbantis šių laikų žmogus gyvena geresnį, patogesnį, ilgesnį ir sveikesnį gyvenimą nei praėjusiųjų amžių didikai. Apie pokyčius, įvykusius per XX a., ankstesnių laikų žmonės net nebūtų galėję svajoti. Tačiau verslininkai labai dažnai yra siejami ne su kūryba, bet su godumu, išnaudojimu ir neatsakingumu.

Lietuviškas verslas turi gana trumpą istoriją – pirmosios lietuviško kapitalo įmonės susikūrė tarpukario laikotarpiu. Po dvidešimties metų pasibaigusi nepriklausomos tarpukario Lietuvos istorija kartu buvo ir privataus verslo pabaiga. Sovietų Sąjungoje bet kokia veikla, kurią būtų galima vadinti verslu, buvo draudžiama, o visa ekonominė veikla buvo valdoma per centriniu planavimu užsiimančias institucijas. Bendradarbiavimu ir abipuse nauda pagrįsta veikla ilgą laiką buvo slopinama, o ja užsiimantys buvo vadinami spekuliantais, kapitalistais ir smerkiami bei baudžiami. Mintis, kad verslininkai yra išnaudotojai ir dirbančiųjų priešai, buvo oficiali valstybės doktrina, nuo mažens kartojama mokykloje ir kasdien pasirodanti valstybinėje žiniasklaidoje. Žlugus Sovietų Sąjungai, Lietuva atgavo laisvę ir nepriklausomybę. Laisvę ne tik rinkti savo valdžią ir kurti savus įstatymus, bet ir laisvę užsiimti ekonomine veikla ir verslu.

Šiame leidinyje pateikiama medžiaga iš keturiose šalyse – Lietuvoje, Bulgarijoje, Gruzijoje ir Kirgizijoje – vykdyto tyrimo. Kiekvienoje šalyje buvo atlikta sociologinė apklausa, o gauti duomenys tiriami iš įvairių perspektyvų. G. Azguridienės straipsnis aprašo tikrąjį verslininko vaidmenį visuomenėje.

Sociologinė analizė atskleidžia, koks verslininko įvaizdis yra susiformavęs mūsų visuomenėje. A. Griškonytės, N. Putinaitės, P. Subačiaus ir N. Šepečio straipsniuose nagrinėjamos tokio įvaizdžio susidarymo priežastys. Šioje rinktinėje taip pat pateikiami tyrimo partnerių iš Bulgarijos, Kirgizijos ir Gruzijos gautų rezultatų santraukos.

Verslininko vaidmuo visuomenėje

Doc. Dr. Guoda Azguridienė

Tema iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti visai neįdomi ar netgi banaloka – koks gali būti verslininko vaidmuo visuomenėje? Daryti verslą, daryti jį sąžiningai ir gerai, kaip ir kiekvienam kitam visuomenės nariui savo darbą. Tačiau požiūris, kad visiems bus geriausia, jei kiekvienas gerai darys savo darbą, šiandien nėra labai populiarus. Šiandien populiariau manyti, kad visais darbais reikia dalintis, o dirbti tiesiog savo darbą yra mažų mažiausia nemodernu, o dažnai ir tiesiog „socialiai neatsakinga“. Šiame straipsnyje bus žvelgiama, koks yra verslininko darbas ir kokią poveikį jis daro (arba gali daryti) visuomenei. Manau, kad po šios analizės klausimas apie socialinę atsakomybę taip pat gali atrodyti kitaip.

Kas yra verslininkas?

Šiandien viešajame diskurse verslininkais vadinami vos ne visi, kurie dirba privačiame sektoriuje, nesvarbu ar jie būtų verslo savininkai, ar samdomi darbuotojai. Tačiau samdomas darbuotojas nėra verslininkas (*entrepreneur*), net jeigu jis generalinis direktorius. Verslininkas yra verslo savininkas.

Jis verslą įkuria: sugalvoja arba adaptuoja idėją (dabar tai skambiai vadinama „inovacija“). Jis parūpina jam kapitalą: sukaupia arba pasiskolina išteklius. Jis suburia pagrindinę komandą (populiariau sakyti „sukuria darbo vietas“) – mažų mažiausiai, suranda tinkamą, ir paskiria direktorių. Jis nubrėžia strategiją ir nuolatos prižiūri, kad įmonė jos laikytųsi. Ir galų gale, jis neša pilną ir galutinę atsakomybę už verslo eigą bei likimą.

Mūsų pasidalintos ir apribotos atsakomybės kultūroje, nebelabai aišku, ką reiškia „pilną ir galutinę“. Tai reiškia, kad jei verslui pritrūksta pinigų arba idėjų, savininkas yra paskutinis jų gavimo šaltinis ir jei jis nesugalvos kur jų gauti, tai greičiausiai jų ir nebus gauta, net jeigu tai reikštų bankrotą. Jeigu įmonę, staiga gavęs geresnį pasiūlymą, palieka direktorius arba vyr. buhalteris, tai būtent savininkas viską metęs turės surasti naujus žmones ir pasirūpinti, kad ieškojimo metu įmonės veikla nenutrūktų. Tai gali reikšti, kad jam pačiam teks išrašinėti sąskaitas, daryti atskaitas, vadovauti realiam darbui, net jeigu konkrečiai šio darbo jis nemoka ir kaip tik dabar buvo susiplanavęs atostogas su vaikais pajūryje. „Pilna ir galutinė atsakomybė“ taip pat reiškia nuolatinį rūpestį dėl esamų bei atsirandančių konkurentų, gresiančių patikrinimų ir baudų. Kitaip sakant, verslininkas yra tas žmogus, kuriam verslas rūpi 24 valandas per parą be išėginių ir atostogų. Kaip mamai vaikas. Jei vaikas keliai ir verkia vidury nakties, mama juk nesako, kad dabar ne darbo laikas...

Kadangi verslininkas turi turėti laiko mąstyti iš esmės ir prižiūrėti savo verslo gyvybingumą iš principo, kasdienei veiklai valdyti jis paprastai samdo direktorių. Nors direktorius veikia savininko įgaliotas ir juridškai atsako už įmonės veiklą, jo statusas ir darbo bei atsakomybės specifika yra gerokai skirtinga. Savininkas nurodo svarbiausius įmonės uždavinius ir darbo principus – jis turi maksimalią laisvę kurti esamos teisinės bazės ir visuomenės infrastruktūros rėmuose. Direktorius vykdo, priimdamas sprendimus pagal savo kompetenciją – jo laisvė kurti labiau apribota. Tačiau ir atsakomybė jo mažesnė – sėkmės atveju, samdomas direktorius gauna dalį pelno, bet gali gauti naudos ir nesėkmės atveju¹. Proporcingai nesėkme su savininku direktorius dalinasi išskirtiniais atvejais (paprastai tada, kai pats turi dalį akcijų, t. y. yra bendrasavininkis). Savininkas verslo sėkmės atveju, disponuoja pelnu (būtina paminėti, kad kelis kartus apmokestintu), o nesėkmės atveju, asmeniškai patiria visus nuostolius. Taigi, net jeigu daugumai direktorių atrodo kitaip, jų ir savininkų teisės bei atsakomybės yra pasiskirstę proporcingai.

Kita veikla, kuri neretai gretinama su verslininko, yra politika. Tačiau ir šiuo atveju, verslininko rolė išsiskiria pilna atsakomybe. Politikas valdo viešuosius išteklius, verslininkas

Savininkas verslo sėkmės atveju, disponuoja pelnu, o nesėkmės atveju, asmeniškai patiria visus nuostolius.

– tik savus. Politikas reguliuoja svetimus verslus, daro įtaką visos visuomenės gyvenimui, verslininkas reguliuoja ir daro įtaką tik savo verslui. Politikas sėkmės atveju, „pelnu“ (pasiekimais) dalijasi pagal rėmėjams prisiimtus įsipareigojimus, bet nesėkmės atveju, asmeniškai neatsako. Verslininkas sėkmės atveju, pelnu dalijasi su savo bei susijusių verslų darbuotojais, bet nesėkmės atveju, atsako pilnai ir asmeniškai. Pamėginkime įsivaizduoti kas būtų, jei prieškriziniu laikotarpiu Lietuvą valdę premjerai, finansų ir socialinių reikalų ministrai, būtų prisiėmę bent dalį sprendimų už savo neatsakingą trumpalaikę valstybės finansų politiką? Būtų rimtas argumentas tikėti, kad tokia pat krizė nepasikartos ateityje. Ir labai rimta nuoroda į socialinę atsakomybę – tik ne verslininkų, o politikų.

Nepaisant visų kitų skirtumų, kurie gali atrodyti patrauklūs kiekvienam žmogui priklausomai nuo jo asmeninių savybių, galimybė nesėkmės atveju neatsakyti asmeniškai, kiekvienam yra didžiulė gyvenimo prabanga. Taigi, pilna atsakomybė yra vienas svarbiausių verslininko profesijos atributų.

Pažvelkime, ką apie verslininko vaidmenį sako ekonomikos mokslas. Liudvig von Mises „Human Action“ XV dalyje taip rašo apie verslininko vaidmenį įmonėje. Verslininkas vairuoja įmonę, t. y. siekdamas pelno nusprendžia kur ir kaip bus įdarbinami riboti ištekliai. Pelnas įmonėje X atsiranda tada, kai vartotojas jos

¹ Kaip rodo pastarosios ekonominės krizės (2009–2010) patirtis, ekonomikai smunkant ir verslams bankrutuojant, itin pakilo aukščiausio lygio vadybininkų (direktorių) paklausa ir jų darbo užmokestis.

produkto nori labiau, nei jai kainuoja jį pagaminti (yra įmonių Y, kurios tose sąlygose patiria nuostolius)².

Pelno pasiekama tada ir tik tada, kai verslininkas geba geriau nei kiti įžvelgti vartotojų ateities poreikius, nekalbant apie kitus gebėjimus, tokius kaip teisingai skaičiuoti, vertinti rizikas, žinoti įstatymus, rasti ir motyvuoti gerus darbuotojus, spręsti konfliktus, užtikrinti finansavimą ir pan. Kitaip sakant, jis turi sugebėti gauti tą kainą skirtumą.

Kas yra pelnas?

Kadangi viešajame diskurse pelnas paprastai suprantamas tik kaip tiesioginė piniginė grąža verslininkui, tam tikruose kontekstuose netgi suponuojant jo neteisingumą, apie šią ekonominę kategoriją verta pakalbėti detaliau.

Pelnas yra tas reiškinys, kuris suteikia motyvaciją verslui veikti – jeigu kaštai būtų lygūs kainai, nei pelno, nei nuostolio nebūtų, nebūtų poreikio veikti, taigi, ir rinkos ekonomikos. Būtent dėl šios priežasties sektoriai, kurių kainos reguliuojamos, yra neefektyvūs, pvz., sveikatos apsauga, viešasis transportas ir pan.

Pelnas, tai kriterijus, pagal kurį įvertinamas visos verslo grandinės dalyvių užmokestis. Jei įmonė dirba be pelno, tai jos darbuotojų darbo užmokestis nekils, darbuotojų skaičius nedidės, arba didės daug mažiau nei didėtų įmonei turint pelno. Neturinti pelno įmonė greičiausiai neinvestuos ir neplės savo veiklos, tai reiškia nesikels į geresnį biurą, neįrengs darbuotojams virtuvėlės, nepirks automobilių, nesireklamuos, neteiks paramos. Tai reiškia, kad neduos uždirbti aptarnaujantiems verslams: statybų, remonto, transporto, reklamos, dizaino ir t. t. Taigi pelnas yra dalykas, kuriuo tiesiogiai suinteresuoti visi verslo grandinės dalyviai.

Pelnas turi ne tik pozityvią, skatinančią ir palaikančią, bet ir vertinančią funkciją. Jis atrenka efektyvius ir neefektyvius verslus ir pastaruosius priverčia keisti veiklą. Jeigu verslas dirba be pelno ilgą laiką, ir per tą laiką išbando skirtingus būdus savo veiklą organizuoti, tai yra rimtas ženklas, kad pati verslo rūšis yra nepaklausė. Vartotojai tiesiog nenori už tokias paslaugas ar prekes pakankamai mokėti, nes jiems jų nelabai reikia. Taigi pelno fenomenas suteikia vartotojams galią valdyti ekonomiką – turėti norimų prekių bei paslaugų ir galimybę rinktis. Kitaip sakant, *pelnas yra įrankis maksimizuoti vartotojo naudą*.

Verta patikslinti, ką tiksliai vadiname pelnu, nes ši sąvoka netgi techniškai nėra tokia jau vienareikšmė. Viešosiose diskusijose pelnas suprantamas, kaip lėšos, tenkančios savininkui. Tačiau iš tiesų savininkui tenka ne pelnas, o dividendai (jei

² Pelno samprata remiasi pamatiniais faktais, kad ateitis iš anksto yra nežinoma, o materialūs ištekliai – riboti.

jie mokami). Pelnas labai dažnai nukreipiamas atgal į verslą, ypač verslo pradžioje. Taigi savininkui jo apskritai netenka. Taip pat reikia nepamiršti, kad skaičiuojant pelną iš pajamų atimamos visos išlaidos (ne tik prekės savikaina), būtent: darbuotojų darbo užmokestis, mokesčiai, „Sodros“ įmokos, nuomos, biuro išlaidos, draudimai, palūkanos ir t. t. Taigi prekės pardavimo kainos ir įsigijimo kainos skirtumas (kurį kartais galima stebėti rinkoje) nereiškia nei įmonės pelno, nei juo labiau savininko naudos.

Dar daugiau nesusipratimų yra susiję su pelno samprata iš principo. Pelnas matuojamas pinigais, bet reiškia toli gražu ne vien ir nebūtinai pinigus, o bet kokią naudą (satisfakciją). Reikia turėti omenyje, kad daugelis verslų tampa pelningi pinigine prasme tik po daugelio metų ir jų pelnas nebūna didelis. Be to, šis faktas dažnai yra žinomas iš anksto (pvz., kavinės, restoranai, viešbučiai, nedidelės parduotuvės, paslaugų teikėjai ar ūkiai). Tai reiškia, kad nemažai verslų ilgą laiką tenkinasi nuliniu pelnu. Jų tikslas – išlaikyti ir užauginti verslą. Taigi, skirtingai nei mėgsta manyti kairieji, *pelnas nėra rinkos norma, greičiau anomalija* – tai pagautas paklausos ir pasiūlos neatitikimo momentas, kuris nuolat kinta ir turi būti atrastas iš naujo.

Kokia gi tada yra verslininko nauda?

Ji yra laisvė kurti, laisvė priimti sprendimus, laisvė disponuoti savo laiku, laisvė rinktis komandą, laisvė nuo viršininkų. Ar tai tiesiogiai siejasi su godumu? Nepanašu. Beje, godumas labai gerai tarpsta ne verslo aplinkoje, kur ištekliai yra bendri.

Svarstant amžiną pastarųjų šimtmečių socialinę temą apie darbininkų išnaudojimą, reikia išsiaiškinti, kas gi tą pelną uždirba. Rinkos ekonomikos oponentai sako, kad darbuotojai. Tačiau prisiminkime – pelnas gaunamas tik tada, kai prekės sąnaudos mažesnės už pajamas. Tai labai trumpalaikė situacija, nes konkurentai kopijuoja sėkmingus sprendimus ir taip pakelia gamybos veiksmų kainas, sunaikindami pelną. Reikalinga nauja inovacija. Pats darbo atlikimas yra tik priemonė realizuoti verslininko sprendimą dėl išteklių paskirstymo numatomai pasiūlai pasiekti.

Jei verslininko sprendimas neteisingas, pelno nebus, nepriklausomai nuo darbuotojų darbštumo ir kvalifikacijos. L. Mises išvadą formuluoja labai griežtai ir vienareikšmiškai „Kiti žmonės neprisideda prie progreso, bet naudojami gėrybėmis, kurias sukuria verslininkai ir suteikia jiems“³. Taigi tenka daryti išvadą, kad pelną, pasitelkęs darbuotojus, uždirba visgi verslininkas. Tiksliau, neturėdamas gerų

³ Ludwig von Mises, „Human Action“. San Francisko: Fox & Wilkes. 1963 XV d., 9 sk.

darbuotojų jis gali jo ir neuždirbti, bet geri darbuotojai be verslininko jo tikrai neuždirbs⁴.

Uždirbęs pelną, verslininkas juo dalinasi su visais proceso dalyviais pagal jų indėlį: darbuotojais (premijos, algų kėlimas), kreditoriais (palūkanos), tiekėjais (plėtra), aptarnaujančiais verslais (užsakymai). Taip pat ir su visuomene, kaip neindividualizuota aplinka, nes moka mokesčius, kuria darbo vietas, teikia labdarą ir paramą.

Nepaisant šių vartotojui esminių funkcijų, rinkos ekonomikos oponentai pateikia savus argumentus prieš pelną. Jie teigia esą (pirma) pelno siekimas yra blogas iš principo, nes yra vedamas godumo. Antra, pelno siekis išnaudoja darbuotojus ir gamtą. Trečia, visuomenė galėtų susitaikyti su mažesniu efektyvumu, jei tik žmonėms nereikėtų taip sunkiai dirbti. Pažvelkime, ar šie argumentai pagrįsti.

Apie išnaudojimą

Demokratinėje visuomenėje, skirtingai nuo vergovinės ir feodalinės, darbuotojas yra laisvai samdomas. Tai reiškia, kad jis visada turi alternatyvą ieškoti geresnio darbo arba įkurti verslą pats ir taip susikurti norimas sąlygas dirbti. Tai, kad jis neturi kapitalo, bent jau mūsų visuomenėje, nėra joks išskirtinis bruožas. Kapitalo neturėjimas yra bendra verslo problema, o ne priežastis verslo nepradėti. Be to, įstatymai neproporcingai gina darbuotoją darbdavio sąskaita, taip kad sąlygos darbuotojui rinktis yra kuo palankiausios.

Dirbdamas samdomu darbuotoju žmogus dažnai mano, kad jis neturi galimybių darbą pakeisti ir lieka esamame, netgi būdamas juo nepatenkintu. Nepatenkintu galima būti dėl pačių įvairiausių ir skirtingų priežasčių, pavyzdžiui, kad nepatinka pats darbas, kad jis per daug nuobodus, arba atvirkščiai, per sunkus, gali nepatikti direktorius arba darbo kolektyvas, netenkinti darbo sąlygos, užmokestis ir pan. Ar tie argumentai verti darbo keitimo, sprendžia kiekvienas pats. Nesakau, kad lengva pakeisti darbą (nenoras keistis yra viena žmogui kaip rūšiai būdingų savybių). Tačiau svarbu suprasti, kad bet kurio samdomojo darbuotojo galimybės pakeisti darbą yra daug didesnės negu verslininko. Juk parduoti visą verslą yra ne tas pats, kaip parduoti vieną jo elementą – konkrečią darbo paslaugą.

Nepaisant to, kad darbuotojas įgyja konkrečią specializaciją, kuri gali būti siaura, nepaisant to, kad darbuotojas turi savo specifinių pliusų ir minusų, kiekvienam jų rinkoje yra tinkama vieta. Rinka ir yra būtent tokių specifinių žinių bei gebėjimų paklausa bei pasiūla. Tiesa, išnaudojimo faktai darbo rinkoje

⁴ Pastaroji situacija gana dažna: kai savo darbą išmanantis specialistas nutaria įkurti savo verslą, manydamas, kad gerai atlikti darbą pakanka sėkmei. Tačiau net jeigu jis nuostabiai taiso automobilius, kepa pyragus ar gydo dantis, to paprastai nepakanka. Reikia, kad įmonėje kažkas atliktų ir specifinę verslininko funkciją.

pasitaiko ir gana dažnai. Būtent tada, kai darbuotojas, būdamas nepatenkintas savo darbo vieta, nieko nedaro, kad surastų jį tenkinančią vietą. Taip jis išnaudoja save ir kenkia darbdaviui, nes savo darbo nemėgstantis žmogus negali gerai dirbti.

Apie gamtos išnaudojimą kalbėti šiek tiek sunkiau nei apie darbuotojų, nes ją išnaudojame visi. Vartodami. Verslininko erdvė veikti siekiant maksimizuoti vartotojo norus yra apribota teisinės ir administracinės aplinkos, konkurencijos, visuomenės ir artimųjų nuomonės, jo paties sąžinės. Gamtos tausojimo aspektas pasireiškia visuose šiuose lygiuose, bet labiausiai įtaką daro pačių vartotojų noras, kad gamintojas tausotų gamtą. Tose šalyse, kur visuomenė yra ekologiškai sąmoningesnė, gamtą tausojančios prekės turi gerokai didesnę paklausą. Yra nemažai verslų, propaguojančių gamtai draugiškas prekes ir paslaugas, bet jei vartotojams tai ne vertybė, jie jų nesirenka. Tam įtakos turi ir gyventojų perkamoji galia – Lietuvoje maža kaina vis dar tebėra didesnė vertybė už kokybę bei gamtai draugišką gamybą, nors visuomenei turtėjant, vartotojų prioritetai keičiasi taip keisdami ir verslus.

Lieka paskutinis argumentas prieš pelną ir verslininkus – gal pakaktų mažesnio efektyvumo? Tarkime, kad taip. Visi, netgi verslininkai, mielai norėtų dirbti mažiau ir turėti daugiau laisvo laiko. Tačiau tada kyla klausimas, kieno sąskaita. Automatiškai atsiranda privilegijų problema, nes tie, kurie nuspręs, kas nusipelnė dirbti mažiau, nuspręs ir kas nusipelnė gauti mažiau. Ir nebūtinai tarp vieno ir kitų bus ryšys. Kaip iki šiol ir būdavo, vieniems tenka dirbti mažiau ir uždirbti daugiau, o kitiems dirbti daugiau, o uždirbti mažiau. Toli ieškoti pavyzdžių nereikia, pakanka darbo santykių reguliavimų. Pavyzdžiui, politikai nusprendžia pradžiuginti tautą ir paskelbti naujų nedarbo dienų. Niekas neprieštaraus, kad smagu turėti išieginų, tačiau verslui tai reiškia, kad jis turės gauti tą patį rezultatą per mažesnę dienų skaičių. Prie tų pačių valdžios gerumo, verslo sąskaita priemonių, reikėtų priskirti darbdavio prievolos suteikti atskiroms darbuotojų grupėms geresnes darbo sąlygas, apmokėti pirmas ligos dienas, suteikti išieginę auginantiesiems vaikus ir pan. Ne vienam smulkiam arba jaunam verslui tai yra per didelė našta. Labai gerai valdžios išnaudotojiškas požiūris į verslą atsiskleidė 2008–2010 m. ekonominės krizės metu. Nekalbant jau apie mokesčių didinimą, verta pastebėti, kad nuosmukio laikotarpiu, darbuotojų skaičius valstybiniame sektoriuje sumažintas gerokai mažiau nei privačiame.⁵ Kitaip sakant, valstybė, kaip

⁵ Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, viso samdomųjų darbuotojų (su individualiomis įmonėmis) skaičius 2009 m. palyginus su 2008 m. sumažėjo 11,3%. Apdirbamojoje gamyboje sumažėjo darbuotojų 20%, statyboje – 28%, prekyboje – 14%, transporte – 12%. Tuo tarpu, viešajame valdyme ir gynyboje, privalomajame soc. draudime – 1%. Viso iš biudžeto finansuojamose veiklose darbuotojų skaičius per metus sumažėjo 2%. Čia verta turėti omenyje, kad biudžetinės organizacijos mažina ne būtinai realius etatus, bet ir formalius (rezervinius), taigi realūs reakcijos į krizę skaičiai privačiame ir valstybiniame sektoriuje, būtų dar skirtingesni.

darbdavys, krizės našta su verslu proporcingai nesidalino, palikdama didžiąją dalį jam.

Yra ir daugiau plano „gerai gyventi mažiau dirbant“ įgyvendinimą ribojančių aplinkybių. Visuomenei praturtėjus ir nusprendus dirbti mažiau, atsiranda imigrantai, kurie sutinka dirbti daugiau ir pradeda nukonkuruoti mažiau efektyvius vietinius darbuotojus. Arba padidina biudžeto išlaidas, reikalaudami pašalpų ir vėl priverčia gyventojus dirbti daugiau, kad patenkintų jų poreikį biudžeto išmokoms, ir sukelia visuomenėje papildomą įtampą (kas ir vyksta šiandien ES „gerovės valstybėse“).

Dar teigiama, kad jei verslas mokėtų geresnius atlyginimus, tai jam pačiam būtų geriau, nes perkamoji galia rinkoje išaugtų (tuo neretai grindžiama ir minimali alga). Tačiau verslui tai nėra argumentas, nes pakėlus algas, jis gali jokio pelno neuždirbti arba net bankrutuoti. Be to, nėra teisinga manyti, kad pelnas, tekęs darbuotojų algoms didinti, yra geriau nei tekęs investicijoms ar akcininkams. Visais pelno paskirstymo atvejais, naudos turi tam tikros vartotojų grupės, pvz., plečiant verslą įdarbinami nauji žmonės, perkama daugiau paslaugų, nuomojama daugiau patalpų ir pan., keliant algas pakyla tam tikrų, bet nebūtinai įmonės X prekių vartojimas. Nėra taip, kad savininkų pasiimtas pelnas duotų naudos tik jiems patiems, o darbuotojų padidintas darbo užmokestis reikštų didesnę naudą visuomenei.

Socialinė atsakomybė

Turint omenyje kas išdėstyta, kyla klausimas ar vis dar atrodo, kad verslas yra ta klasė, kuriai trūksta atsakomybės? Kokia ji gali būti papildoma, kai verslas ir taip vykdo labiausiai visuomenišką funkciją – konsoliduoja išteklius efektyviam vartotojo poreikių patenkinimui? Na, nebent manytume, kad vyraujančių vartotojų norų tenkinti nereikia, o reikia tenkinti kitus poreikius, pvz., neparduoti jiems benzino, o parduoti dviračius, neparduoti cigarečių, o parduoti gėles, neparduoti alaus, o parduoti kompiuterius. Nes jie nežino, ko jiems iš tikrųjų reikia... Klausimas šis vertas aptarimo, bet tada turėtume diskutuoti ir apie demokratiją, kaip vyraujančių politinių norų tenkinimo būdą ir apie žmonių racionalų elgesį. Tačiau tai jau tema išeinanti iš šio straipsnio ribų.

Tai, kas šiandien dažnai vadinama socialine atsakomybe, yra arba įmonės turimų vertybių papildoma reklama – visai sveikas reiškinys, nes suteikia informacijos tiems vartotojams, kuriems svarbu. Arba specialiai rinkodaros tikslais sukurtų principų ar akcijų reklama, kurią vertinti reikėtų taip pat, kaip ir bet kokią reklamą. Arba tiesiog sąžiningas verslininkavimas, kas tarsi turėtų būti savaime aišku, tačiau, deja, nėra.

Verslo nesąžiningumas, lygiai taip pat, kaip ir politikų, policininkų, medikų, mokytojų, teisėjų ir visų kitų piliečių, yra neabejotina visuomenės problema, kurią visiems norisi išspręsti. Tačiau šiuo atveju visgi „socialiai atsakingo“ verslo sąvoka labiau klaidina nei padeda. Nes ji suponuoja, kad šiaip verslas (ne kaip konkretaus

asmens veikla, o kaip veikos būdas) nėra socialiai atsakingas. Kas, kaip matome, yra visiškai priešingai – verslas yra labiausiai asmenine atsakomybe apkrautas visuomenės dalyvis. Jeigu pridėsime dar esminį rinkos mechanizmą – konkurenciją – turėsime patį stipriausią įmanomą kontrolės mechanizmą. Tačiau taip pat puikiai žinome, kad jo nepakanka, nes verslų, kurie meluoja yra apstu. Tačiau tai vyksta ne dėl atsakomybės trūkumo, o nepaisant to, kad verslininkas galų gale atsako už nesąžiningą veiklą. Priežasčių reikia ieškoti kitur. Iš dalies pačioje ekonomikoje – kai ribojama konkurencija, iš dalies susiklosčiusiame vartotojų požiūryje – kai noras vartoti daugiau nei gali, nustelbia norą pasidomėti kokybe, iš dalies pačioje žmogiškoje prigimtyje – kai noras gauti gražą, greitai nustelbia sąžinę ir racionalų protą.

Apibendrinant tenka konstatuoti, kad socialiai atsakingas verslas – tiesiog sąžiningas verslas. Be to, viena iš socialiai atsakingo verslo pareigų yra būti sėkmingu. Juk kokia nauda visuomenei iš bankrotų? Vieni nuostoliai. Verslas nėra atskirtas nuo visuomenės, jis yra būdas, kuriuo visuomenė užsidirba pinigus, todėl verslo ir visuomenės interesai nėra ir negali būti skirtingi. Verslininkas nėra tas, kuris tik vadovauja⁶ ir išsineša pelną – jis verslą kuria, palaiko, įkvepia, gelbsti jį nuo darbuotojų klaidų, ekonominių krizių, kontroliuojančių institucijų, konkurentų, ir už jį pilnai atsako. O jo sąžiningumas atitinka visuomenės sąžiningumą, nes verslas visada tenkina vartotojo poreikius. Jei vartotojas nori pirkti iliuziją, verslas ją parduoda. Jei vartotojas nori pirkti pigiai, verslas tokią galimybę taip pat suteikia.

Vietoje išvadų – ar verta būti verslininku?

Klausimas, žinoma, šis yra retorinis. Toliau išdėstytos mintys nėra skirtos nei patarti, nei juolab agituoti. Tik sudėlioti akcentus. Turėti savo verslą apskritai yra sąžiningas pasirinkimas – nes atsakingas. Turintiems savo sąžiningą verslą gyvenimas paprastai nebūna nuobodus ir rizika nutukti sėdint prie televizoriaus, gana maža. Galėti nedaryti to, ką manai esant neteisinga, yra didelė moralinė prabanga. Turėti galimybę daryti tai, ką manai esant teisinga, yra tas saldus žodis laisvė.

Nesėkmės, dėl nepalankios verslo aplinkos yra vienas rimčiausių stabdančių veiksnių. Jos yra itin apmaudžios, bet moko kantrybės, nuolankumo ir suteikia patirties. Be jų atsirastų rizika pradėti manyti, kad kažką supranti... Pirkėjų įnoringumas moko pagrindinės verslininko savybės – įžvelgti vartotojo norus ir patenkinti iš to uždirbant. Arba išdrįsti kai kurių vartotojų norų netenkinti, jei manai kad tam reikės elgtis nesąžiningai.

⁶ Tie, kurie tokio darbo nedirba, dažnai ir klaidingai mano, kad vadovauti yra visų pirma smagu ir lengva, o tik po to sunku ir atsakinga.

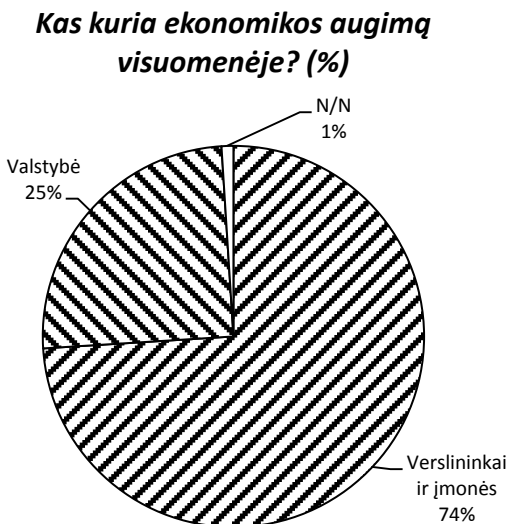
Sociologinis verslininko įvaizdžio tyrimas

Remigijus Senavaitis

2012 metų rugsėjo 14–24 dienomis viešosios nuomonės ir rinkos tyrimų bendrovė „Spinter tyrimai“ dienomis atliko Lietuvos gyventojų tyrimą, kurio tikslas išsiaiškinti požiūrį į verslininkus. Gyventojų nuomonės apie verslininkus ir verslą buvo klausama siekiant atskleisti, kokią įtaką verslininko įvaizdžiui turėjo sovietinis periodas ir kaip jis pakito per nepriklausomybės laikotarpį. Šis tyrimas buvo atliktas apklausos metodu, naudojant standartizuotą klausimyną. Iš viso buvo apklausti 1007 18–75 metų amžiaus respondentai. Apklausa buvo reprezentatyvi, t. y. kiekvieno Lietuvos namų ūkio gyventojai turėjo vienodą galimybę būti apklausti. Kaip ir visuose sociologiniuose tyrimuose, šiame tyrime išlieka tam tikra paklaidos tikimybė – šiuo atveju ji lygi 5 proc. Kitaip tariant, jeigu apklausus visus respondentes buvo gauta, kad 73,8 proc. apklaustųjų nurodė manantys, jog ekonomikos augimą visuomenėje kuria verslininkai ir įmonės, tai yra 95 proc. tikimybė, kad tikroji reikšmė yra tarp 71,1 ir 76,5 proc.

Visa materialinė gerovė valstybėje prasideda nuo ekonominės veiklos – produktyvaus darbo. Uždavus klausimą „Kaip Jūs manote, kas kuria ekonomikos augimą visuomenėje?“, 74 proc. apklausoje dalyvavusių Lietuvos gyventojų atsakė, kad verslininkai ir įmonės, o 25 proc. respondentų teigė, kad valstybė.

Kaip teigia sociologas I. Zokas, tai rodo teisingą ekonomikos suvokimą: „2/3 šalies gyventojų mano, kad būtent verslas, o ne valstybė kuria ekonomikos augimą, kitaip tariant, dauguma žmonių adekvačiai suvokia kapitalistinės ekonominės sąrangos principus, t. y. ekonomikos variklis yra verslas ir jį kuriantys žmonės – verslininkai. Kitaip tariant, pačių verslininkų buvimas ir jų būtinybė nėra kvestionuojama, nors pats įvaizdis išlieka nevienareikšmis.“. Šis klausimas yra puikus „barometras“, nustatant bendrą gyventojų ekonominį išsilavinimą. Tik verslas, visomis jo formomis, kuria ekonominę gerovę ir per tai kelia valstybės ekonomiką.



Moderniose laisvos rinkos ekonomikose valstybė neužsiima ekonomine veikla, neorganizuoja gamybos, o tik perskirsto privataus sektoriaus kuriamą produkciją, taigi ekonomikos augimas iš esmės yra priklausomas nuo verslo ir privataus sektoriaus.

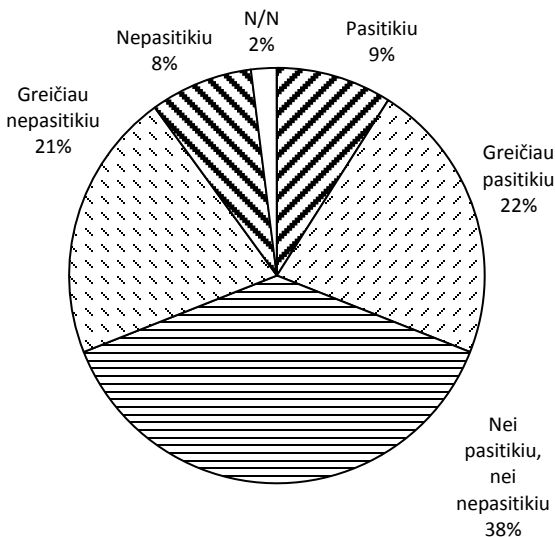
Lietuvos piliečiai yra gana neutralios nuomonės apie verslininkus – jų atsakymai į klausimą „Ar apskritai Jūs pasitikite verslininkais?“ parodė, kad dauguma neturi bendros nuomonės apie verslininkus, kaip grupę, bet mano, kad yra tiek vertų, tiek nevertų pasitikėjimo verslininkų. Kaip teigė I. Zokas, galima netgi manyti, kad Lietuvos gyventojų nuomonė apie verslininkus yra nesusiformavusi: „Apskritai verslu pasitiki arba nepasitiki labai mažas procentas žmonių – po 8–9 proc. abiejose „barikadų“ pusėse, dar po 20

proc. iš dalies palaiko vieną arba kitą stovyklą, o beveik 40 proc. neturi apie verslininkus jokios nuomonės ir ši situacija, kaip rodo tyrimo rezultatai, nėra linkusi keistis jau daugelį metų. Būtent neturintys nuomonės yra didelė pilkoji zona. Mano manymu, tai yra puiki terpė įvairių mitų apie verslininkus ir verslą kūrimui – tiek teigiamų, tiek neigiamų“.

Taip pat tyrimo rezultatai parodė, kad jaunesni, aukštesnį išsilavinimą įgiję arba daugiau uždirbantys žmonės yra labiau linkę pasitikėti verslininkais. Priešingos nuomonės apie verslininkus yra labiau linkę laikytis mažiau išsilavinę, vyresni, mažiau uždirbantys, mažesnių miestų ir rajonų gyventojai. Galima teigti, kad vyresni žmonės atsineša didesnę „palikimą“ iš sovietinės sistemos, kuri ilgą laiką formavo neigiamą nuomonę apie verslininkus. Didelė dalis gyventojų laikosi neutralios pozicijos verslininkų atžvilgiu, ir tai nebūtinai yra vien tik neigiamas dalykas. Laisvoje rinkoje vartotojai turi patys būti atsargūs ir atsakingi už savo sprendimus ir lengvai skeptiškas požiūris gali padėti žmonėms neapsigauti.

Šioje apklausoje buvo įtraukti du klausimai, kuriais buvo siekiama išsiaiškinti, kaip Lietuvos gyventojai susidaro nuomonę apie verslininkus. Pirmasis klausė – „Kokia Jūsų asmeninė patirtis turėjo daugiausiai įtakos Jūsų nuomonei apie verslininkus?“, o antrasis – „Kokie išoriniai veiksniai turėjo įtakos Jūsų nuomonei apie verslininkus?“. 40 procentų gyventojų atsakė, kad svarbiausia buvo jų, kaip vartotojų, klientų patirtis, 25 proc. – jų, kaip darbuotojų, patirtis. 16

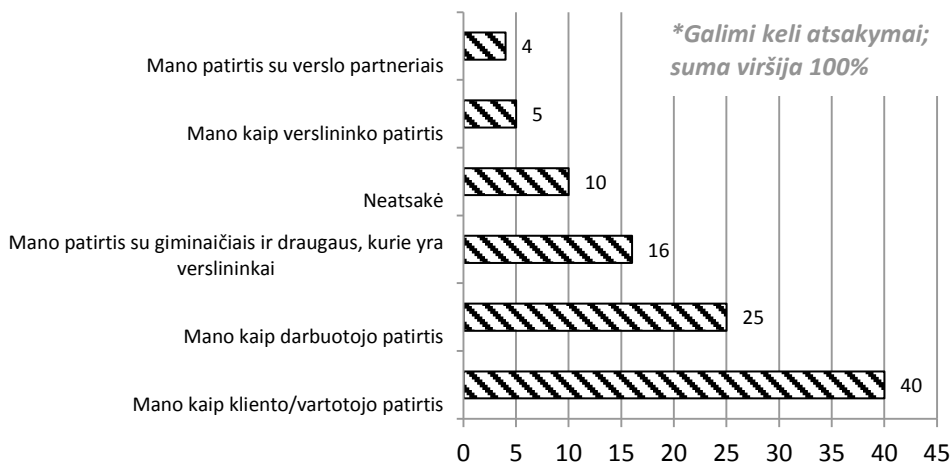
Ar pasitikite verslininkais? (%)



procentų respondentų svarbiausia buvo jų patirtis su giminaičiais ir draugais, kurie yra verslininkai, ir tik 5 procentai nuomonę apie verslą ir verslininkus susidarė per savo patirtį versle bei 4 proc. respondentų per patirtį su verslo partneriais.

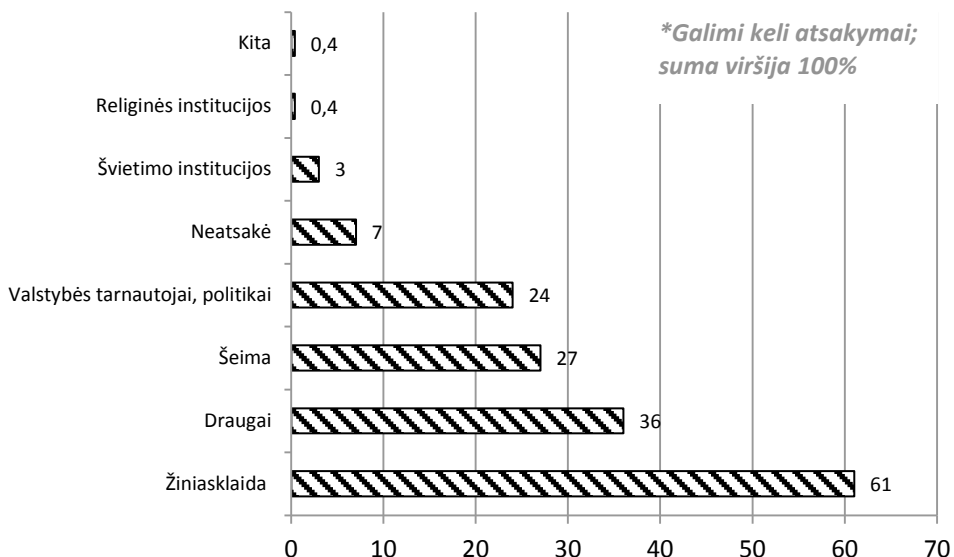
Nuomonę apie verslininkus formuoja ne tik tiesioginė kiekvieno žmogaus patirtis, bet ir įvairūs išoriniai veiksniai, tokie kaip žiniasklaida ar draugų ir pažįstamų nuomonė. Labai didelę įtaką mūsų visuomenėje turi žiniasklaida – net 61 procentas gyventojų nurodė, kad iš visų išorinių veiksnių, žiniasklaidos vaidmuo yra pats didžiausias. Žiniasklaida turi didžiausią įtaką 36–45 metų amžiaus tyrimo dalyviams, mažiausias pajamas (iki 500 Lt) turintiems respondentams ir mažesnių miestų arba rajonų centrų bei kaimo vietovių gyventojams. Būtent ši socialinė grupė taip pat išreiškė mažiausią pasitikėjimą verslininkais.

Kokia asmeninė patirtis turėjo daugiausiai įtakos Jūsų nuomonei apie verslininkus? (%)



Tarp šių rodiklių yra ryški koreliacija – žiniasklaidoje dažni straipsniai apie nesąžiningus verslininkus, bankrotus ir korupciją. Kaip teigia sociologas I. Zokas, žiniasklaidoje pasirodančios naujienos dažnai neatspindi gyventojų nuomonės apie verslininkus ir piešia blogesnę verslininko portretą nei jis yra iš tikrųjų: „Manipuliacijos galimybes dar labiau sustiprina informaciniai kanalai, iš kur žmonės gauna informaciją apie verslininkus – dažniausiai tai žiniasklaida, arba asmeninė vartotojiška patirtis. Stebint daugelio metų tendencijas viešojoje erdvėje atrodo, kad neigiamų tendencijų ženkliai daugiau. Nors objektyviai vertinant, požiūris į verslininkus yra gana pozityvus – jie apibūdinami kaip sunkiai dirbantys, prisiimančys riziką, žvelgiantys į ateitį, suteikiantys, atsakingi, į viešumą dažniau „prasimuša“ neigiami aspektai – korupcija, bankrotai, nusikaltimai“.

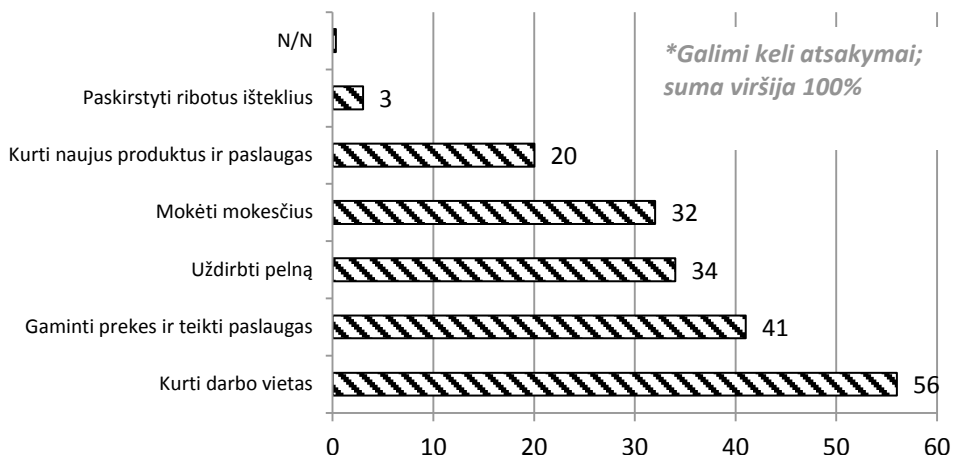
Kokie išoriniai veiksniai turėjo įtakos Jūsų nuomonei apie verslininkus? (%)



Verslininkai ne tik kuria produktus ir teikia paslaugas, bet atlieka ir kitas socialines funkcijas – kuria darbo vietas, moka mokesčius, užsiima labdara. Gyventojų atsakymai į klausimą „Kaip Jūs manote, kokios yra pagrindinės dvi verslininko funkcijos visuomenėje?“ buvo labai įvairūs. Atsakant į šį klausimą taip pat buvo galima pasirinkti keletą atsakymo variantų. Aukščiausią išsilavinimą turintys gyventojai labiausiai buvo linkę teigti, kad pagrindinė verslo funkcija yra gaminti prekes ir teikti paslaugas. Žemiausią išsilavinimą turintys gyventojai teigė, kad pagrindinė verslo funkcija yra darbo vietų kūrimas ir mokesčių mokėjimas. Dvidešimt procentų gyventojų taip pat teigė, kad pagrindinė verslo funkcija yra kurti naujus produktus ir paslaugas. Taip dažniausiai teigė jaunesni (26–35 metų) aukščiausią išsimokslinimą įgiję apklaustieji.

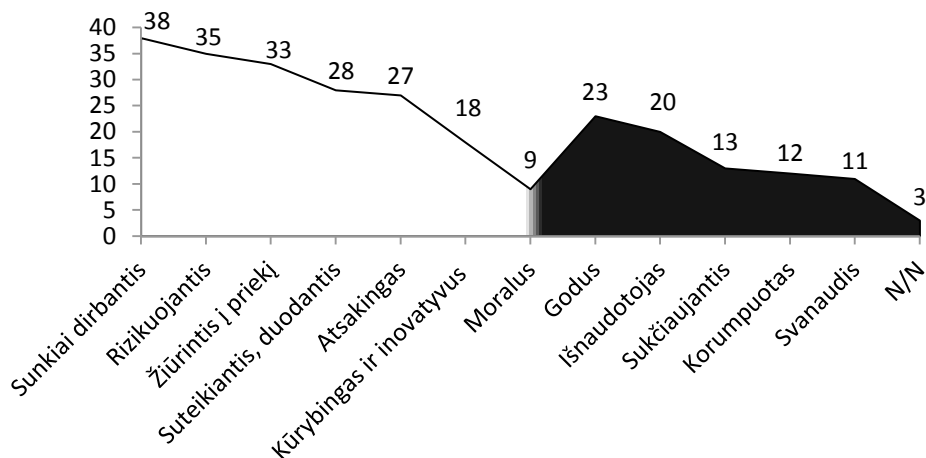
Gyventojų nuomonę apie verslininkus atspindi ir tai, kokias savybes jie labiausiai linkę priskirti verslininkams. Respondentams buvo pateiktas trumpas savybių sąrašas, iš kurių jie turėjo išrinkti tris, jų nuomone, geriausiai apibūdinančias verslininkus. Iš savybių septynios buvo pozityvios, penkios – neigiamos. Dauguma gyventojų verslininką įvardino kaip sunkiai dirbantį (38 proc.), prisiimančią riziką (35 proc.) ir žvelgiantį į ateitį (33 proc.). Po jų seka kitos dvi pozityvios savybės – kad verslininkas yra suteikiantis, duodantis, manė 28 procentai respondentų, kad atsakingas – 27 procentai.

Kokios yra dvi pagrindinės verslininko funkcijos visuomenėje? (%)



Šiame sąraše pirmoji neigiamą savybę – godumas – pasirodė tik šeštoje pagal atsakymų dažnumą vietoje, šią savybę verslininkų charakteryje išvėlgė 23 procentai apklaustųjų. Po jos išsirikiuoja kiti neigiami epitetai: išnaudotojas (20 proc.), sukčiaujantis (13 proc.), korumpuotas (12 proc.), savanaudis (11 proc.). Rečiausiai įvardinta savybė buvo moralumas, taip atsakė tik 9 procentai apklaustųjų. Taigi, požiūris į verslininkus tikrai nėra neigiamas. Pirmos penkios dažniausiai įvardintos savybės buvo pozityvios ir dažniausiai įvardinta neigiamą savybę sulaukė tik ketvirtadalis vertinusiųjų paminėjimo.

Kokius tris pagrindinius verslininkų bruožus galėtumėte išskirti? (%)



Kitu klausimu buvo aiškinamasi, kokie dalykai žmonėms labiausiai asocijuojasi su verslininkais. Kaip galimi atsakymo variantai buvo pateiktos dešimt galimų asociacijų, iš kurių respondentų buvo paprašyta išrinkti kelias: penkios buvo pozityvios (visuomeninė padėtis, sunkus darbas, išradingumas ir inovacijos, kūrybingumas), dvi savybės, kurios savaime nėra nei geros, nei blogos (prabanga ir rizika) ir trys negatyvios (korupcija, bankrotai ir nusikaltimai). Keturios daugiausiai įvardintos savybės, kurių kiekviena buvo paminėta daugiau nei 30 procentų, išsidėstė taip: visuomeninė padėtis (39 proc.), sunkus darbas (39 proc.), prabanga (32 proc.), rizika (31 proc.).

Su kokiais apibūdinimais siejate verslininkus?



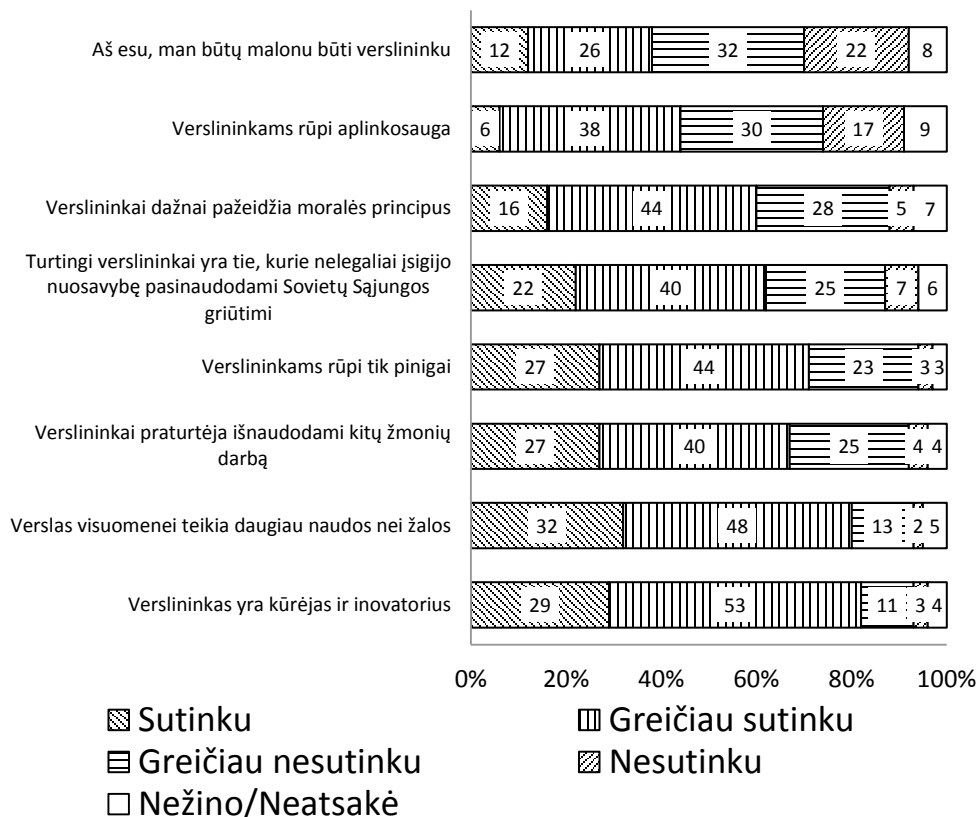
Iš šių įvardintų savybių galima daryti dviprasmiškas išvadas: viena vertus, mūsų visuomenėje yra tvirta asociacija tarp verslininkų ir sunkaus darbo, neužtikrintumo ir rizikos; kita vertus, vyrauja ir labai stiprios asociacijos tarp verslo ir padėties visuomenėje, prabangos. Prie verslininkų siejimo su prabanga ir padėtimi visuomenėje prisideda ir žiniasklaida. Straipsniai apie verslininkus dažniausiai pasirodo gyvenimo būdo žurnaluose arba laidose apie prabangą, stilių. Šiose laidose dažniausiai kalbama ne apie sunkų kasdienį darbą, kuris yra būtinas kuriant bet koki verslą, bet apie keliones, laisvalaikį, prabangius restoranus ir kitas pramogas.

Su prabanga verslininkus labiau nei vyrai buvo linkusios sieti moterys (tokį apibūdinimą pasirinko 34 proc. moterų ir 29 proc. vyrų), o moterys paprastai ir yra tradicinė gyvenimo būdo žurnalų auditorija. Kaip jau minėta, žiniasklaidos įtaka gyventojų nuomonei yra labai didelė, todėl tyrime atskleistos gyventojų asociacijos iš dalies atspindi žiniasklaidos priemonių kuriamą verslininko paveikslą.

Kitoje tyrimo dalyje gyventojų buvo paprašyta atsakyti, ar jie sutinka, ar nesutinka su tam tikrais teiginiais apie verslininkus. Su teiginiu, kad verslininkai yra kūrėjai ir novatoriai, labiausiai sutikti buvo linkę jauniausi (18–25 m.), aukščiausią išsilavinimą turintys arba didmiesčiuose gyvenantys apklaustieji. Net 80 proc. apklaustųjų sutiko, jog verslas visuomenei teikia daugiau naudos nei žalos ir tik labai nedidelė dalis (2 proc.) buvo linkę su šiuo teiginiu griežtai nesutikti. Daugiausia taip atsakiusių, priešingai nei buvo galima tikėtis, ne tarp vyriausio

amžiaus gyventojų, bet tarp jauniausių. Iš vyriausių gyventojų (56 ir daugiau metų) taip teigė tik 1,9 procento apklaustųjų, o iš jauniausių (18–25 metų) – 3,4 procentų.

Ar sutinkate su šiais teiginiais? (%)



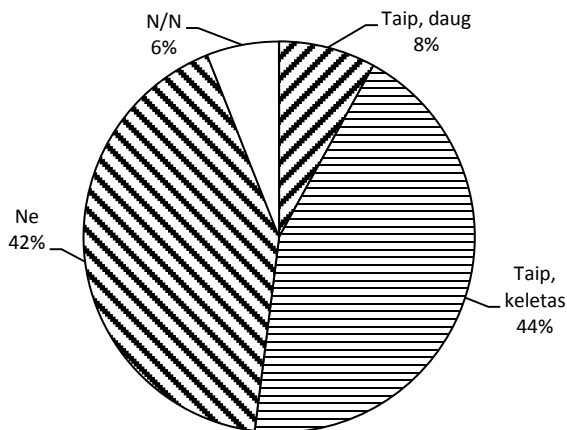
Iš gyventojų pritarimo, ar nepritarimo šioms išvardintiems teiginiais, apklausos dalyvių nuostatos apie verslininkus atrodo gana neigiamos – net 71 procentas gyventojų teigė, kad verslininkams rūpi tik pinigai, 62 procentai, kad turtingi verslininkai yra tie, kurie, pasinaudodami Sovietų Sąjungos griūtimi nelegaliai įsigijo nuosavybę, 60 procentų manė, kad verslininkai dažnai pažeidžia moralinius principus, 47 procentai respondentų sakė, kad verslininkams nerūpi aplinkosauga. Dauguma gyventojų (54%) taip pat teigė, kad jiems nebūtų malonu būti verslininkais. Nemažai atskleidžia ir tai, kokių socialinių grupių gyventojai buvo linkę labiausiai rinktis tam tikrus atsakymų variantus. Jauniausi apklaustieji buvo labiau linkę teigti, kad verslininkai yra kūrėjai ir novatoriai, aukštesnį išsilavinimą turintys žmonės dažniau teigė, kad verslas visuomenei teikia daugiau naudos, nei žalos. Priešingos tendencijos vyravo tarp žemesnį išsilavinimą turinčių, vyresnio amžiaus žmonių. Taigi tie, kurie yra labiausiai linkę formuoti mūsų valstybės ateitį – jauniausi, labiausi išsilavinę žmonės – verslo atžvilgiu yra

nusiteikę pozityviai. Tačiau neigiamą nuomonę apie verslą dažniausiai turi tie žmonės, kuriems verslas, kad ir koks smulkus, galėtų būti puiki išeitis. Neigiamą nuomonę apie verslininkus dažniausiai išreiškė mažiausias pajamas gaunantys, žemesnį išsilavinimą turintys arba mažesniuose miestuose gyvenantys žmonės. Būtent šiems žmonėms savo verslo, kad ir kokio smulkaus, pradėjimas būtų puikus būdas savo finansinei ir socialinei padėčiai pagerinti. Juk labiausiai drąsių verslininkų reikia ten, kur darbo vietų ir ekonominės veiklos yra mažiausiai.

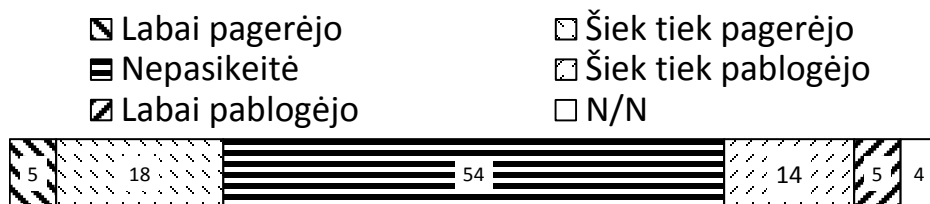
Paklausus gyventojų apie tai, ar jie žino verslininkų, kuriais pasitiki ir kuriuos gerbia, atsakymai pasiskirstė apylygiai, tačiau visgi daugiau buvo teigiančių, kad pažįsta pagarbos vertų verslininkų: 42 procentai atsakė, kad nežino pagarbos vertų verslininkų, 44 procentai teigė, kad žino keletą, 8 procentai, kad tokių žino daug. Teigusių, kad žino daug pagarbos vertų verslininkų, buvo daugiausia tarp aukštesnio išsilavinimo ir didesnį atlyginimą gaunančių respondentų. Mažesnių miestų ir miestelių gyventojai buvo labiau linkę nurodyti, kad yra keletas verslininkų, kuriuos jie gerbia, ir kuriais jie pasitiki. Pagal profesijas daugiausia teigiamai atsakiusiųjų buvo tarp aukščiausio arba vidutinio lygio vadovų ir smulkiųjų verslininkų. Tokie rezultatai iš esmės nestebina – kuo dažniau su verslininkais patys žmonės susiduria, tuo jų nuomonė apie verslininkus geresnė, o su jais, kaip partneriais, labiau linkę susidurti savo verslus turintys žmonės.

Didžiosios dalies gyventojų nuomonė apie verslą per paskutinius penkis metus nepasikeitė – net 54% žmonių sakė, kad ji šiuo periodu nekito. 23 procentai gyventojų atsakė, kad jų nuomonė apie verslininkus pagerėjo, o 19 procentų apklaustųjų teigė, kad pablogėjo. Taigi net ekonominės krizės laikotarpiu piliečių požiūris į verslininkus ryškiai nepasikeitė. Tiek jaunesni, tiek aukščiausią išsilavinimą įgiję žmonės buvo labiau linkę teigti, kad jų nuomonė apie verslininkus pagerėjo. Taigi, jaunosios kartos atstovai „atsineša“ geresnę nuomonę apie verslą ir verslininkus ir, galbūt, daugiau jų bus linkę patys sukurti verslą.

Ar yra verslininkų, kuriuos Jūs gerbiate ir jais pasitikite? (%)



**Kaip per paskutinius penkerius metus pasikeitė Jūsų
nuomonė apie verslininkus? (%)**



Nors gyventojų požiūris į verslininkus yra gana pozityvus, didžioji dauguma gyventojų patys nenorėtų būti verslininkais. Net 54 procentai gyventojų teigė, kad patys nenorėtų tapti verslininkais. 34 procentai gyventojų, iš kurių dauguma buvo aukščiausio ir vidutinio lygio vadovai, aukščiausią išsilavinimą turintys žmonės, sakė, kad patys norėtų kurti savo verslą. Taigi, asmeninio verslo idėja sugeba sužavėti tuos žmones, kurie turi patirties verslo pasaulyje. Iš apklaustų vidutinio ir aukščiausio lygio vadovų net 84,8 proc. sakė norintys sukurti savo verslą. Šiuo klausimu taip pat yra gana didelis skirtumas tarp lyčių: vyrai 7 proc. buvo labiau linkę kurti savo verslą nei moterys. Noras tapti verslininku taip pat yra susijęs su amžiumi: į šį klausimą daugiausiai teigiamai atsakė jauniausi apklausos dalyviai, o polinkis tapti verslininku tolygiai mažėjo, apklausiant vyresnius žmones.

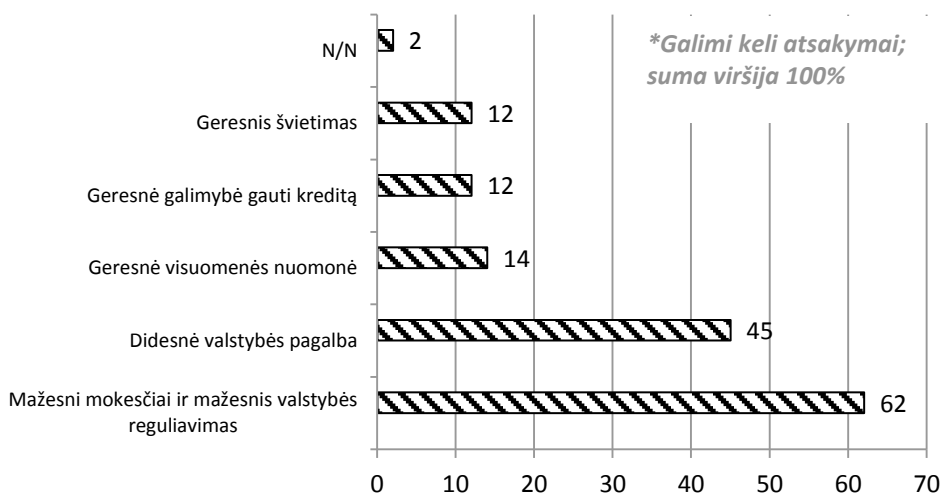
Kitu klausimu buvo bandoma išsiaiškinti, ar respondentai norėtų, kad jų sūnus arba dukra taptų verslininkais. Atsakymai į šį klausimą atskleidė kelias tendencijas: susidarė nedidelė persvara teigiančių, kad norėtų, jog jų vaikai būtų verslininkai, o nemaža dalis gyventojų teigė, kad verslininkais visgi turėtų būti vyrai, bet ne moterys. 50 procentų gyventojų teigė, kad norėtų, jog jų sūnus taptų verslininku, tačiau tokio pat darbo savo dukroms linkėjo 43 procentai apklaustųjų. Į šį klausimą taip pat daugiau buvo teigiamai buvo linkę atsakyti tie žmonės, kurie visais klausimais išreiškė palankesnę nuomonę verslininkų atžvilgiu – jaunesni, aukštesnį išsilavinimą turintys, didesniuose miestuose gyvenantys, didesnę atlyginimą gaunantys žmonės.

Ar Jūs norėtumėte, kad... (%)



Paklausus, kokios priemonės, gyventojų nuomone, labiausiai padėtų skatinti verslumą Lietuvoje, dauguma gyventojų (62 proc.) atsakė, kad labiausiai padėtų mažesni mokesčiai ir mažesnis valstybės reguliavimas. Taip pat didelė dalis gyventojų (45 proc.) atsakė, kad labiausiai padėtų didesnė valstybės pagalba. Daug rečiau buvo minimi kiti išvardinti variantai: geresnė viešoji nuomonė (14 proc.), geresnės galimybės gauti kreditą (12 proc.), geresnis išsilavinimas (12 proc.). Taigi, daugumos nuomone, mūsų valstybė verslui yra gana nedraugiška – arba užkraunanti per dideliais mokesčiais ir reguliavimu, arba nesuteikianti reikiamos pagalbos. Tokia nuomonė apie sąlygas verslui valstybėje gali daryti įtaką gyventojų norui kurti savo verslą ir gali paaiškinti, kodėl dauguma žmonių (54 proc.) teigė nenorintys tapti verslininkais. Nors dauguma apklaustųjų verslininkus siejo su tokiomis pozityviomis savybėmis, kaip sunkiu darbu, žvelgimu į ateitį, atsakingumu, tik trečdalis (34 proc.) gyventojų teigė, kad patys norėtų užsiimti verslu. Daugumos nuomone, sąlygos verslui Lietuvoje yra nepalankios ir dėl to jie patys verslu užsiimti nenorėtų.

Kas paskatintų verslumą Lietuvoje? (%)

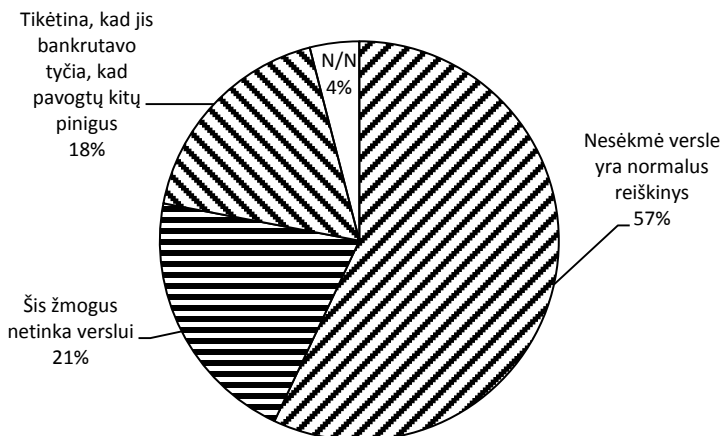


Daugumos gyventojų nuomone, posovietinių šalių verslininkai yra blogesni nei vakarų verslininkai. Taip Lietuvoje mano 35 procentai gyventojų. 34 procentai šiuo klausimu nuomonės neturi, 14 proc. teigė, kad buvusių sovietinių šalių verslininkai yra geresni.

Versle nesėkmė ir bankrotas kartais yra neišvengiamas, tačiau ne visi gyventojai yra linkę su tokia mintimi sutikti. Paklausti „Kaip vertinate verslininką, kuris patyrė nesėkmę savo versle?“ dauguma gyventojų (57%) atsakė, kad nesėkmė

yra normalus reiškinyje verslo pasaulyje. Tačiau net 21 procentas gyventojų teigė, kad jei žmogus kartą patyrė nesėkmę versle, tai jis išvis nėra tinkamas verslo pasauliui. 18 procentų gyventojų netgi teigė, kad tikėtina, jog šis verslininkas bankrutavo tyčia, kad pavogtų kitų žmonių pinigus. Tokios nuomonės dažniausiai laikėsi mažesnių miestų, kaimų arba vyresnio amžiaus (36 ir daugiau metų) gyventojai. Taigi jaunesni ir aukštesnį išsilavinimą įgiję žmonės, kurie patys yra labiau linkę galvoti apie savo verslą, labiau suvokia riziką, kurią prisiima verslininkai ir dėl to mažiau linkę „pasmerkti“ verslininkus. Retas verslininkas savo noru uždarytų įmonę, į kurią įdėjo tiek darbo, laiko, pastangų ir tikriausiai nemažai savo pinigų. Tačiau kartais veiklos nutraukimas yra neišvengiamas ir puiku, jei verslininkai turi pakankamai jėgų, užsidegimo iš naujo pradėti įgyvendinti kitą idėją.

***Kaip Jūs vertinate verslininką, kuris patyrė
nesėkmę savo versle?***



Išvados

Šio tyrimo rezultatai rodo, kad verslą ir verslininkus geriausiai vertina tie žmonės, kurie labiausiai susiję su verslo pasauliu – aukščiausią išsilavinimą įgiję, didesnę atlyginimą gaunantys žmonės arba tie, kurie su verslu labiausiai sieja savo ateitį – jauni, savo verslą įkurti siekiantys žmonės. Nepalankiai verslininkus vertinti labiausiai buvo linkę žemiausią išsilavinimą turintys, mažiausią atlyginimą gaunantys žmonės ir gyvenantieji mažesniuose miestuose. Geriausiai verslą vertinantys žmonės yra labiausiai linkę juo užsiimti, prasčiausiai jį vertinantys – mažiausiai. Kadangi Lietuvoje verslą prasčiausiai vertina mažiausias pajamas gaunantys, žemiausią išsilavinimą turintys žmonės, mažiausiai tikėtina, kad jie įkurs savo verslą ir savo sunkiu darbu bei kūrybine galia pagerins savo padėtį. Kaip teigia JAV pastorius Robertas Sirico, tik darbas ir verslas žmogų gali pakelti iš

skurdo: „Kai kompanijos kuria darbus, atsiranda galimybių ekonominei pažangai. Skurde gyvenantys žmonės, kurie gauna darbą, net tik pagerina savo situaciją. Savo darbu jie prisideda prie paslaugų ir gėrybių, kurios pasiekiamos jų bendruomenėje. Toks procesas, priešingai nei labdara, yra tvarus. Produktivių darbo vietų kūrimas ir darbas nutraukia ydingą priklausomybės ratą ir pradeda produktyvų dalyvavimo rinkos ekonomikoje procesą. Darbo vietų kūrimas yra pati efektyviausia prieš skurdą kovojanti programa.“⁷

Mūsų valstybėje, deja, vyrauja priešinga nuostata. Politikai dažnai kartoja frazę, kad mūsų valstybė turėtų užtikrinti kiekvienam jos piliečiui orų gyvenimą. Orų ir garbingą gyvenimą siekiama užtikrinti, aprūpinant kiekvieną pilietį bent minimaliomis pajamomis – nesvarbu, ar tai nustatyto dydžio atlyginimas, ar kartais jį pralenkiančios pašalpos. Tačiau tikras žmogiškas orumas yra pasiekiamas tik tiems, kurie gali kūrybingai ir produktyviai dirbti – savo kūrybingumu, savo prakaitu, pastangomis ir kūrybingumu tarnauti visuomenei. Pašalpos, griežtas darbo santykių reguliavimas, dideli barjerai naujo verslo atsiradimui neleidžia šiam kūrybingumui pasireikšti ir žlugdo iniciatyvą bei kūrybingumą.

Norint gerinti ekonominę padėtį mūsų valstybėje, reikėtų gerinti sąlygas verslui, mažinti valstybės reguliavimą ir kišimąsi į darbo santykius. Darbo santykių reguliavimas Lietuvoje yra labai detalus ir griežtas. Būtent darbo santykių reguliavimas Lietuvos ekonominės laisvės indekse išsiskiria kaip vienas žemiausių rodiklių⁸. Bedarbystė šiuo metu Lietuvoje yra aktualiausia problema, kurią labiausiai padėtų spręsti lankstesni darbo santykiai. Tokios nuomonės „Eurobarometer“ apklausos duomenimis laikosi net 85 procentai Lietuvos gyventojų⁹. Dauguma gyventojų įvardino, kad verslo pagrindinė funkcija yra būtent darbo vietų kūrimas, o griežtas darbo santykių reguliavimas jį labiausiai stabdo. Lengvesnės galimybės įsidarbinti, mažesnis valstybės reguliavimas padėtų įsidarbinti arba sukurti savo verslą tiems, kam toks darbas atneštų didžiausią naudą – neturtingiausiems ir žemiausią išsilavinimą įgijusiems žmonėms. Taip pat tai padėtų mažinti socialinės atskirties problemą ir atotrūkį tarp daugiausiai ir mažiausiai uždirbančių žmonių. Kaip rodo apklausa, 62 proc. gyventojų mano, kad verslui valstybė labiausiai galėtų padėti, mažindama mokesčius ir verslo reguliaciją, tačiau už tai pasisakančių politikų yra labai mažai.

Formuojant verslininko įvaizdį mūsų visuomenėje, labai didelę įtaką turi žiniasklaida. Joje dažniausiai piešiamas verslininko portretas yra siejamas su prabanga, laisvalaikiu. Labai dažnai pamirštama, kad sąžiningai dirbantys verslininkai visą šią prabangą pasiekė ilgu ir sunkiu darbu, apie kurį žiniasklaidoje

⁷ Robert Sirico, „Defending the Free Market“, Washington: Regenery Publishing, INC. 2012, p. 61.

⁸ 2013 Index of Economic Freedom 2013 [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2013 04 19]. Prieiga per internetą: <<http://www.heritage.org/>>

⁹ Eurobarometer 2012: Employment and social policy. [Interaktyvus] [Žiūrėta 2013 04 19]. Prieiga per internetą: [://ec.europa.eu/index_en.htm](http://ec.europa.eu/index_en.htm)

rašoma daug rečiau. Tai paaiškina, kodėl paklausti apie su verslininkais asocijuojamas savybes, dauguma gyventojų mini prabangą ir socialinį statusą. Dažnai pamirštama, kad verslininkai yra ne tik turtingi didelių kompanijų vadovai, bet ir patys smulkiausi, vien savo darbu gyvenantys žmonės. Net patys smulkiausi turgaus prekeiviai yra verslininkai, o pats turgus – puikus rinkos pavyzdys.

Lietuvoje pagrindine darbdavių funkcija įvardinamas darbo vietų kūrimas ir produktų bei gėrybių kūrimas. Tačiau ne daugiau nei penktadalis gyventojų pabrėžė verslininkų, kaip kūrėjų ir novatorių vaidmenį, taigi ši verslo funkcija vis dar yra pamirštama. Lietuviai dažniausiai teigė, kad ekonominę gerovę valstybėje visų pirma kuria verslas, tą teigusią kitose valstybėse buvo net dvidešimčia procentų mažiau. Tačiau seni stereotipai apie verslininkus vis dar gyvi – labai dažnai verslininkai asocijuojami su godumu, išnaudojimu ir pelno siekimu. Didžioji dalis gyventojų sutiko su teiginiu, kad verslininkams rūpi tik pinigai ir kad verslininkai praturtėja, išnaudodami kitų žmonių darbą.

Godumas yra greičiau žmogaus prigimties dalis nei ypatinga kapitalistinės sistemos pasekmė: „Bet kuri sistema, valdoma amoralių žmonių, turės daug problemų. Godumas yra yda, kuri gundo verslininkus lygiai taip, kaip ji gundė sovietinės sistemos biurokratus, viduramžių Prancūzijos bažnyčios klerikus, ar senovės Romos imperijos pareigūnus. Materialinė gerovė, kurią sukuria kapitalistinė sistema, atneša ir tokią galimybę, kad žmonės pradės save tapatinti su tuo, ką jie turi, o ne tuo, kas jie yra. <...> Tačiau turtas, sukauptas kitais nei kapitalistinės sistemos būdais, yra ne ką mažiau žlugdantis dorovę – kaip pavyzdį prisiminkite senovės aristokratų gyvenimą arba Vidurio Rytų naftos magnatus.“¹⁰ Ši yda nėra tik verslo pasaulio savybė – ji būdinga visiems žmonėms vienodai.

Taigi, nuomonė apie verslininkus Lietuvoje yra gana nevienareikšmiška. Nors gyventojai ir sutaria, kad ekonominę gerovę kuria verslininkai, nors jie dažniausiai apibūdinami kaip sunkiai dirbantys, rizikuojantys ir žiūrintys į ateitį, verslininkai dažniausiai asocijuojami su prabanga ir statusu visuomenėje. Net 42 proc. gyventojų teigė nežinantys ar nepažįstantys pagarbos vertę verslininkų. Tačiau tokį įspūdį gyventojai dažniausiai susidaro per žiniasklaidos priemones, o ne iš asmeninės patirties. Problematiškiausia tai, kad žemesnės socialinės padėties gyventojai buvo daug dažniau linkę neigiamai vertinti verslininkus nei aukštesnės padėties gyventojai. Dėl tokio neigiamo požiūrio jie bus mažiau linkę savo vaikus kreipti į verslą ir dėl to jiems bus sunkiau pagerinti savo ekonominę ir socialinę padėtį.

¹⁰ Robert Sirico, „Defending the Free Market“, Washington: Regenery Publishing, INC. 2012, p. 50–51.

Politinė ir ekonominė verslininko įvaizdžio perspektyva

Remigijus Senavaitis

Bet koks veiksmas prasideda nuo pasirinkimo – prieš pradėdami vienaip ar kitaip elgtis, mes, remdamiesi savo vertybėmis, nuostatomis, ar iracionaliomis akimirkos emocijomis, pasirenkame vienokį ar kitokį veiksmą. Visi veiksmai atliekami siekiant tam tikro tikslo, o kiekvienam tikslui pasiekti reikalingos ir tam tikros priemonės. Ekonomika, kaip mokslas, tiria žmogaus pasirinkimą: kokios priemonės pasirenkamos, siekiant įgyvendinti tam tikrus, dažniausiai materialinius, tikslus; kaip ribotų išteklių pasaulyje žmogus siekia užtikrinti savo saugumą, pragyvenimą ir gerovę. Bet kurioje ribotų galimybių situacijoje žmogus pasirinks tas priemones, kurios, jo nuomone, bus tinkamiausios jo siekiamam tikslui įgyvendinti. Net jei tenka rinktis tarp bado ir vagystės, žmogus pasirinks tai, kas šioje situacijoje jam atrodo geriausia, t. y. mažesnę blogybę. Kuo daugiau bus galimybių rinktis, kuo laisvesnis pasirinkimo situacijoje esantis žmogus, tuo didesnė tikimybė, kad žmogus pasirinks tą variantą, kuris, jo nuomone, yra pats geriausias. Taigi, laisvė pasirinkimo situacijoje atsidūrusiam žmogui visada yra naudinga.

Laisvoje rinkoje ekonominė veikla yra nepriklausoma nuo valstybės, ją užsiima ne valstybinės įmonės, bet verslininkai. Verslininkai investuoja bet kokio verslo pradžia reikalingus pinigus, kapitalą, surenka darbuotojų komandą ir įgyvendina savo idėjas – kuria inovacijas. Jų paslaugos ir prekės būna paklausios tarp vartotojų tik tada, kai jos patenkina kažkokį realų jų poreikį. Šia prasme, verslininkai visada tarnauja visuomenei ir vartotojams, o jų sėkmė priklauso tik nuo kiekvieno valios. Todėl laisvi mainai yra situacija, kurioje laimi abi pusės – tiek pirkėjas, tiek pardavėjas. Tačiau ekonominiuose santykiuose gėrybes tiekianti pusė (darbdaviai, pardavėjai, gamintojai) visada atrodo stipresnė ir ją dažniausiai bandoma apriboti bei suvaldyti teisės aktais. Įstatymai nulemia, kokią formą įgauna valstybės ekonomika, o nuo politikų požiūrio į verslininkus priklauso tai, kiek laisvės veikti ir kurti jie turės valstybėje.

Ilgą laiką darbo santykius reguliavo susitarimai – civilinės ir komercinės teisės normos. XX a. pramonės revoliucijos Vakarų Europoje ir JAV lėmė, kad darbo santykius imta reguliuoti imperatyviomis teisės normomis, t. y. įstatymai nustatė privalomas sąlygas darbo sutartyse (tokias kaip galimas maksimalus darbo laikas, privalomos atostogos ir pan.) bei socialinę apsaugą, darbo saugos reikalavimus. Tuometinė situacija buvo tokia, kad daugybė žmonių kėlėsi į miestus, trūko gamybos priemonių, darbo sąlygos buvo fiziškai sudėtingos. Taip pat dėl vyravusio gamybinio, kolektyvinio darbo pobūdžio pavieniai darbuotojai jautė poreikį derėtis dėl darbo sąlygų ir atlygio ne individualiai, o kolektyviniu būdu. Gajos buvo ir filosofo Karlo Markso idėjos apie kapitalo ir darbo jėgos konfliktą, aiškinantį, kad darbo jėga yra savita prekė, dėl ko būtina reguliuoti

darbuotojų ir darbdavių bendradarbiavimą, darbuotojo darbo ir gyvenimo sąlygas. Šias idėjas perėmė ir Sovietų Sąjunga. Joje verslininkai buvo laikomi išnaudotojais ir paprastų darbininkų engėjais, o bet kokia laisva veikla – nusikaltimu. Pats žodis „verslininkas“ Sovietų Sąjungoje neegzistavo, jį pakeitė daug negatyvesnis žodis „spekulantas“. Siekiant suvokti, ar tokia ideologija paliko pėdsaką lietuvių mentalitete, buvo atliktas tyrimas, kuriuo buvo aiškinamasi, ką gyventojai mano apie Lietuvos verslininkus.

Lietuvos gyventojų požiūris į verslą ir verslininkus yra geresnis nei buvo galima tikėtis – net 74 procentai gyventojų teigė, kad ekonomikos augimą valstybėje kuria verslas ir tik 25 procentai gyventojų teigė, kad tai atlieka valstybė. Šis klausimas atskleidžia du dalykus. Visų pirma, tai parodo Lietuvos gyventojų ekonominį išsilavinimą. Kapitalistinė, vakarietiška valstybė pati neužsiima ekonomine veikla, ji tik perskirsto lėšas, todėl visos valstybėje esančios gėrybės yra sukuriamos verslo ir verslininkų. Visas ekonomikos augimas yra priklausomas nuo privataus sektoriaus. Antra, tai parodo, kad Lietuvos gyventojai puikiai prisimena, kokia neefektyvi yra ekonomine veikla bandanti užsiimti valstybė.

Nors gyventojai suvokia, kad tik verslas kuria ekonominę gerovę valstybėje, požiūris į verslininkus yra gana neutralus: kad verslininkais daugiau pasitiki teigė 31 proc. gyventojų, kad daugiau nepasitiki – 29 proc., tačiau didžioji dalis – 38 proc. teigė, kad jie yra neutralios nuomonės – nei pasitiki, nei

Lietuvos gyventojų požiūris į verslą ir verslininkus yra geresnis nei buvo galima tikėtis – net 74 procentai gyventojų teigė, kad ekonomikos augimą valstybėje kuria verslas ir tik 25 procentai gyventojų teigė, kad tai atlieka valstybė.

nepasitiki verslininkais. Labiau nepasitikėti verslininkais buvo linkę vyresni, mažesnes pajamas gaunantys, mažesnių miestų ir miestelių gyventojai – ta pati gyventojų grupė, kuri į klausimą „Kokie išoriniai veiksniai turėjo įtakos Jūsų nuomonei apie verslininkus?“ buvo linkusi atsakyti, jog žiniasklaida. Kad žiniasklaida turėjo didžiausią įtaką nuomonei apie verslininkus, teigė net 61 procentas gyventojų. Žiniasklaidos versle blogos naujienos yra geros naujienos: skaitytojų dėmesį daug labiau pritraukia apie apgavystes, sukčiavimą ir nusikaltimus kalbančios antraštės, dėl to naujienos labai dažnai būna tendencingai negatyvios.

Didžioji dalis gyventojų tiesiogiai su pačiais verslininkais nesusiduria – paklausti, kokia asmeninė patirtis labiausiai daro poveikį jų nuomonei apie verslininkus, dauguma buvo linkę atsakyti, kad tai jų, kaip klientų, vartotojų patirtis (40 proc.) arba jų, kaip darbuotojų, patirtis (25 proc.). Tik 5 procentai apklaustųjų teigė, kad didžiausios įtakos jiems turėjo jų pačių, kaip verslininkų, patirtis. Taigi, dauguma su verslininkais susiduria arba per jų samdomus darbuotojus, arba kaip pavaldiniai su viršininkais. Draugų, artimųjų rate su verslininkais ryšio neturintys žmonės, žinoma, bus linkę atsargiau juos vertinti. Tam tikrą psichologinį atstumą sukuria ir žiniasklaida: dažniausiai apie verslą ir

verslininkus rašoma gyvenimo būdo, stiliaus žurnaluose. Juose mažiau dėmesio skiriama sunkiam darbui, ilgomis valandoms ir rizikai, kurią tenka prisiimti verslininkams, o daugiau kalbama apie prabangų sėkmingų verslininkų gyvenimą, pokylius, keliones ir laisvalaikį.

Tačiau turtingi, sėkme ir prabanga besimėgaujantys verslininkai yra greičiau išimtis nei taisyklė. Bet kuris verslas prasideda kaip smulkusis verslas. Labai dažnai pradžiai būtiną kapitalą įmanoma gauti tik su paskola ir didelė dalis verslininkų patiria nesėkmę bei bankrutuoja per keletą pirmųjų metų. Labai dažnai sėkmingas verslininkas iš savo verslo didelių turtų nesusikrauna, o tik susikuria sau patinkančią darbo vietą ir stabilias pajamas. Dažnai verslas kuriamas ne siekiant susikrauti turtus, bet įgyvendinti savo idėjas ir dirbti nepriklausomai nuo kitų žmonių. Tikriausiai tiksliausias verslininko portretas būtų sėkmingai dirbantis ir savo dirbiniais nepriklausomai prekiaujantis amatininkas, batų taisyklos savininkas arba turgaus prekeivis.

Labai dažnai sėkmingas verslininkas iš savo verslo didelių turtų nesusikrauna, o tik susikuria sau patinkančią darbo vietą ir stabilias pajamas. Dažnai verslas kuriamas ne siekiant susikrauti turtus, bet įgyvendinti savo idėjas ir dirbti nepriklausomai nuo kitų žmonių.

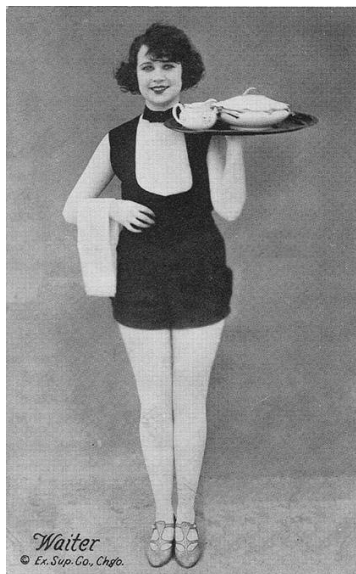
Šio tyrimo duomenys rodo, kad mūsų tautiečių požiūris į verslininkus yra „įstrigęs“ tarp dviejų kraštutinių – Lietuvos gyventojai su verslininkais dažniausiai sieja tiek socialinį statusą (39 proc.), prabangą (32 proc.), tiek sunkų darbą (39 proc.) ir riziką (31 proc.). Tačiau dauguma buvo linkę sutikti, kad verslininkai praturtėja, išnaudodami kitų žmonių darbą (67 proc.) ir kad verslininkai dažnai pažeidžia moralinius principus (60 proc.). Taigi, Lietuvos gyventojai atsidūrė dviejose skirtingose pozicijose – jie vertina sunkų, nuoširdų darbą, tačiau atsargiai žiūri į jo nešamą turtą ir gerovę. Galbūt tokią situaciją gali paaiškinti ir paprastas žmogiškas pavydas – juk jei dauguma dirba sunkiai ir nuoširdžiai, tačiau pasiseka tik nedaugeliui, gali pagrįstai kilti įtarimai, kodėl vieniems sekasi, o kitiems – ne.

Negatyvų verslininkų įvaizdį formuoja ir palaiko valstybės leidžiami įstatymai. Tokios esminės sritys, kaip darbo santykių reguliavimas, Lietuvai atgavus nepriklausomybę, nebuvo iš esmės pertvarkytos. Darbo kodeksas dėl papildomai įvestų įstatymų netgi pastorėjo: „Darbo reguliavimas buvo griežtinamas per visą nepriklausomybės laikotarpį. Greta įstatymų leidėjų užmiršto, bet galiojančio tarybinio Darbo įstatymų kodekso, kas mėnesį dygo nauji įstatymai ir nutarimai, nustatantys vis naujus apribojimus“¹¹. Taigi, valstybės institucijų požiūris į verslininkus išliko toks pat negatyvus: vis dar buvo siekiama suvaldyti ir

11 Remigijus Šimašius, „Naujasis darbo kodeksas: plati erdvė tarp reguliavimo ir liberalizavimo“, in Laisvės algoritmai, Vilnius: Petro Ofsetas, 2005, p. 199–200.

apriboti verslininkus, norint apsaugoti darbuotojus ir vartotojus nuo išnaudojimo ir apgavystės. Politikai nediskutuoja, ar reikėtų verslą ir verslininkus reguliuoti, ar leisti jiems veikti laisvai, visose šia tema vykstančiose diskusijose kalbama tik kiek ir kaip reikėtų verslą reguliuoti.

Darbo santykių reguliavimu paprastai siekiama apsaugoti darbuotoją, nes manoma, jog darbuotojo ir darbdavio padėtis nevienoda – kad darbdavys turi tam tikrų pranašumų prieš darbuotoją, taigi pastarasis yra nepalankesnėje padėtyje, ir būtent dėl to įstatymo leidėjas, saugodamas darbuotojo teises, turi įsikišti į sutartinius darbo santykius ir iš anksto nustatyti, ką gali ir ko negali susitarti šalys. Ši nuostata gal ir buvo teisinga, kai valstybė buvo vienintelis galimas darbdavys. Vystantis rinkos santykiams, technologijoms vis didesnę reikšmę turi darbuotojo kvalifikacija, asmeniniai sugebėjimai, dėl kurių darbdavys tampa vis labiau priklausomas nuo savo darbuotojų vystant ekonominę-ūkinę veiklą, o darbuotojams tai leidžia būti lygiateise darbo santykių šalimi ir derėtis dėl savo poreikių.



Visas šis reguliavimas iš esmės negali pakeisti vartotojų pasirinkimo ir apsisprendimo – jei verslininkai teikia nekokybiškas paslaugas ar nesirūpina savo klientais, jie juos labai greitai praranda. Už nekokybiškas paslaugas verslininkai vartotojų yra baudžiami skaudžiausiai – jų verslas, su visu įdėtu darbu, visomis investicijomis ir svajonėmis žlunga ir bankrutuoja. Todėl patys verslininkai yra labiausiai suinteresuoti, kad jų paslaugos būtų geros ir kokybiškos.

Gyventojų požiūris į verslą nėra blogas ir jie supranta, kokią rolę verslas vaidina valstybėje. Dauguma apklaustųjų sutinka, kad verslininkai yra kūrėjai ir novatoriai (82 proc.) bei teigia, kad verslas visuomenei teikia daugiau naudos nei žalos (81 proc.). Dauguma gyventojų suvokia pagrindines verslininkų funkcijas – darbo vietų kūrimą ir produktų gamybą bei tiekimą ir neabejoja jų ekonomine bei socialine funkcija. Tačiau tik mažesnė dalis gyventojų yra patys pasiryžę tapti verslininkais: 34 proc. gyventojų teigė, kad norėtų jais būti, 54 proc. respondentų atsakė, kad nenorėtų. Toks neryžtingumas yra suprantamas – didžioji dalis (62 proc.) gyventojų, paklausus, kas labiausiai paskatintų verslą Lietuvoje, teigė, kad mažesni mokesčiai mažesnis valstybės reguliavimas, o 45 proc. – kad didesnė valstybės pagalba. Taigi, daugumos gyventojų nuomone, mūsų valstybėje yra nepalankios sąlygos verslui. Galbūt dėl to jie nenorėtų patys rizikuoti ir pradėti savo verslo.

Verslą reguliuojančios institucijos Lietuvoje nėra palankiai nusiteikusios verslininkų, ypač bandančių įkurti savo verslą, atžvilgiu – pagal verslo sąlygas

tiriantį indeksą „Doing Business 2013“ Lietuvos reitingas, nors bendrai mūsų šalis įvertinta 27 vieta, yra blogiausias būtent verslo pradžios atžvilgiu. Iš 185 ištirtų valstybių, pagal verslo pradžios sudėtingumą, Lietuva reitinge yra 107¹². Viso Rytų Europos ir Centrinės Azijos regiono, kuriam šiame tyrime priskirta Lietuva, vidurkis yra 60¹³, taigi mes nuo šio regiono atsiliekame net per 47 pozicijas. Lietuvoje verslo pradžią taip pat apsunkina ir sudėtinga bei paini mokesčių sistema, pagal šį reitingą Lietuva įvertinta 60-ąja vieta.



Politikų dažnai kaip geras pavyzdys minimos Skandinavijos šalys mokesčių sistemos paprastumu ir skaidrumu Lietuvą pralenkia labai smarkiai – Danija pagal šį rodiklį užima 13, Norvegija – 19, Suomija – 23 vietą. Tačiau vien pasiekti vidurkį pagal šiuos rodiklius nepakaktų – siekdami pritraukti investicijas iš užsienio ir paskatinti verslo kūrimąsi Lietuvoje, politikai turėtų stengtis pasiekti ir net pralenkti Skandinavijos šalis ne mokesčių dydžiu, bet visos mokesčių sistemos paprastumu, efektyvumu ir skaidrumu. Kaip rodo apklausa, Lietuvos gyventojai palaiko poziciją, kad reikia gerinti verslo sąlygas valstybėje ir mažinti mokesčius. Tačiau valstybę valdantys politikai žingsnių į šią pusę nežengia. Priešingai, verslininkai apkraunami vis detalesniais ir griežtesniais įstatymais. Kartais netgi iškyla pasiūlymų reguliuoti produktų antkainius – imtis veikla, kuri laisvos ekonomikos valstybėje neįsivaizduojama.

Tai, jog valdžios atstovų santykis su verslu vis dar yra gana neigiamas, puikiai iliustruoja chronologinė paskutinių 22 metų teisėkūros proceso apžvalga. Lietuvos Respublikos Seimo įstatymų duomenų bazėje aktualiose įstatymų redakcijose žodis

Visas šis reguliavimas iš esmės negali pakeisti vartotojų pasirinkimo ir apsisprendimo – jei verslininkai teikia nekokybiškas paslaugas ar nesirūpina savo klientais, jie juos labai greitai praranda.

¹²Doing Business 2013, Economy Profile: Lithuania [Interaktyvus] [Žiūrėta 2013 04 19]. Prieiga per internetą: <<http://www.doingbusiness.org>>

¹³ Ten pat.

„draudžiama“ sutinkamas vis dažniau. Su svyravimais įstatymų su žodžiu „draudžiama“ nuolat daugėjo, o didžiausi pakilimai buvo ruošiantis narystei Europos Sąjungoje ir po ekonominės krizės. Identiškos tendencijos pastebimos ir su žodžiu „negalima“. Įvedus atsitiktinį kontrolinį žodį, galime matyti realiai nesikeičiantį jo kiekį įstatymuose per paskutinius du dešimtmečius, todėl draudimų augimo tendencija nėra tiesiog didesnio įstatymų kiekio pasekmė.

Dauguma gyventojų sutinka, kad verslininkų veikla kuria valstybės ekonominę gerovę, sukuria naudingas ir ilgalaikes darbo vietas ir tiekia būtiniausias prekes bei paslaugas. Verslininkų vaidmeniu valstybėje neabejojama ir jais žavimasi už sunkų ir atsakingą darbą, tačiau jie vis dar dažnai įtariami nesąžiningumu, godumu ir sukčiavimu. Rinkos ekonomika yra kasdienė demokratija – kiekvieną dieną žmonės balsuoja savo „pinigine“ išreikšdami pasitikėjimą arba nepasitikėjimą verslininkais ir visada laimi tie, kas geriausiai žmonėms teikia tai, ko jie nori. Norint spręsti ilgalaikes Lietuvos ekonomikos problemas, reikėtų gerinti verslo sąlygas Lietuvoje bei į pozityvią pusę keisti gyventojų nuomonę apie verslininkus.

Psichologinės įžvalgos dėl verslininko įvaizdžio Lietuvoje

Aušra Griškonytė

Valio! Lietuvoje verslas gyvuoja. Tikrai sėkmingai gyvuoja. Taip tvirtina „Spinter“ apklausos dalyviai. Ir ką gi apie verslininkus mano respondentai. Nesiruošiamo daryti mokslinių išvadų, nes ši apklausa parodo tik tendencijas. Žinoma, nesitaikome ir į išsamias analizes ar ypatingas tiesas, nes, anot filosofo Zygmunto Baumano (Zygmunt Bauman. „Vartojamas gyvenimas“), vertintojai niekuomet negyveno vertinamųjų kailyje, o šie niekuomet neturės galimybių atsakyti į vertinimus. Tačiau psichologui pasižvalgyti po apklausų rezultatus visada įdomu.

Leidome sau pažvelgti į atliktos Lietuvos gyventojų požiūrio į verslininkus apklausos rezultatus iš keleto pozicijų: psichologės (kaip mato verslininką, jo veiklą ir elgesį Lietuvos piliečiai – verslininko ir jo vertintojo vaizdai) ir psichoterapeutės (kodėl taip jį mato).

Psichologės žvilgsnis

Pirmasis įspūdis, peržvelgus apklausos rezultatus – verslininkas sutinkamas gana pagarbiai. Vyrams verslininkas – lyg senovės karžygio atitikmuo. Vyrai jame įžvelgia jėgą, ištreniruotą verslo pasaulio kol kas dar taip mėgstamose galios kovose ir pasiryžimą rizikuoti. Moteris ir vyresnio amžiaus žmonės, tuo tarpu, akina verslo atstovų prabanga.

Antrasis įspūdis – požiūryje į verslininkus atsiskleidžia daugybė paradoksų, nuomonės pastebimai skyla į teigiamas ir neigiamas. Jaunesni, didesnes pajamas turintys ir daugiau mokslo ragavusieji, labiau pasitiki lietuviškuoju verslu ir jo atstovais. Tuo tarpu, stebina, kad beveik 70 proc. apklaustųjų į verslininkus žvelgia negatyviai: yra abejingi verslui ir juo visai nesidomi (lyg gyventų kitoje planetoje) arba daugiau ar mažiau nepasitiki verslininkais (dėl to, kad kažkur kažkas su jais nepagarbiai pakalbėjo, laiku neatliko darbo, nusipirkta prekė ar paslauga neatitiko lūkesčių).

Gal vėlgi koją kiša tik išorinė pažintis su verslu, remiantis tik savo kaip kliento ar dirbančiojo versle patirtis? Panašu, kad matoma tik viena verslo pusė, tad verslo atstovams turėtų būti itin svarbu atkreipti dėmesį, kaip jie save pristato klientams.

Taigi, tik trečdalis respondentų iš tiesų pripažįsta lietuviškojo verslo ir jo kūrėjų autoritetą. O kaip reaguoja likusieji du trečdaliai? Nors didelė dalis neturi nuomonės arba linkę žvelgti į verslo atstovus su irzlumu ar nepasitikėjimu, tačiau paprašyti nurodyti pagrindinius verslininko bruožus, verslo atstovus linkę apibūdinti labiau teigiamai negu neigiamai.

Pastebėsime keistą dalyką – vienu atveju, respondentai verslininkams linkę priskirti kūrybingumą ir novatoriškumą, o štai į kitą klausimą verslininką kaip kūrėją (verslo sistemos, užtikrinančios prekių ir paslaugų kūrimą ir paskirstymą) mato nedaugelis. Kas kita, jei ne kūryba – idėją paversti preke ar paslauga ir dar sugebėti ją parduoti, sukuriant pirkėjo poreikius ar atliepiant esamus? Kodėl atsirado toks atsakymų prieštaravimas? Respondentai atsakinėjo neatsakingai, skubėdami, nesigilindami? O gal jie neturi supratimo apie verslą?

Apie verslą nemaža dalis respondentų linkę spręsti atsižvelgdama tik į savo – kliento arba darbuotojo – patirtį. Argi prekybos centre susidūrus su kasoje dirbančia nemandagia kasininke, galime tvirtinti, kad verslininkai, kuriems šis prekybos centras priklauso, yra grubūs, linkę bet kokia kaina pratuštinti pirkėjų kišenes? Ar galima tvirtinti, kad verslininkai yra išnaudotojai, korumpuoti ar vagys, jei samdytas verslo įmonės direktorius su darbuotojais elgiasi lyg koks sovietinių laikų autoritaras? Negatyvūs verslininkų veiklos vertinimai, manome, yra pernelyg skuboti, rimtai nepagrįsti ir paviršutiniški.

Ambivalentiškai vertinamas pasitikėjimas ir pagarba verslininkams. Pusei apklaustųjų verslininkai atrodo nėra verti pagarbos ir pasitikėjimo, kita pusė juos vertina. Gal vėlgi koją kiša tik išorinė pažintis su verslu, remiantis tik savo kaip kliento ar dirbančiojo versle patirtis? Panašu, kad matoma tik viena verslo pusė, tad verslo atstovams turėtų būti itin svarbu atkreipti dėmesį, kaip jie save pristato klientams.

Koks verslo pasaulyje nesisukančiam Lietuvos piliečiui atrodo Lietuvos verslininkas? Verslo nauda neabejojama, tačiau ir vėl paradoksas – iš verslo laukiama darbo vietų ir mokesčių, papildančių šalies biudžetą, ir pabrėžiama, kad verslas tas užduotis vykdo, tačiau tuo pat metu verslininkų veikloje įžvelgiamas godumas, išnaudotojiški siekiai, moralės stoka. Šis požiūris labiau būdingas mažesnio išsilavinimo ir provincijoje gyvenantiems apklaustiesiems. Įdomu, kaip gimsta nuomonė, jog verslo paskirtis – kurti žmonėms darbo vietas? Sunku įsivaizduoti tokį altruistą verslininką, kuris savo asmenines lėšas, visą energiją ir laiką skirtų tam, kad galėtų įdarbinti kuo daugiau darbuotojų. Na, nebent tas verslininkas būtų megalomanijos užvaldytas.

Verslas, nežinia kodėl, daugumai respondentų asocijuojasi su sunkiu darbu. Koks darbas sunkus ir koks lengvas? Ar būti verslininku sunkiau nei dirbti mokytoju, jūrininku ar statybininku? Ar kitokia veikla yra lengva, smagi ir neatsakinga lyg žaidimas? Įdomu, ką turi galvoje apklaustieji pabrėždami, jog verslas – rizikingas užsiėmimas?

Maloni tendencija – verslas, anot apklausos dalyvių, stojasi ant kojų, užima vis tvirtesnę poziciją mūsų ekonominiame gyvenime, jame nyksta plebėjiškos turgaus tradicijos. Ir vėl paradoksas – daugiau kaip pusė apklaustųjų nenori tapti verslininkais. Tuo tarpu norą matyti savo vaikus, kuriančius verslą, išreiškė pusė apklaustųjų. Ypač moterims, išsilavinusiems ir didžiausias pajamas turintiesiems verslas, atrodo, yra patraukli veikla, kurios jie linkėtų savo atžaloms. Išėitų, jog

tėvai linki savo vaikams sunkauso, rizikingo darbo ir aukštos visuomeninės padėties bei prabangos.

Žodis „verslininkas“ daugiau nei trečdaliui atsakinėjusiųjų, ypač išsilavinusiems ir didžiausias pajamas turintiems, pirmiausia asocijuojasi su visuomenine verslininko padėtimi. Moterims, vyresnio amžiaus, mažiau išsilavinusiems ir mažesnes pajamas turintiems verslas – veikla, užtikrinanti prabangų gyvenimą.

Psichologės psichoterapeutės žvilgsnis

Norint įvertinti bet kokią reiškinį, būtinos žinios apie jį. Kuo mažiau žinių turi vertintojas, tuo jo vertinimas bus labiau paremtas jo ribota patirtimi, gandais arba žiniasklaidos suformuota nuomone. Žinoma, tuomet kitų asmenų veiklos, jų savybių vertinimai bus labai subjektyvūs, atitrūkę nuo tikrovės, paviršutiniški.

„Mūsų minčių, jausmų bei troškimų turinys būna primestas iš išorės ir nepriklauso mums patiems taip dažnai, kad visi šie pseudoaktai veikiau yra taisyklė, o tikrosios mintys ir jausmai – išimtis“, – rašė psichoanalitikas Erichas Frommas

Žodis „verslininkas“ daugiau nei trečdaliui atsakinėjusiųjų, ypač išsilavinusiems ir didžiausias pajamas turintiems, pirmiausia asocijuojasi su visuomenine verslininko padėtimi.

(Erich Fromm „Pabėgimas iš laisvės“). Nerimą keliantis rodiklis matomas ir šios apklausos rezultatuose – savo vertinimus apie verslininkus respondentai grindžia žiniasklaidos pateikiama nuomone.

Matyt iš nekvalifikuotų žurnalistų pasisakymų pasisavinamos mintys apie svarbiausią verslo paskirtį – kurti darbo vietas, uždirbti pelną ir mokėti mokesčius, apie savanaudžius, sukčiaujančius, korumpuotus ar net vagiančius verslininkus. Mažiau išsilavinęs ar kritinio mąstymo stokojantis asmuo pagal žiniasklaidos pateikiamą faktą apie kokį nors sukčių verslininką (tokių yra bet kurioje veiklos srityje) paprastai padaro skubotus ir labai plačius apibendrinimus – „visi jie tokie“. Tokie generalizuoti apibendrinimai tampa gyvenimą žlugdančiomis nuostatomis.

Gaila, bet vis dar esame pernelyg nuo žiniasklaidos priklausomi. Žiniasklaida mums pasako, kaip gyventi: ką mėgti, ką galvoti, kuo tikėti, kuo pasitikėti. Tuomet žiniasklaida turi prisiimti ir atsakomybę už savo įtaką formuojant šalies gyventojų nihilistinį gyvenimo vaizdą ir pasyvumą, abejingumą ir beviltiškumą lemiančias nuostatas.

Priklausomybės tendencija stebima ir apklausos atskleistame respondentų požiūryje į verslą ir verslininkus. Vis dar ieškome tėviškos personos, kuri saugotų, remtų, išlaikytų, kitaip tariant, patenkintų fizinius ir saugumo poreikius. Vyresnio amžiaus, žemesnio išsimokslinimo ir mažiau uždirbantys, provincijoje gyvenantys piliečiai vis dar laukia „gelbėtojo“. Šie lūkesčiai nukreipiami ir į verslininkus. Štai iš kur tikėjimas, kad verslininkas kaip geras tėvas sukurs darbo vietas, mokės

dideles algas ir mokesčius, bus malonus, labdaringas, prisiimantis atsakomybę už darbuotojų gerovę, o gal net ir gyvenimą.

Kodėl respondentai pabrėžia, kad verslininko darbas sunkus ir rizikingas? Apklaustieji į verslininką išprojektuoja savo santykį su tėviška figūra. Vaikas iš tėvų laukia, kad šie pasirūpintų jo poreikiais. Tėvų rūpestis vaiku – būtina šio išgyvenimo sąlyga. Vaikas tegali imti, jam nerūpi duoti. Iš autoritetų, kuriais vaikui besąlygiškai yra jo tėvai ar kiti juos pakeičiantys asmenys, jis tikisi rūpesčio, globos, apsaugos, meilės. Tuo pat metu vaikas jaučiasi nuo tų duodančiųjų autoritetų visiškai priklausomas, todėl patiria savo menkumą.

Kaip sako psichoterapeutė Cloe Madanes (Cloe Madanes, Claudio Madanes „The Secret Meaning of Money“), jaustis menkam – tai būdas pabėgti nuo bet kokios atsakomybės už savo gyvenimą. Kodėl daugiau nei pusė apklaustųjų nenori tapti verslininkais? Galbūt bijo rizikos, atsakomybės, darbo intensyvumo, iššūkių, kūrybos, kas ir nuspalvina kasdienę verslininko būtį? Stokojama idėjų, nejaučiama kūrybinės potencijos? Betgi kitame žmoguje negalime įžvelgti to, kas mums patiems nėra būdinga. Tad jei verslininkai matomi, kaip šias savybes turintys, jomis pasižymi (gal jos dar neatsiskleidė?) ir apie jas pasisakantys.

Esame linkę nuvertinti tiek save, tiek kitus. Kartais nuvertinimą paslepame po perversinimo kauke. Bet juk tai tos pačios lazdos – menkos savigarbos – du galai. Šiandieniniame mūsų gyvenime pastebimos pernelyg menkos pastangos save pažinti, perversinama materija, tad dėsninga, kad nuvertiname savo galimybes ir jaučiamės menkaverčiais. Aklumas sau



patiems gimdo priklausomybės nuo stipresniojo tendencijas, kai laukiama gauti, nes nesijaučiama galinčiais duoti (tai tinka ir kalbant apie kūrybą versle).

Turbūt savęs nuvertinimu galima paaiškinti ir vyresnio amžiaus žmonių, mažesnes pajamas turinčiųjų, provincijoje gyvenančių asmenų tamsesnėmis spalvomis piešiamą Lietuvos verslininko portretą. Tikėtina, kad dėl objektyvių (pensijinis amžius, išsilavinimo stoka) arba subjektyvių (gyvenimas ne didmiestyje, o tik mažame miestelyje ar kaime, kur mažesnės galimybės pažinti verslą, pasipūtusių valdžios ar inteligentijos atstovų provincijos gyventojų pravardžiavimas „runkeliais“ ir pan.) priežasčių kai kurie šių žmonių jaučiasi nerandantys savo vietos gyvenime, todėl patiria baimę bandyti, ieškoti, kurti, bėga nuo tikrovės ir išeitį dažnai mato tik emigracijoje, todėl pritvinkę nuoskaudų ir pykčio, kuris viską aplinkui dažo tamsiomis spalvomis. Dauguma jų idealizuoja

Vakarų pasaulį ir mato ten išsigelbėjimą nuo pačių savęs, todėl ir Vakarų verslininkus linkę pervertinti.

Gera žinia, kad daugiau nei pusė respondentų mato verslą kaip nepriklausomų asmenų veiklą ir pabrėžia mažesnio valstybės kišimosi į jį svarbą, tačiau beveik 45 proc. apklaustųjų linkę reikalauti valstybės pagalbos. Pastebime kad išsilavinimas, atrodo, respondentų nesiejamas su verslumu – jo svarba verslui mažiausiai akcentuojama. Gal tai turgaus verslo palikimas, kuomet manyta, jog žinios nereikalingos, pakanka tik atkaklumo, gudrumo ir jėgos? Tuo tarpu kritinio mąstymo stoka, naujų sprendimų baimė, kabinimasis į autoritetus, tikintis išgyventi, yra akivaizdžiausias išsilavinimo trūkumas.

Tikėtina, kad mokslo (ne diplomo turėjimo) svarbos nuvertinimui Lietuvoje įtakos turi ne tik visuotinė nuomonė apie prastą studijų kokybę šalyje (gal čia irgi nemenkai nagus prikišusi žiniasklaida?), bet ir verslininkų, pirmaisiais šalies nepriklausomybės metais savo veiklą pradėjusių prekyba turguose, automobilių taisymu ar iš senų lipdant naujus garažuose, padėvėtų autotransporto priemonių gabenimu iš užsienio, skleidžiama nuomonė – tereikia galvos ir apsukrumo.

Pasitenkinimas savo gyvenimu bei noras jį kurti ir keisti įmanomas tik prisiimant atsakomybę už jį. „Atsakomybė – tai autorystė. Suvokti atsakomybę – vadinasi, suvokti savojo „aš“, savo likimo, gyvenimo nemalonumų, savo jausmų, taip pat ir kančių, jei tokių esama, kūrybą“, – teigia psichoterapeutas Irvinas Yalomas (Irvin D. Yalom „Existential Psychotherapy“).

Apklausa atskleidė dar vieną nebrandumo požymį, būdingą dabar jau Lietuvos verslininkams – tai savo asmens ir veiklos svarbos perdėtas pabrėžimas. Turbūt tokie reiškiniai, kaip verslo atstovų nuotraukos ant žurnalų viršelių ar madinguose žurnaluose, kur demonstruojami apdarai, prabangūs aksesuarai, savo namų interjerų afišavimas, brangių laisvalaikio pomėgių viešinimas atskleidžia pačių verslininkų (kai kurių!) narcistines tendencijas, kurios atgrasios aplinkiniams. Ir kad jau verslininkams esame linkę priskirti tėviškų figūrų vaidmenį, pagalvokime, kaip nesaugiai su tokiais tik savo blizgesiu susirūpinusiais tėvais jaučiasi vaikas. Išsigandęs vaikas – piktas vaikas.

Jeigu kai kurie verslo atstovai save visuomenei pristato tik blizgėdami žiniasklaidoje, atsiskirdami nuo likusio pasaulio aukštomis tvoromis (tiesiogine ir perkeltine prasme), savo vertę „didindami“ galingais automobiliais, dideliais darbo stalais, jei vengia bendrauti su darbuotojais ar „eiliniais mirtingaisiais“, patys to nesuvokdami šie verslininkai atskleidžia savo asmenybės bėdas. Tokiuose pabrėžtinai didžių karžygių šarvuose paprastai slepiasi tik maži nykštukai.

Norėtusi atkreipti dėmesį, kad negatyviai nuspalvintas kai kurių apklaustųjų verslininko įvaizdžio vertinimas nebūtinai atspindi tikrąją padėtį. Jau anksčiau minėtoji priklausomybės ir atsakomybės už savo gyvenimą vengimo tendencija gali būti sustiprinama ne tik kai kurių respondentų menko formalaus išsilavinimo ar pajamų trūkumo, bet ir emocinio neraštingumo. Kaip teigia amerikiečių psichoterapeutė Cloe Madanes, kilusi iš garsios Argentinos finansininkų dinastijos,

ekonominės problemos, susijusios su pinigais, būna finansinės ir emocinės. Emocinę skurdo ekonomiką visada lydi priešiškusis ir nuoskauda. Labai neretai tos emocijos yra nukreipiamos ne į tuos, į kuriuos turėtų būti kreipiamos. Šis tyrimas šią mintį patvirtina.

Keletas linksmesnių (o gal liūdnesnių?) pasvarstymų. Labai įdomiai atsiskleidžia lyčių skirtumai, apibūdinant verslo atstovus. Pastebime, kad Lietuvos vyrai vis dar yra „patriarchalinio raugo“ – vyras turi būti stiprus ir sunkiai dirbti – įtakoje. Vyriškumas tapatinamas su sunkiu darbu, nes kažkada vyrai kovojo mūšiuose, medžiojo didžiulius žvėris, įsikinkę arklių arė laukus. Net jei vyras šiais laikais visą dieną sėdi už stalo ar vairo ir kalba telefonu, jis vis tiek savo veiklą apibrėžia kaip „sunkią“. Matyt todėl vyrai verslininką mato lyg herojų, dirbantį taip sunkiai lyg kiekviena jo darbo diena būtų mirtina kova. Ten, kur mūšis, ten ir rizika. Tačiau ar tikrai verslas – tai vieta demonstruoti vyriškumui? Panašu, kad kai kurie taip mąsto.

Tuo tarpu moterys linkusios žavėtis tuo, kas prabangu. Gal ne melas, kai šnekama, kad kai kurios moterys pirma pamato verslininko piniginę, o tik paskui patį žmogų? Panašu, kad po verslininkų piniginę linkę šniukštinėti ir tie, kurių mažos pajamos ir kurie mokslo mažiau yra ragavę. Noras skaičiuoti svetimus pinigus paprastai rodo, kad asmuo jaučiasi nerealizavęs savęs. Jis pyksta, pavydi arba priešingai – keliaklupsčiauja – prieš tuos, kurie savo gyvenimą gyvena visavertiškai. Psichologijoje pavydas ir pagieža, ar perdėtas save aktualizuojančio žmogaus garbinimas, kuriais trykšta savęs nerealizavusieji, vadinamas švento Jono kompleksu.

Norą matyti savo vaikus, kuriančius verslą, išreiškė pusė apklaustųjų, ypač moterys. Vis tik savo vaikams verslininko dalios vyrai linki mažiau. Gal čia kaltas vyrų konkurentiškumas? Jeigu verslininką kai kurie apklaustieji vyrai suvokia lyg kovų užgrūdintą herojų, tuomet sūnui juo tapus, tėvas turėtų užleisti savo šeimos autoriteto pozicijas. O gal dar giliau į gamtą? Jaunesnis, stipresnis patinas užima senesnio alfa patino pozicijas. Kas norės savo valia užleisti vadovaujančias pozicijas?

Dukroms verslo pasaulyje respondentai vietos nemato. Na, jos gali būti tik samdomos darbuotojos ir dirbti už fiksuotą atlygį. Nereikia išpažinti feminizmo ideologijos, kad suprastume, jog moterys mūsų krašte vis dar laikomos antrarūšėmis, na bent jau netinkamomis sunkiam, rizikingam ir atsakingam darbui.

Pakaišiojus nosį į apklausos rezultatus norėtusi padaryti keletą apibendrinimų:

- Lietuvos gyventojai, vertindami verslą, yra gerokai sumišę. Pabrėždami, kad liūto dalis ekonomikos augime priklauso verslui ir įmonėms, du trečdaliai apklaustųjų į verslą žvelgia įtarškai arba neutraliai. Neutralią poziciją vadinčiau abejingumu.

- Respondentų požiūryje į verslą ir verslininkus ryškėja priklausomybės tendencija. Verslininko asmenyje ieškoma tėviškos figūros, kuri sukurtų darbo

vietas, pasirūpintų gyventojų gerove, duotų gėrybių ir pinigų. Todėl didelė atsakomybė tenka žiniasklaidos savininkams ir atstovams, kurią daugelis gyventojų vis dar laiko ketvirtąja valdžia, teisingai ir išsamiai pateikiant informaciją apie verslą, formuojant teisingą požiūrį į jį.

- Verslas suvokiamas kaip drąsių, atkaklių žmonių veikla. Tuo pat metu atgrasumą kelia kai kurių verslo atstovų demonstruojamas narcisizmas. Patys verslininkai turėtų būti labiau suinteresuoti pateikti tinkamą savo asmeninį ir verslo įvaizdį, nes žmonės linkę spręsti apie juos, remdamiesi paviršiniu įspūdžiu.

- Daugumos apklaustųjų požiūryje į verslą ir verslininkus yra daug prieštaravimų, išduodančių, kad gyventojai neturi aiškios, tvirtos pozicijos šiuo klausimu. Vyrauja nuvertinimo arba pervertinimo tendencijos, išduodančios apklaustųjų savivertės stoką.

Ne kiekvienas gali būti verslininku. Psichologė Alison Gopnik (Alison Gopnik „The Scientist in the Crib“) teigia, kad tie, kurie dėl galbūt genetinių veiksnių įtakos, sugeba ir suaugę išlaikyti vaikams būdingą žaismingą nusiteikimą išbandyti artimiausios ateities galimybes, o ne laikytis įsikibus to, kas pažįstama, tampa tyrinėtojais. Verslas ir yra savo jėgų, kūrybiškumo, gebėjimų tyrinėjimų laukas.

Ar būti verslininku yra nuodėmė

Doc. Dr. Nerija Putinaitė

Lietuvoje, sprendžiant iš pasisakymų viešumoje bei į įvairiais aspektais atskleidžiamą verslumo situaciją, esama paradoksalaus požiūrio į verslininkus. Į juos žiūrima kaip į reikalingus, tačiau pačia verslumo veikla nepasitikima. Tokį požiūrį atskleidžia ir šalies gyventojų požiūrio į verslininkus tyrimas: verslas yra naudingas gerovei, tačiau būdai, kaip verslininkai veikia, ar kaip kas nors iš visuomenės turėtų veikti, yra vertybiškai nepriimtini. Tyrime didelė dalis apklaustųjų, daugiau nei 73 proc., mano, kad verslininkai ir įmonės kurią ekonomikos augimą, beveik 80 proc. mano, kad verslas visuomenei teikia daugiau naudos nei žalos. Tačiau drauge didelė atsakiusių dalis verslininkų veikimą sieja su vertybiniu blogiu. Pirmiausia, manoma (62 proc.), kad pati sėkmingo verslo pradžia Lietuvoje nebuvo sąžininga, o turtingi verslininkai nelegaliai įgijo nuosavybę pasinaudoję Sovietų Sąjungos griūtimi.

Kokios gali būti iš tyrimo aiškėjančio bei viešumoje matomo visuomenės požiūrio į verslininkus priežastys? Viena giliausių Lietuvos tradicijų yra krikščionybė. Lietuva yra krikščioniška šalis, kurioje dominuoja katalikai. Net jei manytume, kad nemaža visuomenės dalis nesilanko bažnyčioje bei religiją prisimena, kuomet reikia krikštyti vaikus, palaidoti artimą žmogų ar susituokti, vis dėlto negalima neigti, kad krikščioniškos nuostatos yra įsišaknijusios Lietuvos kultūroje, žmonių mąstyme, poelgių vertinime ir požiūryje į gerus ar blogus darbus.

Nemažai kas teigia, kad neigiamas požiūris į verslumą yra paveldėtas iš sovietmečio ir tokiam požiūryje esama nemažai tiesos. Esama nemažai sovietinių stereotipų, pirmiausiai – įsivaizdavimas, kad visuomenės teisingumas yra visų lygiava. Net jei dabartiniame požiūryje į verslininkus atpažintume tam tikrus sovietinius stereotipus, negalime pamiršti, jog komunizmo idėja ar sovietmečiu tarsi įgyvendintas principas „iš kiekvieno pagal gebėjimus, kiekvienam – pagal poreikius“ yra ne kas kita kaip iškreipta bei perinterpretuota krikščioniškosios idėjos apie žmonių broliškumą versija. Toliau sutelksime dėmesį į tai, ar esamą požiūrį į verslininkus Lietuvoje galėjo įtakoti krikščioniškos nuostatos ir kuriais aspektais.

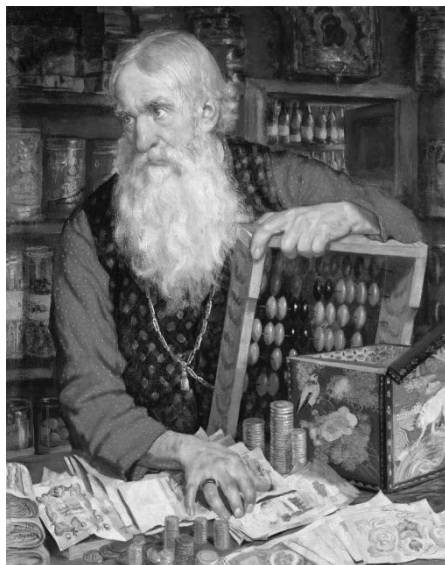
„eik, parduok, ką turi, išdalyk vargšams“

Turbūt geriausiai žinoma Evangelijų istorija yra apie turtingą jaunuolį, kuris klausia, ką turėtų daryti, kad įgytų amžinąjį gyvenimą. Galiausiai jaunuoliui vis klausinėjant, Jėzus atsako: „Jei nori būti tobulas, eik, parduok, ką turi, išdalyk vargšams, tai turėsi lobį danguje.“ (Mt 19,21). Išgirdęs tai, jaunuolis liūdnas nueina, nes yra labai turtingas ir supranta, kad negalės įgyvendinti šio priesako.

Vėliau mokiniams Jėzus pakomentuoja, kad kupranugariui esą lengviau išlįsti pro adatos skylutę, negu turtuoliui patekti į Dangaus karalystę.

Vis dėlto, nors ir labai vaizdinga, replika apie turto pardavimą ir išdalinimą vargšams yra tik dalis Kristaus ir turtingojo jaunuolio pokalbio. Joje justai tam tikros ironijos, nes jaunuolis nori galutinių garantijų, tam tikro tobulo veiksmo. Todėl tikrai neturėtume vertinti, kad priesakas parduoti ir išdalyti vargšams, ką turi, turėtų būti tai, ką krikščionių akyse turėtų atlikti turtingas žmogus, tad ir sėkmingas verslininkas, kad nebūtų pasmerktas. Daug svarbesnis neabejotinai yra pirmasis Jėzaus atsakymas jaunuoliui, kai jis pataria laikytis įstatymų: „Nežudyk, nesvetimauk, nevok, melagingai neliudyk, gerbk savo tėvą ir motiną; mylėk savo artimą kaip save patį.“ (Mt 19, 18-19).

Žvelgiant į verslininkų veiklą, svarbiausias bei veikiausiai sunkiausiai įgyvendinamas yra priesakas „mylėk savo artimą kaip save patį“. Verslo veikla yra susijusi su „šiuo pasauliu“, pinigais, prekėmis, prekybiniais santykiais, todėl esama nemenkos pagundos susitelkti vien ties šiomis veiklomis, pačią savo verslo materialinę sėkmę iškeliant aukščiau už kitas vertybes, tokias kaip rūpinimasis artimu. Toks verslininkų veiklos būdas neretai įvardijamas kaip egoizmas, godumas, individualistinis santykis su pasauliu, sau pavaldžių žmonių vienpusis traktavimas vien pagal tai, kiek jie gali atnešti naudos, tačiau ne kaip žmonių. Tokios neigiamos verslininkų savybės paprastai išvelgiamos nesirūpinant savo darbuotojų darbo sąlygomis, jų atlyginimu, vengiant mokėti mokesčius, nesirūpinant visuomenės reikalais bei nedalyvaujant jos gerovės kūrimu, kiek tai nesusiję tiesiogiai su verslu. Iš krikščioniškųjų pozicijų tokios nuostatos visada buvo traktuojamos kaip neigiamas dalykas.



Nėra atsitiktinis dalykas, kad pagal tyrimo duomenis kaip neigiamos savybės įvardijamos būtent susijusios su individualiu ir uždaru veikimu, nepaisančiu greta esančiųjų. Tik beveik 10 proc. apklaustų gyventojų verslininkus sieja su labdara, kai su prabanga – daugiau nei 32 proc., 67 proc., mano, kad verslininkai tampa turtingais išnaudodami kitų žmonių darbą, o kad verslininkams rūpi vien pinigai – daugiau nei 70 proc. Lietuvoje kaip daug charakteringesnę savybę apklaustieji įvardijo verslininkų godumą (22,6 proc.), o ne moralumą (8,5 proc.).

Šiandien labai sekuliarizuotame viešajame kalbėjime dažniausiai vartojami tokie terminai, kaip būtinybė didinti verslo „socialinę atsakomybę“ ar žadinti

„socialiai veikiantį“ verslą. Nors daugelis yra užmiršę, tačiau socialiai atsakingo verslumo šaknis neabejotinai yra krikščioniška.

Socialinis atsakingumas versle nėra jokia nauja mintis Lietuvoje. Galima teigti, kad tai yra sovietmečio nutrauktos besiformavusios tradicijos atgimimas. Ketvirtajame dešimtmetyje Lietuvoje buvo labai intensyviai apmąstoma krikščionybės vieta praktiniame žmogaus gyvenime, jo veikloje. Tuose apmąstymuose girdimi prieš kelis dešimtmečius popiežiaus Leono XIII enciklikos, skirtos darbo ir kapitalo klausimams, „Rerum novarum“. Socialinio teisingumo apmąstymai tarpukario Lietuvoje rodo, jog buvo imta aktyviai svarstyti, kaip krikščionybę priartinti prie visuomenės gyvenimo, padaryti jo principu, siekiant didesnio visuomenės solidarumo bei didesnio teisingumo. Antanas Maceina 1937 m. parašo veikalą „Socialinis teisingumas. Kapitalizmo žlugimas ir naujos santvarkos socialiniai principai“, kuris yra teoriškai labai sistemiškas, o praktinių pasiūlymų atžvilgiu – labai radikalus. Veikale Maceina įvardija kapitalizmo ydas, tokias kaip darbo nuasmeninimas ir nužmoginimas, šeimos ir tautos žalojimas ir ardymas, žmogaus santykio su tradicija, kasdieniu gyvenimu bei turėjimu pakeitimas. Tauta prarandanti savo išskirtinumą, tarsi „viena plytelė žmonijos krūvoje“, nes: „Josios galia glūdi josios suaugime su žeme, su tradicijomis, su istorija, su didvyrių kultu ir su kalba. Tuo tarpu visus šiuos dalykus kapitalizmas palietė naikinančia ir mechanizuojančia ranka. Jis subloškė ištisus tautos sluoksnius į miestus, atplėšdamas juos nuo žemės.“¹⁴ Kapitalizmas, kurį Maceina vertina kaip daugelio vertingų dalykų griūtį, padaręs ir didžiulį poveikį žmogui, jo gyvenimo tikslu padarydamas „kiekį“, jam imponuoja tik tai, kas yra gausu, greitai, didelio, skaičiuojama.¹⁵

Šiandien labai sekuliarizuotame viešajame kalbėjime dažniausiai vartojami tokie terminai, kaip būtinybė didinti verslo „socialinę atsakomybę“ ar žadinti „socialiai veikiantį“ verslą. Nors daugelis yra užmiršę, tačiau socialiai atsakingo verslumo šaknis neabejotinai yra krikščioniška.

Veikale Maceina apibrėžia naujos būtinios santvarkos bruožus, kurias galima įvertinti kaip mėginimą išvengti kapitalizmo bei grįžti prie ikikapitalistinių santykių, juos modifikuojant. Antai, darbo idealas Maceinai yra tokie santykiai, kai žmogus nebedalyvauja fabrikinės gamybos vienoje iš grandžių, o kai nuo pradžios iki galo kuria daiktą, vėl tampa jo savotišku savininku, panašiai kaip tai būdinga amatininkams.¹⁶ Maceina pateikia ir daugiau gana radikalių praktinių pasiūlymų, tačiau vis dėlto pats mano, kad tokia programa galinti būti įgyvendinta vien tolimoje ateityje, kuomet pasikeisiantys žmonių protai. Esamam metui jis siūlo

¹⁴ Antanas Maceina, Raštai, 2 t., sud. A. Rybelis, Vilnius: Mintis, 1992, p. 61.

¹⁵ Ten pat, p. 79.

¹⁶ Ten pat, p. 168.

daug paprastesnę programą katalikams: daryti konkrečius mažus darbus. Vienas iš aiškiausių tokių darbų esantis socialinis katalikų fondo, kurio paskirtis padėti vargšams, įsteigimas, į kurį katalikai nešą lėšas, įskaitant „antrąjį atlyginimą“, „nevartojamas brangenybes“, 1 proc. nuo gaunamų pajamų, pusę pajamų, gaunamų ne iš darbo, 10 proc. nuo „absoliutinio pertekliaus“.¹⁷

Naujos santvarkos sukūrimo vizija galbūt nepasirodys labai radikali, kuomet vertinsime ir šiandien besikeičiančius darbo santykius bei vis didesnę rūpestį kūrybiškumu. Vis dėlto pagrindinis Maceinos idealas buvo ankstyvosios krikščionybės turto bendruomeniškumas, kuomet krikščionys išsilaisvindavo nuo prisirišimo prie „savo“ daiktų.

Atnaujinti laiką

Mažiau radikalus požiūris yra išdėstytas kunigo Povilo Jako 1939 m. išleistoje knygoje „Socialinė krikščionybė“. Aptardamas pirmųjų krikščionių gyvenimą, autorius įvardija, jog jau buvo savotiškas komunizmas, kuomet visi bendrai naudodavosi suneštais turtais: „Įsidėmėtina tačiau, kad ekonominė santvarka čia buvo palenкта aukštesniam tikslui; religiniame gyvenime ji atliko tik tarnybinę funkciją ir turėjo savo srities ribose įvykdyti meilės ir solidarumo reikalavimus.“¹⁸ Tos ekonominės nuostatos, skatinusios tokius dalykus kaip buvimas „geradarinku žmogumi be savanaudiškumo atodairos ir be asmenų skirtumo“, kai šis broliškumas apėmęs ir priešus, kuomet daugiausiai širdies buvo skiriama tiems, kuriems to labiausiai reikėjo, būtent vargšams, kuomet dosnumas tapęs ne vien dorybe, bet ir pareiga. Jakas akcentuoja socialinę revoliuciją, kurią įvykdžiusi krikščionybė anų laikų pasaulyje, ir tai buvęs viso pasaulio pakeitimas tarsi iš apačios. Kalbėdamas apie savo meto visuomenę, jis aptaria kelis neigiamus santykio su socialine tikrove tipus: materialisto, indiferento, socialisto, komunisto, masono bei kitus nekrikščioniškus ar a-krikščioniškus tipus. Vienintelis tipas visiškai atitinkąs socialinę krikščionybę, esąs altruistinis tipas: „Altruistinio tipo krikščionis su kitais elgiasi broliškai ir kitų reikalams dažniau turi daugiau atodairos negu saviesiems; ne dėl to, kad jis turėtų pertekliaus, bet dėl to, kad „Kristaus meilė jį verčia“. Ikišiolinėje egoizmo vergovėje kai kurių žmonių reikalai ir trūkumai neužkemšami. Tuos trūkumus papildo broliškumo dvasia ir jaučiamoji Dievo palaima. Todėl, nepaisant nepriteklių, altruistinio tipo krikščionys visuomet išlaiko pakilią nuotaiką ir net humorą. Pagaliau, jeigu kuriam jų ir tenka liūdėti, jis liūdi ne vienas.“¹⁹

Jako aprašytasis krikščionis altruistas yra žmogus, kuris aktyviai dalyvauja socialiniame pasaulyje, laikydamasis krikščioniškųjų nuostatų, atpažindamas negatyvias elgsenas bei jų vengdamas (šalinasi „velniavos“).

¹⁷ Ten pat, p. 243.

¹⁸ Povilas Jakas, „Socialinė krikščionybė“, Kaunas: Akiratis, 1939, p. 119.

¹⁹ Ten pat, p. 236.

Kunigas Mykolas Krupavičius paskelbė ne vieną originalų ar atpasakotą straipsnį, kuriame nagrinėja „visuomeninės nelygybės“ klausimą, kur ieško teisingų kelių, kaip ją įveikti nesukuriant didesnio blogio. Jis įvardija turtingųjų pareigas užtikrinti darbininkams tam tikrą materialinę ir socialinę gerovę, rūpestį darbininkais, tačiau atkreipia dėmesį ir į specifinius švietimo uždavinius darbininkų atžvilgiu. Po karo paskelbia Andre Rousast paskaitos vertimą „Socialinio išlaisvinimo moralinės sąlygos“ kaip esminį aptariant klausimus, kaip geriau darbininkai galėtų dalyvauti įmonių veikloje tapti ekonominiais veikėjais, tačiau darbininkų neidealizuoja, nurodydamas, kad drauge jiems būtina išsilaisvinti iš trejopos vergijos: „mašinizmo, pinigų ir materialinių apetitų priespaudos“: „norime, kad dvasinis išlaisvinimas žengtų kartu su materialiniu išlaisvinimu, nes pastarasis be pirmojo yra niekis, apgaulė“.²⁰ Darbdaviams taip pat esąs būtinas švietimas apie tai, kaip jie turėtų bendradarbiauti su savo pavaldiniais: „Jei jie savo darbininkus, kurie trokšta būti bendradarbiais, traktuos kaip laisvus žmones, turės su jais nuoširdžių santykių, išmoks jiems vadovauti šiuo nauju keliu, ir patys apsisūvies ir pasitobulins, kaip šefai, nustebins gautais rezultatais.“²¹ Krupavičius siekia supažindinti ano meto lietuvių visuomenę su bendradarbiaujančio ir atsakingo verslo programa, taip pat – krikščioniška darbininkų emancipacijos kryptimi, vedančia ne per klasinius konfliktus, bet per susikalbėjimą ir dvasinį tobulėjimą.

Juozas Girnius jau emigracijoje išleistoje knygoje „Idealas ir laikas“ iš krikščioniškosios perspektyvos pateikia apmąstymus apie esamą pasaulio būklę, išskirdamas moralinį materializmą ir moralinį idealizmą. Pastarasis nesąs joks natūralus dalykas, jam reikia žmogų žadinti, o materializmas esąs tai, ko nereikia skatinti, į jį dažnai prisidengiantį „pragmatizmo“ vardu, lenkianti pati kasdienybė: „Niekas paprastai nesigiria materializmu ir jo neskelbia. Bet materializmui nėra nereikia skelbimo. Savaime jį gundo pats gyvenimas – paisyti *tik savęs* („prigimtas“ egoizmas) ir paisyti tik naudos (utilitarizmo „išmintis“), atseit, paisyti tik savo naudos.“²²

Prieškariu ir vėliau emigracijoje aptariant socialinio (o drauge ir ekonominio) veikimo reikalus iš krikščioniškosios perspektyvos, dažnai kalbama apie būtiną angažavimąsi pažangai. Būtinybė krikščionims aktyviai veikti pasaulyje, pranokstant nekrikščionis

Politikai vis iš naujo pradeda įgyvendinti „atsigręžimo į žmogų“ programas, o daugiausiai balsų iš rinkėjų gauna ne tie, kurie pabrėžia kiekvieno asmeninės atsakomybės būtinumą, o žada sukurti daugiau socialinio bendrumo ir lygybės.

²⁰ Mykolas Krupavičius, „Visuomeniniai klausimai: Straipsnių rinkinys iš jo palikimo“, Chicago: Popiežiaus Leono XIII fondas, 1983, p. 275.

²¹ Ten pat, p. 274.

²² Juozas Girnius, „Idealas ir laikas: Žvilgsnis į dabarties ateitininkiją ir lietuviškąją išeiviją“, Chicago: Draugas, 1966, p. 217.

yra labai aiškiai išdėstoma programa. Minėtos knygos baigiamąjį žodį Girnius pavadina „Ne vyti laiką, o jam vadovauti!“. Anot Girniaus kiekvienas laikas pateikia naujas problemas: „*Kiekviena nauja karta turi iš naujo pradėti jai duotojo laiko atnaujinimą*. Dėlto ir tenka būti laikui atviriems, nors ir nereikia laikui atvirybės stabinti. Krikščioniškosios laikui atvirybės pagrindas yra ne nuolatinį nusibodimą slepianti naujumo dėl naujumo aistra, o kūrybos entuziazmu gaivinanti atvirybė amžinybei.²³“

Lietuvoje prieš prarandant nepriklausomybę (o vėliau – ir emigracijoje) socialinio teisingumo klausimas buvo svarstomas nelygybės, skurdo, bolševizmo idėjų patrauklumo daliai visuomenės bei nujaučiamų istorijos pokyčių akivaizdoje. Lietuvos teoretikai bei praktikai matė socialinio teisingumo siekimo kryptis, kurių galimą tolesnę plėtotę nutraukė Lietuvos okupacija bei ekonominio ir socialinio gyvenimo radikalus pasikeitimas. Socialinio teisingumo klausimas, neabejotinai, yra vienas aktualiausių Lietuvoje ir šiandien. Neigiamai žiūrima į tuos veikėjus ar veiklas, kurie, kaip manoma, menkai teprisideda prie socialinio neteisingumo mažinimo. Politikai vis iš naujo pradeda įgyvendinti „atsigręžimo į žmogų“ programas, o daugiausiai balsų iš rinkėjų gauna ne tie, kurie pabrėžia kiekvieno asmeninės atsakomybės būtinumą, o žada sukurti daugiau socialinio bendrumo ir lygybės.

Neigiamas požiūris į verslininkus šiandien reiškiasi pirmiausiai per nuostatą, kad jų veikla pakankamai neprisideda prie socialinės gerovės, kad jų elgsenoje nesama socialinio rūpesčio, o vargšams pernelyg menkai padedama. Šios norimos savybės turi artimumo prieškario krikščioniškosioms nuostatom. Požiūris į verslininkų vaidmenį yra iššūkis verslininkams keisti savo veikimo būdus. Juo labiau, kad veikiant verslininkams dabartiniame pasaulyje esama naujų iššūkių, apie kuriuos prieškario socialiniai veikėjai net negalėjo įsivaizduoti.

Naujasis materialumas

Verslas (ir „kapitalizmas“) šiandien yra pasikeitęs lyginant su prieškariniu. Nėra jokių abejonių, kad versle šiandien, daug daugiau nei prieškario Lietuvoje, esama bendradarbiavimo. Nebendradarbiaujantis verslas negalėtų būti sėkmingas. Michaelis Novakas atkreipia dėmesį, kad dabartiniam kapitalizmui svarbus ne tiek individualumas, kiek bendrumas, pasireiškias kaip nacionalines ribas peržengiančios verslo korporacijos, taip pat – kaip komandinis darbas ieškant idėjų, bendri sutarimai, savanoriškas bendradarbiavimas.²⁴ Tad verslo sėkmė pati savaime besiremianti socialumu. Tad tai, apie ką anksčiau buvo kalbama kaip apie siekiamybę, vienu ar kitu mastu įgyvendinama.

²³ Juozas Girnius, *Ibid.*, p. 234.

²⁴ Michael Novak, „How Christianity Changed Political Economy“, in: *A Free Society Reader: Principles for the New Millennium*, ed. by M. Novak et al., Lanham: Lexington Books, 2000, p. 103.

Tačiau esama daug didesnio iššūkio, kuris verslumui suteikia daug neigiamų atspalvių. Tai – į Lietuvą staiga įsiveržusi vartojimo kultūra, kuriai nebuvo pasirengusi visuomenė nei verslininkai. Kun. Krupavičius yra užsiminęs, kad viena iš darbdavių pareigų turėtų būti darbininkams „kliudyti jiems leisti pinigus nereikalingiems, brangiems, nesveikiems ir prabangos dalykams“²⁵. Vis dėlto demokratinėje vartojimo kultūroje neišsivaizduojamas išorinis reguliuojantis arbitras, tramdantis verslininkus ir vartotojus. Šiuolaikinė vartojimo kultūra skatina žmones pirkti „nereikalingus“ daiktus, pamirštant taupumą. Totalitarinės valstybės, tarp jų ir sovietinė, manėsi žinanti, ko „iš tikrųjų“ reikia žmogui, kokiomis prekėmis ir paslaugomis jį reikia aprūpinti, kad jis išliktų darbingas. Taip buvo sukurtas standartinis ekonominis individas, kuris neišmoko atsirinkti ir vartoti. Guoda Azguridienė sovietinę labai ribotų galimybių kultūrą yra pavadinusi „išgyvenimo kultūra“, kurioje „reikalingų daiktų gavimas atimdavo didžiąją dalį laiko ir energijos“.²⁶ Todėl posovietinėje visuomenėje vartojimo kultūros ydos bei neigiamos pasekmės gali reikšti daug ryškiau nei visuomenėse, kuriose vartojimas išsivystė, o ne „užgriuvo“.

Žvelgiant iš krikščioniškųjų pozicijų, šiuolaikinė vartojimo kultūra remiasi gundymu, tad ji turi „šėtonišką“ pradą. Galime prisiminti Evangelijos eilutes apie paskutinį Kristaus gundymą: „Velnias vėl paima jį į labai aukštą kalną ir, rodydamas viso pasaulio karalystes bei jų didybę, taria: „Visa tai aš tau atiduosiu, jei parpuolęs pagarbinsi mane.“ (Mt 4, 8-9).

Šiuolaikinis vartojimas ne vien siūlo žmogui patenkinti kylančius troškimus, tačiau sukuria mechanizmus, kaip sukelti vis naujus troškimus. Jis įsuka į tokį materialumo ratą, apie kurį Girnius ar Jakas net nenumanė. Vartojimo kultūros plėtra remiasi žmogaus valios silpnumu ir noru vartoti bei verslo godumu kuo daugiau pagaminti ir parduoti. Vincentas J. Milleris vartojimo kultūrą aptaria kaip konfliktuojančią su krikščionybe, sukuriančią „vartotojo troškimą“, kuris esąs troškimų perteklius: „vartotojo troškimas nėra nukreiptas į tam tikrus objektus, bet yra perkeliamas į begalines potencialių objektų eiles. Gundymas skatina vartojimą pratęsdamas troškimą ir nukreipdamas jo neišvengiamus nusivylimus į kitus troškimus.“²⁷ Pratęsdami mintį, galime sakyti, kad kuo daugiau ir kuo tikslesnių troškimų sukurama, tuo didesnė verslininko sėkmė. Jei anksčiau materialumas buvo pridengiamas „pragmatizmu“, dabartinėje vartojimo kultūroje tai aiškinama „vartotojo patogumu“. Per šventes, taip pat ir krikščioniškas šventes, dirbantys prekybos centrai veikia ne dėl ko kito kaip dėl pirkėjų „patogumo“, didieji

²⁵ Mykolas Krupavičius, „Visuomeniniai klausimai: Straipsnių rinkinys iš jo palikimo“, Chicago: Popiežiaus Leono XIII fondas, 1983, p. 248–249.

²⁶ Guoda Azguridienė, „Sovietmečiu nebuvo vartojimo kultūros? Taip, nes buvo išgyvenimo kultūra“, [Interaktyvu] [Žiūrėta: 2013 04 19] Prieiga per internetą: <grynas.delfi.lt>

²⁷ Vincent J. Miller, „Consuming Religion: Christian Faith and Practice in a Consumer Culture“, New York; London: Continuum, 2004, p. 109.

prekybos miesteliai-centrai taip pat yra vardan vartotojo „patogumo“. Jei anksčiau buvo kalbama apie verslininkų atsakomybę darbininkų atžvilgiu, šiandien nemažiau svarbu pabrėžti verslininkų atsakomybę vartotojų atžvilgiu. Vartojimo kultūra sustiprina materialines nuostatas ir lygybės supratime. Visi vartotojai yra lygūs kaip vartotojai, ankstesnioji darbininkija emancipavosi, taip ir negavusi dvasinio švietimo.

Pagundos vartoti visuomet bus didesnės nei galimybės. Vartotojiškos visuomenės gundymai sukelia neturtingųjų pavydą, kuriame gali būti noro, kad socialinis teisingumas būtų didesnis, tačiau dažniausiai jo pagrindas yra

Į pavydą linkęs sąlyginis neturtas sukuria jausmą, kad esi per menkai apmokamas, tinkamai neįvertintas, bei sugebąs godumą pateisinti noru gyventi taip „kaip kaimynai“

vien noras daugiau turėti bei negebėjimas kelti kitų tikslų nei materialiniai. Edwardas Hadas atkreipia dėmesį į skirtumą tarp absoliutaus neturto ir sąlyginio neturto. Būtent pastarąjį sieja su godumu, kuomet pavydas randasi ne iš neturto, o savo padėtį lyginant su tais, kurie gyvena geriau ir turi daugiau. Į pavydą linkęs sąlyginis neturtas sukuria jausmą, kad esi per menkai apmokamas, tinkamai neįvertintas, bei sugebąs godumą pateisinti noru gyventi taip „kaip kaimynai“: „Didelio namo gyventojas linkęs nepastebėti kaimynystėje daugybės mažesnių namų, – vien keletą didesnių. Žmogus, kuris turi gerą darbą, dažnai nesidomi daugybe blogesnių darbų, – vien keliais geresniais.“²⁸ Kiekvienas iš vaikystės prisimename pasaką apie žvejo pačią, jos suskilusią geldą ir didelius norus. Lietuvoje individualią ir valstybės gerovę taip pat esame linkę lyginti su Skandinavijos, o ne Afrikos šalių gerove, o asmeninę būklę – su tais, kurie turi daugiausiai.

Vartojimo visuomenė katalizavo pavydą, vieną pagrindinių krikščioniškų ydų, kurio pagrindas yra ne socialinis neteisingumas, o įsivaizduota teisė lygiai vartoti. Sėkmingieji verslininkai neabejotinai patenka į šio pavydo akiratį, tad vartojimo kultūroje neigiamas verslininkų įvaizdis įgauna dar ir šių papildomų bruožų.

Vietoj išvadų: krikščioniškoji programa

Grįžtant prie klausimo, ar krikščionybė Lietuvoje padarė įtaką tam, kaip Lietuvoje vertinami verslininkai, galime atsakyti teigiamai, bent tiek, kiek gyvename krikščionybės suformuotoje kultūroje. Tačiau vis dėlto nėra pagrindo teigti, kad krikščionybė padarė lemiamą įtaką. Penkiasdešimt ateizacijos bei komunistinės indoktrinacijos metų suformavo dvi kartas. Todėl visuomenėje regimas siekis to, ką šiuolaikine kalba būtų galima pavadinti „socialine darna“, gali būti perimtas tiek iš krikščioniškosios tradicijos, tiek iš sovietinio klasinio

²⁸ Edward Hadas, „Human Goods, Economic Evils: A Moral Approach to the Dismal Science“, Wilmington [Del.]: ISI Books, p. 170.

antagonizmo. Be to, požiūrio į verslininkus vienareikšmiškai negalime įvardyti kaip neigiamo. Kaip neigiami identifikuojami vien tam tikri požymiai, drauge pripažįstant, kad verslininkai yra sunkiai dirbantys ir žvelgiantys į ateitį, taip pat iš dalies pripažįstama, kad verslininkai socialiai atsakingi: nors daugiau nei 20 proc. atsakiusiųjų verslininkui priskiria išnaudotojo savybę, 28,1 proc. nurodo, kad jis yra suteikiantis ir duodantis²⁹, daugiau nei 43 proc. mano, kad verslininkams rūpi aplinkosauga.

Tačiau jei iš tiesų kritiškame požiūryje į verslą esama krikščioniškų nuostatų, net jei jos neįsisąmonintos, tai nuteikia optimistiškai. Tuomet padėti gerinti galima stiprinant verslininkų bei visuomenės krikščioniškąją savimonę bei vertybines nuostatas. Tiesa, viešumoje kalbėti apie tikėjimą bei krikščioniškąsias vertybes nėra labai populiaru, neretai tai gali iššaukti ir neigiamas reakcijas. Tai ir vyko prieš kurį laiką svarstant šeimos koncepciją, tačiau pozityvu yra tai, kad bent vienas kitas politikas drįsta deklaruoti savo krikščioniškas nuostatas. Tai nėra paprastas, o labai drąsus dalykas, nes įvardijus vertybes turi jomis ir vadovautis, kad tokios kalbos nebūtų vien tušti žodžiai, o pats neįsilietum į politikų reliatyvistų gretas.

Vienas kitas kultūros žmogus pasako esantis krikščionis, tuo aiškina vienus ar kitus savo kūrybos bruožus. Iš jaunųjų poetų bene atviriausias savo pozicija yra poetas Gintaras Bleizgys: „Kiekvienas rytas prasideda kreipimusi į Dievą, kiekvienas vakaras baigiasi padėka Jam už nugyventą dieną. Trečdalį sekmadienio praleidžiu bažnyčioje, kas penkios savaitės šeštadieniais ją plaunu, kas septynios – budžiu prie durų, vykdu kitus man paskirtus patarnavimus. Gal kam nors šiais laikais toks gyvenimas ir gali pasirodyti nuobodus, bet prieš šimtą penkiasdešimt metų tai buvo įprasta statistinio europiečio elgsena.“³⁰

Tačiau kol kas nėra verslininkų, kurie taip atvirai bei viešai dėstytų savo krikščioniškąsias nuostatas. Pasaulyje gyvuoja dar prieškariu įkurta Tarptautinė krikščionių verslininkų sąjunga (*International Christian Union of Business Executives*, UNIAPAC), tačiau neteko girdėti kurio nors Lietuvos verslininko pareiškimo, kad jis dalyvautų šioje ar kurioje nors panašioje kitoje organizacijoje. Lietuvos visuomenė yra skeptiška vertybinių deklaracijų atžvilgiu, dėl ko piktinasi jomis užsiimančiais politikais – jų deklaruojamos vertybės yra tik dar vienas „melas“. Tačiau ji vertybių deklaracijas atleidžia poetams, o išgirdusi jas iš verslininkų veikiausiai labai nustebtų. Evangelijoje užfiksuotas įvykis, kai Kristus sėdi už stalo su muitininkais ir nusidėjėliais, o rašto aiškintojai ir fariziejai, išvydę jį drauge su jais valgant, piktinasi, Jėzus, veikiausiai, gana griežtai ir su ironija „teisiesiems“ priekaištautojams replikuoja: „Ne sveikiesiems reikia gydytojo, bet

²⁹ Šiuo rodikliu Lietuva ypač išsiskiria iš kitų posovietinių šalių, dalyvavusių tyrime: kitose šalyse, Bulgarijoje, Gruzijoje ir Kirgizijoje teigiamai atsakė du ar tris kartus mažiau apklaustųjų.

³⁰ Gintaras Bleizgys, „Požiūriai“, [Interaktyvu] [Žiūrėta 2013 04 19] Prieiga per internetą: <<http://www.tekstai.lt/>>

ligoniams. Eikite ir pasimokykite, ką reiškia žodžiai: *Aš noriu gailestingumo, o ne aukos*. Aš ir atėjau šaukti ne teisiųjų, o nusidėjėlių.“ (Mt 9,12-13). Dalis dabartinių Lietuvos verslininkų, kaip ir anų laikų muitininkai, reflektuoja ir pripažįsta veiklos, kuria užsiima, tam tikrą „moralinį blogį“. Tyrimas atskleidė, kad didžioji dalis gyventojų galvoja, kad verslas išnaudoja kitų žmonių darbą, taip pat didžioji dalis jų mano, kad verslininkai pažeidžia moralinius principus, nemažai tvirtina, kad nesama verslininkų, kuriuos jie patys gerbtų ir jais pasitikėtų. Verslininkų savęs vertinimas iš esmės daug nesiskiria nuo likusios visuomenės. Tačiau vienas iš tikėjimo paradoksų ir yra būtent tas, kad Kristus pasikvietė prie stalo muitininkus, o fariziejus išsiuntė „pasimokyti“, ką reiškia Šventraščio žodžiai. Verslininkai yra pirmieji, kurie gali nemažai nuveikti keisdami visuomenės bei savo pačių kritinį požiūrį į savo veiklos vertybinius aspektus, pirmiausiai mylėdami savo artimą kaip save patį bei tai realizuodami veikloje ir vengdami anksčiau aptartų ydų; burdamiesi į verslo organizacijas ne vien pagal profesinį pobūdį, bet ir su tais, kurie angažuojasi krikščioniškam veikimui.

Verslininko įvaizdis: kultūrinė dimensija

Prof. Dr. Paulius Subačius

Pradėkime nuo kuo gilesnio, senesnio kultūrinio klodo. Kadangi audinių raštai, ar puodų ir papuošalų ornamentai vargiai iškalbingi tokia specifine tema, tenka kreiptis į žodinę kūrybą. Ne tik Lietuvoje, bet ir kituose aplinkiniuose kraštuose, o gal net visoje Europos civilizacijos erdvėje keistai nuskambėtų klausimas, kaip verslininką vaizduoja tautosaka. Liaudies dainų berneliai ir mergelės, tėveliai ir močiutės atlieka žemės ūkio darbus ir kariauja – jokie kiti jų užsiėmimai su praktine veikla ir materialiniais gyvenimo tikslais niekaip nesusiję. Adekvačiau problemą dera formuluoti kitu būdu – ar liaudies žodinėje tradicijoje minimi, iškeliami tie asmens bruožai ir savybės, kurie modernios visuomenės priskiriami verslininkui būtinų savybių rinkiniui, siejami su individualiu veiklumu? Lietuviškoje tradicijoje, deja, ne. Vieninteliai ryžto pavyzdžiai, kuriuos aptinkame protėvių kūrybos aukso fondą sudarančiose dainose – tai vyro nusiteikimas apginti jauną žmoną nuo anytos priekaištų ir merginos pažadas atstumti peršamą seną našlį. Net kareivėlis lietuvių tautosakoje tik išjoja į karą ir jame žūva – nėra vaizdinių, kurie bylotų apie jo drąsą, riziką, sumanumą.

Pasakose, kurių pasikartojantys motyvai ir fabulų komponentai pranoksta vienos kalbos ir tautos ribas, yra bendri visiems indoeuropiečiams ar net plačiau, pasitaiko vienas kitas prekybininkas (pirkllys). O jaunėlio Jonelio vyresnieji broliai bent pasakojimo pradžioje sėkmingai tvarkosi su iš tėvo paveldėta „įmone“ – malūnu ar dirbtuve. Bet jie visi yra tik antraeiliai ir dažniau nemieli veikėjai, gobšuočiai, pavyduoliai. Pagrindiniam – trečiajam broliui – „su dideliais procentais“ sugrįžtanti pagalba, kurią jis suteikė įvairiems gyvenimo kelyje sutiktiesiems, iliustruoja ir aukština ne verslumo, bet, jei liksime politekonominės kalbėsenos plotmėje, subsidiarumo ir kooperacijos principus. Bene daugiausia verslininkui būtinų savybių turi jonelių palydovai, pavyzdžiui, (batuoti) katinai, tačiau pastarasis personažas priklauso „gudraus tarno“ tipui, kultūroje žinomam nuo Antikos ir suponuojančiam išradingą, racionalų, tačiau priklausomą asmenį.

Štai kodėl sąlygiškai savarankiško, individualizmo atspalvį turinčio subjekto pasirodymą viešumai skirtuose lietuviškuose autoriniuose XIX a. pradžios tekstuose literatūros kritikas Saulius Žukas aptarė kaip didelę naujieną bei išimtį³¹. Nors jo analizuojami du pranciškono Jurgio Ambraziejaus Pabrėžos eilėraščiai nekvestionuoja tradicinio kaimo gyvenimo ir baudžiavinių santykių, tačiau pypkę ramiai traukiantis jų subjektas, užuot liūdnei bėdojęs apie vargus, kaip įprasta dainose ir senesnėje literatūroje, optimistiškai kelia sau tikslus ir deklaruoja: „esu

³¹ Saulius Žukas, „Apie pypkininkus: Du Jurgio Ambraziejaus Pabrėžos eilėraščiai“, in: Žmogaus vaizdavimas lietuvių literatūroje, Vilnius: Baltos lankos, 1995, p. 111–132.

(pats) sau žmogelis“. Sociologas Vytautas Kavolis, beveik su mikroskopu ieškojęs modernizacijos žymių lietuvių kultūros istorijoje, apie XIX a. vidurį įžvelgė „judriojo žmogaus“ – savo parapijos ribose neišsitenkančio, sėsrumo atsisakančio personažo, pavyzdžiui, keliaujančio siuvėjo Palangos Juzės (Motiejaus Valančiaus to paties pavadinimo veikalas) – atsiradimą³². Vis dėlto, reikėjo, jog praeitį dar septyni dešimtmečiai, kol jau po Pirmojo pasaulinio karo parašytuose kūriniuose paskiros savybės, idėjų fragmentai susidėliotų į nuoseklesnį asmens, kurį galėtume laikyti tinkamu imtis nuosavo verslo, paveikslą.

Kad ir kaip pavieniai istorikai bei filologai jau nuo devintojo XX a. dešimtmečio ragina plėsti bendros Lietuvos-Lenkijos bajorų Respublikos, daugiatautės ir polikonfesinės LDK atmintį, dabartinę valstybę ir modernią tautą sukūrusi (bei iki šiol visuomenėje vyraujanti) saviprata yra monoetninė ir kalbinė-etnografinė. Tai reiškia,

Vis dėlto, reikėjo, jog praeitį dar septyni dešimtmečiai, kol jau po Pirmojo pasaulinio karo parašytuose kūriniuose paskiros savybės, idėjų fragmentai susidėliotų į nuoseklesnį asmens, kurį galėtume laikyti tinkamu imtis nuosavo verslo, paveikslą.

kad kita kalba kalbėjęs, kitų papročių besilaikęs, kitaip Dievą garbinęs asmuo negalėjo būti laikomas savu ne tik paprastų žmonių, bet ir XIX a. II pusėje (drauge su ankstyvais vietinio kapitalizmo ženklais) iškilusios lietuviškos šviesuomenės. Kitaip tariant, tiek pirklio, tiek miesto amatininko, tiek keliaujančio meistro, kurie, keičiantis ekonominei sanklodai, tapo reikšmingu žmogiškuoju šiuolaikinio verslo kūrimo potencialu, paveikslas buvo pirmiausia svetimojo paveikslas, nes tarp minėtų luomų ir užsiėmimų atstovų lietuviškai kalbančių katalikų beveik nebuvo. Savo ruožtu, tautiniam (ir religiniam) požymiui pirmumą teikiantis mentalitetas negalėjo palankiai vertinti ir sektiniais laikyti jokių verslų vien dėl to, kad jie buvo dominuojami kitataučių.

Tiesa, dar iki baudžiavos panaikinimo vienas kitas iš karališkųjų (lažo nėjusių, tik mokesčius mokėjusių) valstiečių, o po 1864 m. pamažu vis didėjanti smulkiųjų žemės savininkų grupė ėmė supirkinėti kaimynų išaugintus grūdus, linus ir vežti perparduoti į Rygą ar kitus didesnius prekybos centrus. Iš tokios verslumo dvasią pajutusios ir realizavusios valstiečių šeimos buvo kilęs Valančius – įtakingiausia ankstyvosios modernizacijos kultūrinė figūra. Išlikęs dokumentinis liudijimas, kad jo tėvai 1822 m. paskolino (ne pasiskolino!) dviems vietos žydams daugiau kaip tūkstantį rublių sidabru³³ – tais laikais astronominę sumą. Nors gausioje Valančiaus beletristikoje apstu švietėjiško entuziazmo, kvietimo imtis atsakomybės už savo ateitį, tačiau pasigestume iš verslo prakutusį teigiamų personažų, įtikinamo raginimo pagal jo paties namuose matytą modelį kurti prekinį

³² Vytautas Kavolis, „Epochų signatūros“, in: Žmogus istorijoje, Vilnius, 1994, p. 441–448.

³³ Merkys, Vytautas. „Motiejus Valančius: Tarp katalikiškojo universalizmo ir tautiškumo“, Vilnius: Mintis, 1999, p. 57.

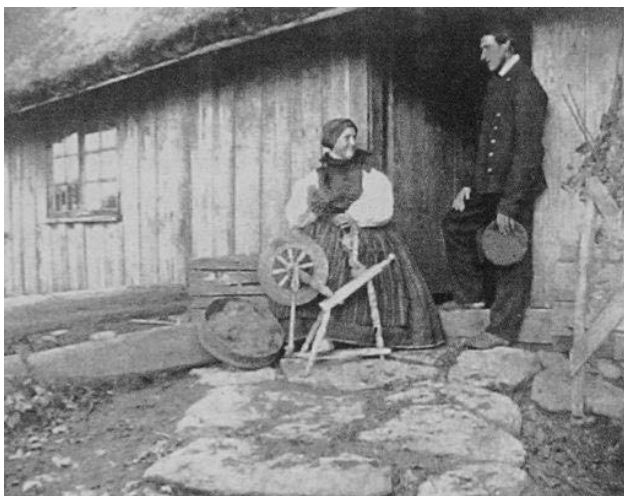
ūkį ar imtis žemės ūkio produktų logistikos. Gal tai neatrodė aktualu pirmiausia moralinius ir religinius tikslus turėjusiam Žemaičių vyskupui?

Iš didaktinės literatūros kilusi ir dėl nepajėgumo kurti įtikinamas, dinamiškas fabulas ilgam užsikonservavusi moralinė (ir moralizuojanti) lietuviškos prozos kryptis, krustelėjimų žmogaus dvasios gelmėse stebėjimas, bet ne įvairiapusio visuomenės paveiklo perteikimas lėmė, kad verslių individų figūros kūriniuose rodėsi retai. O jei rodėsi – tai kaip šviesius žmogiškus jausmus užgožiančio godumo iliustracijos. Pirmosios žymios moters rašytojos Žemaitės ištis talentingai pavaizduotą Petrą Kurmėlį to paties pavadinimo apsakyme „apakina“ galimybė nelegaliai gauti medienos savo pelningai dirbtuvei ir jis iš išskaičiavimo veda visai nepatinkančią merginą, sugriaudamas ir jos, ir savo gyvenimą. Tai – vyraujanti prasisiekėlio vaizdavimo paradigma.

Tuo pačiu laiku – pačioje XIX a. pabaigoje – rašiusio Lietuvos himno autoriaus Vinco Kudirkos publicistikoje į verslumą pažvelgta blaiviau ir palankiau. Operuojant tautinės bendruomenės stiprinimo argumentais,

lietuviai buvo kviečiami imtis prekybos ir konkuruoti su vyraujančiomis žydų parduotuvėmis. Bėda ta, kad mažai kas tuos raginimus išgirdo, nes sektinų pavyzdžių pateikta nebuvo,

dominavo greičiau „kromelių“ boikoto idėja, nepasitenkinimas kitų, „svetimųjų“ sėkme, bet ne įkvėpimas patiems kurti įmones ir ieškoti naujų ūkio plėtros galimybių. Praktikoje tą perspektyvą pirmaisiais XX a. metais atvėrė Kudirkos redaguoto nelegalaus žurnalo „Varpas“ bendradarbis ir bendramintis Petras Vileišis, Rusijoje iš vadovavimo geležinkelių tiltų statyboms uždirbtus pinigus investavęs į fabriką Vilniuje ir sukūręs pirmąją Lietuvoje „tautinio“ kapitalo akcinę bendrovę. Paradoksalu tai, kad Vileišis buvo dosnus literatūros ir kultūrinio gyvenimo mecenatas, pirmojo legalaus lietuviško laikraščio „Vilniaus žinios“ leidėjas, bet ši globa ir iš laiko distancijos visokeriopai imponuojanti panaši dar trijų jo brolių veikla, nebuvo simboliškai apibendrinta, tipizuota. Vileišio finansuoti rašytojai bei laikraščiai ir toliau idealistiškai vaizdavo archajišką kaimo gyvenimą, bodėjosi amoraliu miestu ir įtariai nužvelgdavo kiekvieną turtingesnę.



Petras Vileišis buvo inžinierius; būtent ši profesija gerai apmokamų valstybinių projektų Rusijos platybėse dėka, leido sukaupti pradines lėšas investavimui į nuosavą verslą ne vienam ankstyvajam šių kraštų kapitalistui. Vargu, ar atsitiktinumas, kad du lietuvių klasikinės literatūros pasiturintys personažai – įsimintini juos vaizduojančių tarpukario kūrinių populiarumo dėka – nesimpatiški inžinieriai. Kazio Binkio „Atžalynas“ yra neabejotinai daugiausiai kartų Lietuvoje statyta pjesė, nes dėl „moksleiviškos“ tematikos bei kompozicinio paprastumo ji nėra aplenkusi ne tik nė vieno profesionalaus teatro, bet ir nė vienos mokyklinės scenos. Jos „blogiečiai“ – inžinierių Keraičių pora, kuri atsisako globoti dorą ir šaunų giminaitį, kai jis gelbėdamas draugą prisiima kaltę dėl išvis nebūtos vagystės. Antano Vaičiulaičio romane apie pirmąją meilę „Valentina“ jautraus idealisto jaunuolio konkurentas – „gyvenime jau įsitvirtinęs“ inžinierius Modestas Būdžiūnas, apie kurio pasipūtimą ir nesiskaitymą su kitų žmonių jausmais byloja net sąmoningai utriuota pavardė. Nors nei vienu iš paminėtų



atvejų kūriniai neteikia progos patirti, kuo konkrečiai verčiasi „inžinieriai“, tačiau emociniame lygmenyje formuotas tikrai plačios auditorijos varguoliškas priešiškus daugiau gyvenime pasiekusiems veikliams žmonėms, asocijuojamiems su miestu, pramone, infrastruktūros plėtra, o ne kaimu, tradiciniais amatais.

Modernią poziciją, kad profesija, veiklos sritis, turtas, tautybė, konfesija nėra susijusi su moraline laikysena ir todėl negali būti aprioriškai giriama ar įtarinėjama, pirmasis kūryboje perteikė (ir asmeniškai realiaame gyvenime priėmė) Jurgis Savickis. Jis įtikėjo asmens lavinimosi ir savikūros galia bei ją realizavo – nors buvo kilęs iš žemdirbių (tiesa, ne varguolių), tapo diplomatu, europietišku inteligentu, o gyvenimo saulėlydyje jį sutikusi viena Habsburgų giminės dama buvo šventai įsitikinusi, kad bendravo su „mėlyno kraujo“ asmeniu. 1928 m. išleisto rinkinio apsakyme „Velnio šeinė katarinka“ atkurtas pirmojo Nepriklausomybės dešimtmečio Kauno vaizdas, kuriame be išankstinio vertinimo ir neskiriant tautybių išrikiuota marga prekybininkų bei kitų miestiečių paveikslų galerija. Maža to, viename epizode pirmą (ir vos ne paskutinį) kartą lietuvių literatūroje autentiškai atskleista smulkios verslininkės minčių eiga šen ten įterpiančią to meto literatūrinei kalbai visiškai nebūdingų ekonominių terminų (išskirta mūsų – P.S.):

Merkelienė šiandien nieko neuždirbo.

Vakar diena buvo kur kas laimingesnė. Net įstabu. Vakar ji pardavė du gabalu pilkojo muilo, keturias perlamutrines sagas, vieną silkę ir pačią didžiąją dėžutę krakmolo. Tat **apyvartoje** atsitikdavo rečiau. Tuo būdu Merkelienė gavo teisės vakar paimti ir laisvai išsirinkti sau vieną **ekstra** silkę, pačią didžiąją, iš bendrojo sandėlio, silkų bačkos, į kurią buvo įdėta pati didžioji dalis josios **apyvartos kapitalo** iš namų atneštos pasogos pavidalu. Ar ji laiku nenužiūrėjo **rinkos nuotaikos**, ar ji pristigo energijos, bet dalis silkų užsiliko vasaros sezonui. Tat jau pavojinga. Šitas **produktas** ypačiai reikalavo saugos.³⁴

Ir tokia kalbėsena, ir distancijuotas Savickio žvilgsnis į seksualinių bei kitų aistrų blaškomą žmogaus pasaulėlį su lengva, šiukštu nepriekaištaujančia ironija atitiko Europoje vyraujančias stilistines tendencijas, bet liko nesuprastas lietuvių literatūros kritikų (specialistai susivokė ir pradėjo rašytoją adekvačiai vertinti tik po šešių septynių dešimtmečių), ką ir kalbėti apie plačiąją visuomenę. Pastarajai buvo kur kas savesnis išgėrusio netašyto berno grubus kvatojimas, kuriuo kairuoliškų pažiūrų literatas Petras Cvirka palydėjo į pasaulį savo satyrinio romano personažą Franką Kruką – vienintelį pagrindinį veikėją verslininką bent jau labiau žinomų lietuviškų romanų lentynoje. Emigrantas laidojimo paslaugų įmonės JAV įkūrėjas pajuokiamas primityviausiais plebėjų komedijos triukais, o pabaigoje pavaizduojamas kaip visiškas nevykėlis, nes grįžusį į Lietuvą jį „suvysto“ ir kone „be kelnų“ palieka dar godesni, suktesni ir niekšiškesni vietiniai komersantai. Ar bereikia pridurti, kad sovietmečiu šis neskoningas šaržas vadovėliuose girtas kaip taikliausias kapitalisto literatūrinis paveikslas, į kurį nusižiūrėjus sukurtas dar ne vienas, tiesa, menkesnio mastelio ir įtakos veikalėlis.

Ar bereikia pridurti, kad sovietmečiu šis neskoningas šaržas vadovėliuose girtas kaip taikliausias kapitalisto literatūrinis paveikslas, į kurį nusižiūrėjus sukurtas dar ne vienas, tiesa, menkesnio mastelio ir įtakos veikalėlis.

Vienintelis visuotinai pripažintas lietuvių literatūros klasikas, nuosekliai pozityviai vaizdavęs verslius žmones, nuoširdžiai džiaugęsis ekonomine kūryba kaip raktu į klestinčią Lietuvos ateitį buvo „deimančiukų ieškotoju“ vadinamas šviesiųjų socialinio ir dvasinio gyvenimo aspektų bei neordinarių žmonių kolekcionierius Vaižgantas. Pirmosios Nepriklausomybės aušroje publikuoti jo „vaizdai kovos dėl kultūros“ – tokia semantiškai žymėta „Pragiedrulių“ paantraštė – ekonominį aktyvumą ir verslumą (lietuviškame kontekste gerokai netikėtai) traktuoja kaip tos kultūros svarbią dalį. Gausių visą Lietuvos socialinę ir kultūrinę įvairovę siekiančioje aprėpti personažų galerijoje reikšmingą grupę

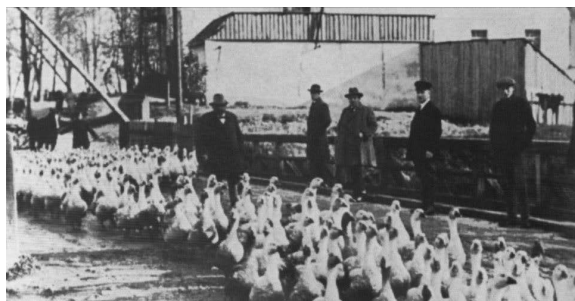
³⁴ Jurgis Savickis, Raštai, t. 1, Vilnius: Vaga, 1990, p. 120.

sudaro, kaip tai įvardija autorius, „protai naujienos“ ir „ūkininkai pažangininkai“, kurių svarbiausias bruožas – gal net svarbesnis, nei tautinis sąmoningumas – yra ryžtas imtis netradicinės savarankiškos ekonominės veiklos. Bene ryškiausias iš jų „drąsus iniciatorius“ Benediktas Šešiavilkis, kurio tiek sėkmingi, tiek nesėkmingi investiciniai projektai autoriaus vaizduojami su akivaizdžiu pritarimu. Tekstas kviečia skaitytoją stebėtis, kad iš valstietiško mentaliteto besivaduojantis žmogus išdrįsta rizikuoti kruvinu prakaitu uždirbtais pinigais – bando pagal laikraštyje nužiūrėtą schemą įrengti vandens turbiną, kuri suktų malūną, bet lietuviškų lygumų upelio srovė pasirodo esanti per silpna kalnų vandenims pritaikytam mechanizmui. Užuoat šaipęsis iš personažo nesėkmės ar vaizdavęs depresiją, Vaižgantas žavisi jo gajumu, gebėjimu atsitiesti, pateikdamas tiesiog kanoninį verslininko gyvenimo kelio apibūdinimą:

Visas Benedikto gyvenimas buvo – pradėjimas. Užsidirbo 70 rublių ir tuojau jų neteko, pradėdamas bulbių ūkį vesti. Užsidirbo kelis šimtus, vėl visų neteko pradėdamas gyvulių ūkį vesti. Užsidirbo kelis tūkstančius, vėl visų neteko statydamas medinį malūną. Užsidirbo keliolika tūkstančių ir vėl buvo grižtai be skatiko, pasistatęs gerą, stiprą malūną [...].

Trys dešimtys metų nepaliaujamo galvos sukimo ir sielvarto, baimės ir nežinojimo – žūti ar būti. Per tris dešimtis metų Benediktas kartkarčiais, galvą susiėmęs, puolė į bedugnę ir paskui visomis savo proto, valios ir kūno pajėgomis nepailsėdamas lipo, kabinos, stiepė viršun išlįsti. Išlindo ir vėl puolė bedugnėn. Ir taip be galo.³⁵

Teisybės dėlei reikia priminti, kad į mokyklinės chrestomatijas pateko visai kitokie, labiau tautosakiniai „Dėdžių ir dėdienių“ Mykoliuko ir Severiutės paveikslai, nes „Pragiedruliai“ dėl fragmentiškos kompozicijos ir skystokos fabulos nebuvo populiarūs. Kas kita – iki šiol garsiausias ir skaitomiausias lietuvių romanas, Vinco Mykolaičio-Putino „Altorių šešėly“. Nors autobiografinį įsimylėjusio kunigo poeto klausimą sprendusiam literatūros profesoriui verslas mažiausiai rūpėjo, skaitytojams strigte įstrigo beveik šaržuojantis negatyvas, kuriuo antroje kūrinio dalyje apibūdinami ekonomiškai aktyvūs kunigai – ūkį plečiantis



klebonas Platūkis ir kooperatyvus organizuojantis vikaras Stripaitis. Dalykas tas, kad pasakotojui kliūva ne vien tokių užsiėmimų prasilenkimas su dvasininko pašaukimu – bodimasi ir net bjaurimasi praktiškumu, veiklumu, į materialius dalykus nukreiptu iniciatyvumu apskritai.

³⁵ Vaižgantas. „Pragiedruliai“, Vilnius, 1989, p. 50.

Ūkį modernizuojantys „provincijos kapitalistai“ Zigmas Kreivėnas iš Vinco Ramono „Kryžių“ ir ypač Petras Doveika iš dar vieno mokyklinių programų romano – Mariaus Katiliškio „Miškais ateina ruduo“ – vėlgi nepatrauklūs ir pabaigoje pralaimintys personažai. Antrajame kūrinyje pasakotojo (o podraug ir skaitytojų) simpatijos yra iš Doveikos jaunesnę žmoną nuviliojančio kaimo proletaro Tiliaus pusėje. Sunkius paprastus darbus gamykloje dirbusio Katiliškio ir kitų į JAV po Antrojo pasaulinio karo išvykusių autorių socialinė padėtis, matyt, turėjo įtakos paradoksaliai situacijai, susiklosčiusiai išeivijoje – nors tarp politinių pabėgėlių iškilo ne vienas sėkmingas verslininkas, jie turėjo didelį autoritetą bendruomenėje, tačiau iki postmodernizmo priartėjusioje egzodo literatūroje taip ir nesirado veiklių miestiečių įsimintinų paveikslų. Ką ir kalbėti apie okupuotą Lietuvą – nors stagnacijos epochoje socialistinio realizmo varžtai šiek tiek atsileido, negalėjo būti nė kalbos apie palankų kapitalistų vaizdavimą. Publicistikoje nevaržomos rinkos plėtrą ir verslininkų orumą ryžtingai gynusio liberalių pažiūrų posovietinio rašytojo Ričardo Gavelio fikcinėje prozoje iškyla niūrus, pesimistiškas permainų visuomenės paveikslas, kuriame ekonominė iniciatyva yra mafijos ir korumpuotos valdžios, o ne laisvų ir padorių žmonių rankose.

Būtina paminėti ir kitų šalių literatūrą, kurios poveikis moduliuojant visuomenės struktūros vertybinį suvokimą, kai kuriais atvejais pranoko tautinių tekstų reikšmę. Vertimų peizažas mūsų nagrinėjamu aspektu iš tiesų nėra radikalai kitoks, nes prieškario nepriklausomi leidėjai, orientuodamiesi į masinį skaitytoją, o sovietinės kontroliuojamos redakcijos – į tarybinės liaudies auklėjimą vieni kitus papildė siūlydami įvairių rūšių socialinį (dažniau – dar ir kritinį) realizmą. Charleso Dickenso ir Marko Twaino našlaičiai, Jacko Londono jūreiviai ir ypač Theodore Dreiserio bei Uptono Sinclairo darbininkai (čia laiko skalė nuo ankstyvojo iki brandžiojo kapitalizmo) – visi kenčia nuo gruobuoniškų ir amoralių verslininkų išnaudotojų. Erichas Maria Remarque'as, Victoras Hugo ir net išsamiausios socialinės įvairovės vaizdavimo genijus Honoré de Balzacas, Romainas Rollandas bei kiti gausiai versti prancūzų kairuoliškos pakraipos autoriai, jau nė nevardijant XIX a. II p. rusų klasikų, yra skriaudžiamų varguolių ar bent paprastų „pilkų“ žmonių simpatikai bei guodėjai. Vienas kitas jų romanuose šmėkštelintis socialinės rūpybos mecenatas ar šiaip doras turtuolis nepakeičia bendro niūroko vaizdo. Šiandienė verstinės literatūros panorama visai kitokia, tačiau turi pasikeisti bent viena karta, kol 2–3 tūkstančių egzempliorių tiražu leidžiamos verstinės beletristikos įvairovė nors šiek tiek užgoš emocinius įdagus, kuriuos paliko 50–70 tūkstančių tiražais ėję ir dažnai ne po kartą niūriais sovietiniais metais skaityti bei dažnoje namų bibliotekoje dar užsilikę kapitalistinę tikrovę demaskuojantys romanai.

Verslininkų šaržų vardijimą būtų galima tęsti puslapių puslapius, tačiau akivaizdu, kad giliuosius kelių kartų įsitikinimus intensyviai formavusios ir drauge vyraujančią mentalitetą atspindėjusios tautinės ir verstinės literatūros lauke, beveik nebuvo dėmenų palankiam ir, svarbiausia, adekvačiam, be išankstinio priešiško

kuriama ekonomiškai veiklaus ir savarankiško žmogaus įvaizdžiui. Paviršesni, greičiau kintantį nuomonių ir stereotipų sluoksnį struktūruojantys laikraščiai, radijas, TV dažniausiai tik dar labiau utriravo godumo, suktumo, išnaudojimo motyvus. Tiesa, žiniasklaidos terpėje buvo (prieškariu, išeivijoje) ir ypač dabar yra daugiau alternatyvų, tačiau dar per anksti teigti, kad valstiečių vaiko kunigo Vaižganto kelta mintis apie lemtingą „drąsių iniciatorių“ ekonominį įnašą tautos gyvenime jau pasklido toliau, nei „Verslo žinios“ bei „Verslo klasė“ ir prasiskverbė į didesnės visuomenės dalies pasaulėžiūrinių aksiomų plotmę.

Rašytiniai tekstai yra tiek didelio vertybinio poveikio kūryba, tiek lengviausiai analizuojama žmonių sąmonėse įsitvirtinusių įvaizdžių projekcija. Trumpai metus žvilgsnį į kitus menis, antai, teatrą, galima konstatuoti, jog iki pastarųjų metų jis operavo tokiais pačiais socialiniais modeliais, kokius diegė literatūra. Prieškariu lietuviško kino, galima sakyti, nebuvo, dėl sovietinės orientacijos neverta aušinti burnos, o po Nepriklausomybės atkūrimo, meniu radikalai pasikeitė. Netgi drįstume daryti prielaidą, kad jaunosios kartos pozityvesnis požiūris į ekonomiškai aktyvų savarankišką individą tam tikru mastu yra formuojamas tiek holivudinės, tiek vadinamosios elitinės kino produkcijos. Pirmajame plačios šlovės liaudyje sulaukusiame posovietiniame lietuviškos televizijos seriale „Giminės“ fabulos jungiamoji grandis vis dar valstietiška, tačiau verslus žmogus jau vaizduojamas kaip vienas iš galimų ir sveikintinų gyvenimo kelio pasirinkimų. Kitos muilo operos skirtingai varijuodamos plečia šią paradigmą.

Pabaigoje grįžkime prie to, apie ką jau užsiminėjome. Santykinai vėlyvas modernaus lietuviško verslo kaip tikrovės reiškinių atsiradimas, XX a. pradžioje Kaune prasidėjęs, bet okupacijos nutrauktas ir tik ant XXI a. slenksčio vėl kokybiškai reikšmingą intensyvumą pasiekęs miesto realus kultūrinis „prisijaukinimas“, įvykstantis tik subrendus „tarp mūrų“ gimusiai kartai, negalėjo teikti daug progos meno sferoje formotis ryškiems, juo labiau pozityviems verslininkų paveikslams. Tačiau tai, kas, tikėtina, dar ilgai atsilieps kaip adekvataus individualios ekonominės veiklos vertinimo kliuvinys – tai retas net pavienių versliam asmeniui būtinų sociopsichologinių ypatybių iškėlimas, simbolinis apibendrinimas. Sovietinio žmonių sąmonių niokojimo atgaivintas ir sustiprintas baudžiauninkiškas paklusnumas, pavydas, rizikos ir iniciatyvos vengimas nuo XIX a. beletristikos pradmenų įsišaknijęs lietuvių literatūroje ir bumerangu grįžta į tikrovę kaip kolektyvinį sąmoningumą toliau formuojantis veiksnys. Lietuviškame mentalitete labiau žioji ne pozityvaus verslininko įvaizdžio spraga, o palankaus, ar net paprastesnio – dėmesingo aktyvių, veiklių, laisvų, kūrybiškų, iššūkius priimančių asmenų vertinimo esminis trūkumas.

Drįstume teigti, kad kai kurie sociologinio tyrimo rezultatai visiškai patvirtina šią prielaidą. Pavyzdžiui *sunkus darbas*, kaip savybė, kuri „telpa“ ir valstiečio, darbininko mąstysenų, svarbiausių verslininko bruožų įsivaizdavimo skalėje gerokai lenkia radikaliai būtiną *kūrybingumą, išradingumą*.

Lietuviškame mentalitete labiau žioji ne pozityvaus verslininko įvaizdžio spraga, o palankaus, ar net paprasčiau – dėmesingo aktyvių, veiklių, laisvų, kūrybiškų, iššūkius priimančių asmenų vertinimo esminis trūkumas.

Bendras asmens nevertinimas (ar nuvertinimas) lemia tokią viešąją nuomonę, pasak kurios esminės verslumo paskatos yra ne tai, kas susiję su jo individualiais subjektais (*išsilavinimas, galimybė gauti kreditą*), o tai, kas formuoja anoniminį kontekstą (*valstybės reguliavimas ir pagalba*). Pagaliau, tik pobaudžiavinės ir pokolonijinės visuomenės – lažininkų ir samdinių dominuojamos visuomenės – akimis, verslas pirmiausia kuria darbo vietas, o paskiausia – naujus produktus ir paslaugas. Kai/jei dėl bet kokių permainų kol kas krūpčiojanti visuomenė pagaliau naujumo džiaugsmą priims kaip ateities gairę ir optimizmo sąlygą, ši „ant galvos stovinti“ vertinimų diagrama apsivers. Tada, tikėtina, verslininko įvaizdis taps kūrybines galias sutelkiančia intriga lietuvių literatūroje ir įgis šviesesnių bruožų vyraujančioje mentaliteto konsteliacijoje.

Verslininko tipo paieškos Lietuvos istorijoje

Doc. Dr. Nerijus Šepetys

I. Kliuvinėjanti prakalba, arba Apsibrėžiant kalbėjimo lauką

Nelengva turiningai kalbėti(s) apie verslininką ar jį išskiriantį verslumą šiandienėje Lietuvoje. Pirmiausia tiems ir su tais, kurie yra šiek tiek daugiau patyrę ir dar šį tą atsimesna apie dabartinės Lietuvos, taigi ir verslo kilmės aplinkybes. Šita, tegul ir trumpa istorinė atmintis, istorijos žinojimas ar tiesiog istorija ir yra pagrindinė kliūtis adekvačiai suvokti ir įvardyti, kas čia ir dabar yra verslo esmė, koks žmogus yra verslininkas, kokia jo vieta ir vaidmuo mūsų visuomenėje. Pasakojimai apie verslininkystę ir apie Lietuvos istoriją, idant išvengtų tūpčiojimo vietoje ir nuolatinio šaudymo pro šalį, turėtų būti atskiri, kaip tie nesusisiekiantys indai. Turėtų, bet čia mėginsime pasukti sunkesniu keliu ir paieškoti prasmingo-lietuviškai-istorinio kalbėjimo apie verslininką galimybių.

Pradėti dera nuo sunkiausių dalykų, taigi nuo istoriškai sąlygotų kliuvinių aiškiam verslininkytės suvokimui. Grupuočiau tuos kliuvinius į *buitinius* (moksliškai juos galima vadinti antropologiniais), *politinius* (kurie giliau patyrinęjus gal paaiškėtų esantys mentaliniai), *kalbinius* (kalbininkai patikslintų – semantinius) ir *literatūrinius* (čia jau kitaip nepavadinsi). Visi jie išsiskiria moderniojoje Lietuvos istorijoje, ir daugiau ar mažiau esmingai formuoja mūsų regėjimo ir suvokimo lauką, vos tik kas prabyla apie verslą.

a) *Apie kolektyvizmą*. Paprastai apie ką nors, kas mums natūraliai nepažįstama, mes susidarome nuomonę arba iš asmeninės patirties, arba iš įgytų žinių ir įgūdžių. Pastarieji sunkiau reflektuojami, todėl labai stebina, kad net ir jauni Lietuvos žmonės, kaip rodo *verslininko įvaizdžio* tyrimo duomenys, apie verslą linkę spręsti ne iš asmeninio bendravimo patirties, o per institucinius kanalus. Mat du trečdaliai apklaustųjų mano savo nuomonę apie verslininkus susidarę iš savo kaip socialinių individų – klientų/vartotojų (40%), darbuotojų (25%) – patirties, kurioje žmogus kaip asmuo paprastai nepasirodo. Nesigilinant į tai, kad samdomi darbuotojai kažin ar daug turi reikalų tiesiogiai su savininku ar, kad vartotojas su verslininku susiduria tik jei šis neturi samdinių, pripažintina, kad šitaip susidaryta nuomonė negali būti adekvati. Juo labiau kad juk verslas apskritai pirmiausia apima tai, kas gyvuoja privačioje, o ne viešojoje sferoje. Dar labiau glumina atsakymas į to paties tyrimo klausimą, kokie išoriniai veiksniai padedantys susidaryti nuomonę apie verslininkus: čia net 61% jaunų lietuvių išskyrė žiniasklaidą, kurios poveikis prilygsta šeimos ir draugų įtakai kartu (Gruzijoje ir Kirgizijoje ši asmeninė patirtis yra daug svarbesnė). Žinia, galima sakyti, kad sociologinėse apklausose žmonės nebūtinai nuoširdžiai renkasi atsakymus, bet tokie pasirinkimai tikrai išryškina prioritetus kalbamu klausimu: matyti, kad jauni žmonės labiau linkę apie verslininkus spręsti ne per tai, kas įdujinta, o per/pagal išorę – vaizdinius viešojoje erdvėje, institucionalizuotas darbo ar vartojimo

situacijas. O šitaip gerai išpurenama dirva prigyti ir suvežėti socialinėms klišėms, sukurtiems įvaizdžiams, paveldėtiems stereotipams. Nors per paskutinius penketa-dešimtį metų kalbėjimas apie verslą viešojoje erdvėje labiau išsigrynino (imant vien pavadinimus – nuo *Verslo žinių* iki *Verslo klasės*), bet jį vis dar stipriai šešėliuoja glamūriniai žurnalai ir TV laidos, kuriose ryškinami verslui prisikiriamų gerai uždirbančių samdinių arba netgi viešųjų įstaigų vadovų pavidalai. Neatsitiktinai tad ir minėtosios verslininko įvaizdžio apklausos jaunieji respondentai tarp dominuojančių asociacijų, kurias kelia žodis verslininkas, išskiria *visuomeninę padėtį* ir *prabangą*, – kas tik netiesiogiai dera su į pirmą trejetą taip pat pakliūvančiu *sunkių darbu* (39%).

Šie ir panašūs kasdieniai kalbėjimo apie verslininkus kliuviniai ir sąlygoja, kad dažnam Lietuvos žmogui (čia jau kalbu nebe apie jaunimą, o pirmiausia apie turinčiuosius ką atsiminti) *verslo savininkas* pirmiausia reiškia *privatininką*, kuris *išnaudoja žmones, pelno siekimas* – su gobšumu, kurį išreiškia socialinė, pirmiausia vyresniems žmonės pažįstama *spekulianto* klišė, o nuo čia nebesunku stambųjį (finansų, prekybos) verslą traktuoti kaip *vagis, sukčius*, kaip tai, kas valdoma iš *šešėlio*. Čia vis kalbėjome apie išorinio žvilgsnio į verslininkus keblumus, bet nebūtinai kitoks yra ir tipinis (vėlgi turinčio ką prisiminti) paties verslininko požiūris. Kad likčiau nuoseklus, čia pasiremsiu vienu ne viešosios erdvės, o asmeninės patirties pavyzdžiu. Tiesą sakant, tebuvo vienas kartas mano gyvenime, kai verslininkas siūlė ilgalaikį darbą, ir šis „verslo pokalbis“ man paliko neišdildomą įspūdį. Ne pats siūlytas darbas, užmokestis ar kitokie objektyvūs motyvai, o lyg netyčia išsprūdusi, bet akcentuota verslininko pastaba: „Bet mes žmones perkame su visa siela“. Žinia, tokia metonimija neturėjo sukelti mefistofeliškų asociacijų; tiesiog taip buvo pabrėžta lojalumo savininkui svarba. Tačiau šitaip suprastas lojalumas juk pirmiausia pasikėsina į tai, kas išsilaisvinusioje Lietuvoje buvo ir lieka svarbiau – asmens laisvė; kaip tik tai, kas ir turėtų būti tikrasis verslumo šaltinis... Mentalinis kolektyvizmas vis primena apie (dar dažno) verslo kilmę...

b) *Apie protekcionizmą*. Politinių kliuvinių adekvačiai suvokti verslą Lietuvoje toli ieškoti nereikia, kaip nėra ir reikalo plačiai to aptarinėti. Pakaks kelių plikų tezių. Pirmą, ne vienas verslas yra linkęs „pirkti politiką“ – nuo valdininko iki partijos, nuo PVM lengvatos iki monopolį skatinančių įstatymo pataisų; ir lobizmas amerikietiška prasme čia dažnai tik korupcinio santykio priedanga. Antra, tam tikras, net stambusis verslas yra linkęs lįsti į politiką. Trečia, išlieka svarbus pokomunistinis verslo kilmės motyvas, dažnai ir paaiškinantis jo esmę. Partinė ir administracinė nomenklatūra prieš 20–25 metus buvo ryškiausias žaidėjas beatsirandančioje rinkoje. Pradinis kapitalas visada yra keblus, ir retai kada vaikus momentas, bet juk ne tas pat – skolintis, sukčiaujant išgauti ar nusavinant „privatizuoti“. „Vogimas“ iš „vagių“ – populiarus ir socialinių simpatijų susilaukiantis siužetas Holivudo kinematografe paskutinius penkiolika-dvidešimt metų – tačiau posovietinė specifika (tiesa, Lietuvoje nepalyginti menkesnė nei kokioje Rusijoje) pražiūrima nepastebint, kad ir „vagys“ čia – tie patys, „iš kurių“

vagiama. Visa tai ne visai verslo reikalai, tačiau esama pokomunistinė politinė tikrovė neleidžia lengvai atskirti verslo nuo politikos, o tas tikrasis, *de facto* dominuojantis verslas lieka nepastebimas, – apie jį tiesiog daug mažiau kalbama.

c) *Apie žodžius*. Kalbinės kliūtys mūsų atveju turbūt bus pačios svarbiausios – žodžiu *verslas* vadinami skirtingi dalykai, ir racionalios pastangos jį apibrėžti³⁶ retai tедуoda laukiamų vaisių. Dabartinės lietuvių kalbos žodynai, turintys iš tiesų fiksuoti dominuojančias šnekamosios kalbos vartosenos tendencijas, tačiau nevengiantys užsimoti į norminimo tikslus, vienas po kito³⁷ siūlo verslu vadinti bet kokį *užsiėmimą* ar *darbą*, atskirai išsiriančiam *amatus* ir *smulkia gamybą*. O būdvardį *verslus* aiškinant *apsukrumu*, vėl iškyla iš nesenos praeities pažįstamas *verteiva*, – pagal tą DLKŽ: menk. *kas apsukriai, net suktai verčiasi*. Pasidairius nuo visą vartoseną (įskaitant senąją) apimančią didįjį *Lietuvių kalbos žodyną* reikšmių laukas kiek prasiplečia³⁸, bet kartu viskas galutinai susimaišo – amatai ir darbas; gavyba ir gamyba. Įdomu, kad kokia nors *prekyba* ar apskritai *pinigo darymas* minėtuose bendrinės kalbos žodynuose kalbant apie verslą bemaž neprasimuša net kaip šešėlis, o vienintelė eLKŽ užuomina apie *laisvą verslą* – tai pavyzdys, paimtas iš Aleksandro Kuršaičio *Lietuviškai-vokiško žodyno* (Göttingen, t. I–IV, 1968–1973). Tikro verslo pas mus nėra, nebent ateinantis iš svetimos (vokiškos) erdvės... Vienas įtaigiausių lietuviško verslo apmąstytojų, ilgametis *Veido* vyr. redaktorius Liudvikas Gadeikis čia pateikia vieną iškalingą pavyzdį iš lietuviškos ekonominės tikrovės, kurį dėl tipiškumo čia pateikiu visą:

1930 m. įsteigta Lietuvių prekybininkų, pramonininkų ir amatininkų sąjunga savo pavadinimu bandė aprėpti visas svarbiausias to meto verslo sritis. Matyt, dėl augančios verslo sričių gausos vėliau organizacija persivadino Verslininkų sąjunga. 1989 m. [dar sovietų Lietuvos, taigi *valdiški*] pramonininkai paskelbė atkuriantys prieškarinę Verslininkų sąjungą, tačiau pavadino ją Lietuvos pramonininkų asociacija. 1993 m. pavadinimas pakeistas į dabartinį – Pramonininkų konfederacija. Tai nėra atsitiktinis ar tuo labiau nesvarbus žodžių pasirinkimas – pramonininkai tokiu būdu, atrodo, sąmoningai siekė atsiriboti nuo naujai gimstančio verslo, kuris anuomet dažnam gamybininkui atrodė esąs nesisteminis, netgi chaotiškas reiškiny. Tad neatsitiktinai po dešimtmečio įsikuria Lietuvos verslo darbdavių konfederacija – tiesmukai sakant, jos paskirtis buvo jungti „ne pramonininkus“, t. y. visus kitus verslo atstovus, kurių interesai nebuvo ginami organizuotai. Mums šiuo atveju įdomu [...] pats pavadinimas – į jį žodis *verslas* įtrauktas, tačiau kažkaip sudėtingai, tarsi baiminantis, kad jis vienas, be palydovo *darbdavių*, gali sumenkinti solidžią organizaciją. Jeigu jau patys verslininkai

³⁶ Žr. Rūta Vainienė, „Ekonomikos terminų žodynas“, Vilnius: Tyto alba, 2008.

³⁷ Plg. „Dabartinės lietuvių kalbos žodynas“: šeštas (trečias elektroninis) leidimas. Kompaktinė plokštelė / redaktorių kolegija: Stasys Keinys (vyr. redaktorius), Laimutis Bilkis, Jonas Paulauskas, Vytautas Vitkauskas, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2006; internetinė versija, 2011. – <http://dz.lki.lt>, – cituojant DKKŽ.

³⁸ <http://lkz.lt/startas.htm>, cituojant eLKŽ.

nenori taip vadintis, ar reikia stebėtis, kad plačiojoje visuomenėje pelno siekimas neretai laikomas „nuodėminga“ veikla?³⁹

Darbdavių motyvas gamybos verslininkų savimonėje, nors ir nesunkiai paaiškinamas *entrepreneur* semantika, turi sąsajų su neverslininkų suvokimu. Jau minėtoje verslininko įvaizdžio tyrimo anketoje į vykusiai suformuluotą klausimą apie dvi pagrindines verslininko funkcijas visuomenėje dauguma jaunuolių (it kokie potencialūs darbuotojai)



rinkosi atsakymą „kurti darbo vietas“, – šis atsakymas (56%) netgi aplenkė vartotojiškąjį „gaminti prekes ir teikti paslaugas“ (41%). Kitaip tariant, tai, kas Vakarų pasaulyje iškilo kaip vienas ryškiausių modernybės fenomenų, netgi šauklių – laisvasis verslas – kaip, taikliu ETŽ nusakymu, *pelno siekianti veikla*, pagrįsta *sumaniu* (o ne apsucriu) įvairių ekonominių *išteklių apjungimu*, arba, kaip patikslintų Maxas Weberis, *racionalia darbo organizacija*, ir pagaliau *asmeniniu rizikos prisiėmimu*, – visa tai lietuvių kalboje neįsišaknijo pakankamai giliai, kad įgytų dominuojančią reikšmę. Todėl ir čia, kalbant apie verslą istorijos požiūriu, neišvengiamai tenka pasukti verslininko istorinio tipo paieškų keliu.

d) *Apie plėšikus*. O kur mes kitur susiduriame su tipu, jei ne nacionalinėje literatūroje (ar, jei toks yra – kine)? Literatūra mums ir sugestijuoja pagrindines tokių paieškų (veikiau klaidingas, nei perspektyvias, bet sunkiai apeinamas) kryptis. Kokia yra ryškiausia lietuvių verslininko figūra lietuvių literatūroje? Bent jau mano galva – tai Pranas Krukėlis, kaip Frank Kruk sėkmingai įsukęs modernų graborystės biznį Amerikoje, grįžęs į nepriklausomą Lietuvą pamėgino užsimti tuo pačiu – ir bankrutavo. Verslas bet kur, tik ne Lietuvoje. Pratęsiant panašią linkmę – jei jau verslas Lietuvoje, tai nelietuvio (svetimo; plg. Vinco Kudirkos žydų pašėpimus ar kiek lyriškesnes kito Vinco – Krėvės-Mickevičiaus *Silkes*). O ką daro lietuviai, jei neverslauja, – nėra, kaip vienu balsu piktinosi visa plejada rašytojų nuo Vaižganto iki Simonaitytės – *šmugelninkas*? Prieš keletą metų su Istorijos fakulteto studentais atlikome tokį specifinį, labiau kokybinį Lietuvos žmonių istorinės sąmonės tyrimą. Vienas iš (atvirų) klausimų buvo apie herojus ir niekšus Lietuvos istorijoje. Tarp 500 apklaustųjų (ir 421 įrašiusių į anketą atsakymus) ir daugiau nei 100 personų paminėjimų trečią vietą (po Vytauto ir Mindaugo, prieš Landsbergį ir Basanavičių) užėmė... Tadas Blinda. Taip, tyrimo metu buvo kuriamas filmas, Blinda buvo šnekama figūra, bet vis dėlto – vienas nacionalinių herojų... Neva lygintojas nelygumų, sukeltų išnaudojimo, o iš tiesų –

³⁹ Liudvikas Gadeikis, Pratarmė, in: „Lietuvos verslo istorija“ Kaunas: Neolitas, 2010, p. 8. Toliau cituojant iš šios knygos, puslapiai bus nurodomi tekste skliaustuose.

paprastas plėšikas, labiau mėgęs „nulyginti“ prakutusius valstiečius, nei „ponus dvarininkus“. Gal nuo plėšikų tas verslininko tipo istorines paieškas ir pradėkime?

II. Lietuvių neverslai, nelietuviškas verslumas, arba Beieškant verslininko istorijoje

Klausimas, kas yra *Lietuvos istorija*, kurioje reikėtų ieškoti verslininko tipų, tik iš pažiūros atrodo banalus. Mūsų atveju, tai pirmiausia reikštų įvairias jau parašytas *Lietuvos istorijos* knygas, pirmiausia, žinoma, „į temą“ arba bent „istorijos sintezes“. Tačiau šiuo požiūriu situacija visai neproblemiška: profesionalių istorikų parašytų veikalų, kuriuose būtų tematizuojamas verslas ir kalbama apie verslininkų veiklą, nėra. Įvairiose *Lietuvos istorijose* rasime nemažai apie amatus ir prekybą, ūkio raidos ir statistinių duomenų lentelių; nuo sovietinių laikų susiklostė įprotis su 1861 m. baudžiavos panaikinimu sieti „kapitalistinių santykių“ ekonomikoje pradžią, tačiau visai tai verslo (beveik) neužkabina. Arba politinė ir socialinė istorija, integruojanti kalbėjimą apie visus įmanomus verslus į statistiškai pamatuojamą ir statišką ūkio vaizdinį, arba marksistinio tipo istorija su pramonės plėtra ir darbininkų išnaudojimu Rusijos imperijoje, kuriai XIX a. priklausė buvusi LDK, – trečias kelias nesusiklostė.

a) *Apie pradžią*. Ir vis dėlto esama vienos knygos, kurią gal ir sunku pavadinti akademine, ir kuri radosi tikrai ne istorikų iniciatyva, – tai jau cituota *Lietuvos verslo istorija*. Finansuota verslo, parašyta žmonėms (su paveiksliukais, be išnašų, ant brangaus popieriaus), sudaryta profesionalaus žurnalisto, ji vis dėlto yra ir tam tikra *Lietuvos istorija*. Istorikai Darius Baronas ir Liudas Glemža aptaria lietuvių verslumą senovėje ir verslo sąlygas LDK, gal vienintelė Lietuvoje tikra prekybos istorikė Aelita Ambrulevičiūtė ieško verslumo XIX a., šiek tiek užkabindama ir lietuviškojo (siaurąja tautine prasme) verslo (moderniąja pelno siekiančios veiklos prasme) užuomazgas tautinio atgimimo metais. Tačiau tik užkabina, nes temos toliau imasi, apie verslą prieškario Lietuvoje (ir ūkį sovietų laikais – tarsi tai svarbu verslo istorijos požiūriu) rašo Jonas Rudokas, kaip istorikas pasižymėjęs komandinio administracinio (kiaurai antiversliško) ūkio šloviniu⁴⁰, o ir praktikoje įsijungiantis į to ūkio simbolio – uolaus stalinisto ir sovietų valdžios Lietuvoje įtvirtintojo Antano Sniečkaus šlovinimą, peraugantį net į *quasi* religinį⁴¹. Štai Jums ir prašom.

⁴⁰ Jonas Rudokas, „Istorija, kuria galime didžiuotis“, Vilnius: Gairės, 2002

⁴¹ 2013 m. sausio 5 d. Jonas Rudokas turėjo skaityti įvadinį pranešimą iškilmingame Sniečkaus 110-ųjų metinių memorialiniame minėjime, kuri surengė Socialistinis liaudies frontas. Savo kvietime į šį minėjimą SLF teigia: „Sniečkus rado vyžotą, alkaną, varge paskendusią Lietuvą (išskyrus saujalę turčių, kurių tikrieji ar idėjiniai palikuonys dabar siautėja kaip naujasis „elitas“), o paliko klestinčios pramonės, žemės ūkio ir kultūros šalį.“ [Interaktyvu] [Žiūrėta 2013 04 19] Prieiga per internetą: <<http://www.slfrontas.lt>>

Šiokia ar anokia, bet vis dėlto tai yra verslo istorijos Lietuvoje knyga (kuria šiame tekste teks nemažai pasiremti), ir pradeda ją dr. Barono etiudas apie lietuvių verslumą XII–XV a. Ir čia pasirodo žadėtieji *plėšikai*. Autorius blaiviai pastebi, kad senoji (pagoniškoji) Lietuvos visuomenė buvusi profesionalių karių visuomenė, tad jei ir būta kokių į šiuolaikinį verslumą panašių iniciatyvų, tai jos tegalėjo pasireikšti vienintelėje lietuvių profesionaliai praktikuojamoje srityje – karyboje. Kadangi daug žinių apie tą visuomenę surinkti neturime iš kur, nes ji nepaliko savų rašto paminklų, tai vaizdui susidaryti pravers ir kaimyninių, kiek anksčiau pasireikšusių vikingų – profesionalių karių, jūrininkų, pirklių, kaimyninės Kijevo Rusios kūrėjų – pavyzdys. Rengdami sistemingus karo žygius jie, kaip ir vėliau lietuvių genčių vadai, užsiėmė stambaus plėšikavimo verslu. „Žinoma, – čia autorius daro išlygą, – kaimyninių kraštų plėšimu paremtą veiklą galima laikyti tik ekstensyviu verslu“ (p. 18), tačiau pradiniam kapitalui, reikalingam tapti politiniu subjektu, sukaupti tiko ir toks kelias. Žiauru? Nieko nepadarysi, pagoniškoji Lietuva buvo panašesnė į mongolų imperiją nei į Viduramžių Europos karalijas.

b) *Apie pirklius*. Bet būta ir alternatyvos, kuriai nebuvo lemta pilnai išsiskleisti. Ją savo 1323 m. laiškais (daugiausia vokiečių) miestams atvėrę didysis kunigaikštis Gediminas, kvietęs atvykti į savo valdas (su visu turtu ir šeimynomis) pirklius, amatininkus, riterius, žemdirbius, žadėdamas jiems visokiąsias aprūpinimą, atleidimą nuo mokesčių, veiklos laisvę ir valdovo apsaugą. Ankstyvoji LDK savo neturėjo nieko: jai reikėjo stipraus civilizacinio impulso iš išorės ne tik miestams pastatyti, bet ir juos apgyvendinti, išplėtoti ne tik amatus, bet ir žemdirbystę, kuris vietiniams bičių ir kitų gyvių augintojams bei medžiotojams buvo sunkiai įkandamas, stipriai atsilikęs. Tiesa, Gedimino kvietimo nebūta labai nuoširdaus, ir tik po Jogailos krikšto miestų kūrimasis ir plėtra tapo faktu. Žinia, stipriai atsiliekančiu, nemenkai varžomu, nes ir LDK, ir ATR buvo didikų valios bajoriškų laisvių valstybė, netgi – formaliai monarcho valdoma Respublika.

Tas pats Darius Baronas, prieš pradėdamas aptarti senuosius lietuvių verslumo bruožus, pabrėžia:

Istorinėje literatūroje verslas paprastai siejamas su pirkliais, verslo žmonėmis *par excellence*. Jie sudarė luomą žmonių, kurie pra(s)igyvenimą užsitikrindavo savo sugebėjimu žaisti skirtingos paklausos ir pasiūlos pasaulyje. Užčiuopę tam tikro rajono gyventojų, visų pirma aukštuomenės, poreikių pulsą, jie leisdavosi į tolimus kraštus ir ten stengdavosi įgyti paklausių prekių už tas gėrybes, kurias galėdavo atgabenti ir įsiūlyti svečios šalies gyventojams. (p. 12)

Baronas čia kalba apie brandžiuosius Viduramžius, tačiau padėtis mažai tepasikeičia ir XIX a. Pradėdama aptarti pirklių luomo padėtį „lietuviškose“ Rusijos imperijos gubernijose, Ambrulevičiūtė antrina:

Šiandienų žmonių sąmonėje pirklys dažniausiai asocijuojasi su žmogumi, kuris verčiasi prekyba. Tačiau XIX a. pirklių veikla apėmė kur kas daugiau verslo sričių. Galima netgi sakyti, kad anuomet pirklio sąvoka buvo tokia pat

plati kaip šiandien verslininko. Į pirklių gildijas buvo įrašomi ir bankininkai, ir stambūs pramonininkai, [...] [p]irkliai galėjo išlaikyti užvažiuojamuosius kiemus, pirtis, restoranus, vaistines... (p. 92).

Taigi jeigu ir galime rasti protoistorinį verslininko Lietuvoje tipą, tai bus pirklys. Tiesa, pirklys iš Lietuvos nebus tas stambus užjūrio pirklys, kuris fundamentalioje Fernand'o Braudelio „Materialinė civilizacija, rinkos ekonomika ir kapitalizmas“ yra raktinė figūra, įkūnijanti perėjimą nuo schemos *prekė – pinigai* – *prekė* prie schemos *pinigai – prekė – pinigai*. Nesileidžiant į pirklystės raidą LDK ir ATR, pakaks kelių apibendrintų istorinių pastabų. Pirma, absoliuti dauguma prekybos Lietuvoje, neišskiriant nė stambiosios, buvo skirta ne pasipelnymui, o pragyvenimui ir prabagai bei kitoms ne verslinėms reikmėms. Prekyba žvėrių kailiais, vašku ir medumi, nuo XV a. antros pusės Lietuvos valdovams ėmusis priemonių prieš Hanzos (pirmiausia Dancigo) pirklius (uždrausta jų mažmeninė prekyba), atsidūrė vietinių pirklių rankose, bet tai iš esmės tebuvo žaliavų Vakarų Europos rinkai tiekimas. Stambūs didikai, nuo XVI a. antros pusės ėmę tiekti (pirmiausia turtingose žemės valdose Ukrainoje užaugintus) javus Vakarų Europai, irgi ne „kalė pinigą“, o gaudavo pajamų prabangos prekėms įsigyti, privačiai kariuomenei valstybės pareigybėms išlaikyti etc. Apskritai esant aiškiam bajorijos luomo (ypač (didikų) dominavimui visų kitų (neišskiriant nė valdovo) sąskaita, įtvirtinus draudimus bajorams užsiimti (ir taip neprestižiniais) amatais ir prekyba, o miestiečiams varžant teises įsigyti žemės, juoba iš jos gyventi, esant painiavai ir chaosui muitų ir mokesčių srityse apie bent kiek panašią į Florencijos, Venecijos ar Amsterdamo pirklių tarptautinę veiklą LDK iki XVIII a. antros pusės ATR reformų nėra ko ir kalbėti. Vietiniai pirkliai, esant silpniems ir mažiems miestams, kaip buvo, taip ir liko luominių privilegijų ir suvaržymų sistemos viduje.

c) *Apie tapatybes*. Eksporte tik žaliavų Vakarų Europos rinkoms (be minėtų – mediena, derva, pelenai) tiekėjai, importe dažnai nusileidžiantys svetimšaliams pirkliams, vietiniai pirkliai, – ir tai antra svarbi aplinkybė – dažniausiai nebuvo lietuviai net pagal to meto sampratą (kas tiki laisve ir laikosi Statuto; kurių valdovas buvo ATR monarchas). Kas jie buvo? Vietiniai vokiečiai, rusėnai, totoriai, ypač – žydai, jau ir šiaip dominavę tarp LDK miestų ir miestelių amatininkų. Nesant tikslinių tyrinėjimų, sunku kalbėti apie skaičius, tačiau bent jau XVII a. pabaigos (prieš pat antrą padalijimą) duomenimis, vietinių žydų pirklių rankose buvo net $\frac{3}{4}$ viso ATR prekių eksporto, tik importe juos buvo išstūmę kiti vietos pirkliai⁴² (užtat žydai dominavo mažmeninėje mugių ir išnešiojamoje prekyboje). Kažko panašaus į verslumo dvasią Lietuvoje galima pradėti ieškoti nuo XVIII a. vidurio, kai nyko luominės privilegijos ir suvažymai, kilo miestai, radosi ūkinių inovacijų, kelių skintis ėmėsi merkantilistinė politika: panaikinti visi muitai ir bemuičio prekių vežimo privilegijos ir įvestas Generalinis muitas, bajorai

⁴² Jurgita Šiaučiūnaitė-Verbickienė, „Žydai LDK visuomenėje: Sambūvio aspektai“, Vilnius: Žara, 2009, p. 167.

gavo teises užsiimti prekyba, o miestiečiai – užsiimti žemės ūkiu; valstybės mastu apribotas prabangos prekių importas, mėginta įvesti kai kurių prekių valstybės monopolį, po Nesvyžiaus ir Slucko Radvilų manufaktūrų platų mastą įgavo LDK išdininko Antano Tyzenhauzo merkantilistinė manufaktūrinio palivarkinio ūkio politika, kun. Povilas Bžostovskis paleido į laisvę savo valstiečius, skatindamas juos turtėti... Visų šių pokyčių verslumo dvasia link vienaip ar kitaip atsispindėjo Gegužės 3-osios Konstitucijoje, tačiau po kelių metų viskas pasibaigė valstybės sunaikinimu ir pirmiausia rusiškos imperinės tvarkos, iš principo mažai ką bendro galėjusios turėti su laisva rinka, įvedimu.

Greta kitų dalykų, kurie pasikeitė per ilgąją Rusijos valdžios (1795–1915) šimtmetį buvusios LDK žemėse, buvo ir katalikų bajorų (valdžios lenkais vadinamų ir pačių vis dažniau ir litvinais, ir lenkais susivokiančių) traukimas iš protoverslo veiklų. Čia pavaizduota didžiausia pirklių (ypač stambiųjų, pagal rusišką tvarką – I gildijos; jos nariai turėjo turėti bent 50 000 rb. kapitalo, galėjo verstis ir bandine bei draudimo veikla, turėti fabrikų, jūros laivų, nevaržomai užsiimti tarptautine prekyba) skaičių kaita. Dar 1806 m. užsiregistravusių krikščionių pirklių Vilniuje buvo du trečdaliai, iškart po napoleonmečio krikščionių ir žydų pirklių skaičiai susilygina, o jau nuo septinto dešimtmečio tarp stambių pirklių vietinių (buvusios LDK piliečių) beveik nebelieka: 1870 m. Vilniuje iš 17 stambių pirklių 14 buvo žydai, 1 liuteronas, 2 stačiatikiai; 1890 m. tarp I gildijos 29 pirklių buvo 22 žydai, 4 stačiatikiai, 3 liuteronai – tikėtina, atvykėliai. O štai Kauno gubernijoje tarp visų 385 registruotų stambių ir vidutinių (II gildijos; tik prekyba, nedidelės gamyklos, upių laivai) pirklių tebuvo 12 krikščionių, kurių vos keli (lietuviai/lenkai). Tad lietuviško verslumo paieškos nusikelia į XIX a. pabaigą, tautinio sąjūdžio laikus.

III. Tipų paieškos, arba Kaip sunku pažadinti lietuvyje verslumo dvasią

a) *Apie savus svetimus.* Įsipilietinęs LDK finansų tvarkytojas vokietis Antanas Tyzenhauzas pamėgino tapti lietuviškosios pramonės pradininku, bet jo bandymas baigėsi nesėkme, nauja pradžia netapo ir Bžostovskio iniciatyva. Senojoje Lietuvos istorijoje tvarių moderniojo verslumo pamatų nerasime. Tačiau ir kalbant apie Rusijos imperijos valdžios (buvusios LDK žemėse) šimtmetį, tokių pamatų paieškos – problemiškos. Mat absoliuti dauguma tų, kurie jau šiuolaikine prasme „įsuko“ pinigų darymą pramonėje ar prekyboje, savęs niekaip netapatino su kaip nors suprantamu lietuviškumu (ar lenkiškumu). Tai buvo stambiaji Rusijos (žydų, vokiečių...) pirkliai ar pramonininkai, save būtent taip ir suvokę. Jie priklauso Rusijos, vokiečių ar žydų verslo istorijai ir „savintis“ jų nederėtų. Iš jų galima išskirti nebent tuos, kurie savo veiklą sėkmingai pratęsė jau susikūrusios Lietuvos valstybės sąlygomis. Žinoma, tokių verslas neturėjo būti pririštas prie Rusijos imperijos ir jie savo veiklą turėjo perorientuoti prie Lietuvos valstybės ir ūkio sąlygų. Tarp jų norėtųsi išskirti du pavyzdžius, abu iš pramonės srities. Richardas, vėliau Kurtas ir Hubertas Tilmansai, per porą dešimtmečių iki karo Kaune įkūrę vieną stambiausių Rusijos imperijoje metalo apdirbimo pramonės

centrų, ir Lietuvos sąlygomis išlaikė dominuojančias pozicijas, iš dalies persiorientuodami į konditerijos verslą. Jei Tilmansų verslas iki pat 1940 m. liko pabrėžtinai vokiško pobūdžio, tai Chaimas ir sūnus Jakovas Frenkeliai, Pirmojo pasaulinio karo išvakarėse pavertę Šiaulius vienu moderniausių pasaulyje odos pramonės centrų, nepriklausomoje Lietuvoje atnaujinę verslą („Batas“, metinė apyvarta apie 10 mln. litų, maždaug atitinka metinį tuometinės LR Teisingumo ministerijos biudžetą), dosniai rėmė ne tik vietos žydų bendruomenę, bet ir Lietuvos kariuomenę, fundavo „Aušros“ muziejų, – užtat Frenkelių viloje dabar įsikūrusio muziejaus Frenkeliams skirta ekspozicija yra vienas stipriausių memorialinių projektų šiandienėje Lietuvoje.

Tačiau nei Tilmansų, nei Frenkelio fabrikai nebuvo tipiniai lietuviško verslo pavyzdžiai, pirmiausia todėl, kad tokiais nebuvo laikomi kitų, titulinės lietuvių nacijos daugumos, o ir pačios Lietuvos valstybės. Toji valstybė kūrėsi ir stiprėjo, pirmiausia, kaip tautinė (etnolingvistinė prasme) ir vienas svarbiausių jos rūpesčių buvo Lietuvos „atlietuvinimas“ visose gyvenimo srityse, neišskiriant nė pirmąsyk atskira gyvenimo sritimi tapusio verslo. Prieš ieškant tokio tautinio verslo tipų tarpukario Lietuvos Respublikoje, reikia mesti žvilgsnį į ją išskildinusio tautinio atgimimo (tautos dvasios žadinimo) situaciją. Po baudžiavos (o kartu ir natūrinio ūkio liekanų, kaip antai lažo) panaikinimo lietuviškose Rusijos imperijos gubernijose, tapo įmanomas socialinis mobilumas, palyginti laisva prekinių-piniginių santykių raida. Žinia, Rusijos imperija jokia prasme nebuvo *laissez faire* erdvė, tačiau verslus žemdirbys teoriškai galėjo mėginti prakusti žemės ūkyje, jei ir nepadarydamas to pelną nešančia veikla, tai bent sukaupdamas pirminį kapitalą kitokiai (gamybinei ar prekybinei) veiklai persikėlus į miestą. Tačiau lietuviui ar litvinui, bajorui ar ūkininkui toks žemdirbiškojo profilio keitimas, pasukant iš prasigyvenimo į pelnosieką, buvo sunkus ne tik mentališkai. Kaip matėme, stambioje prekyboje ir gamyboje išimtinai dominavo su LDK nesitapatinę žydai ir kitų imperijos tautų (vokiečių, rusų) atstovai; nei bajorui, nei žemdirbiui, nei smulkiam amatininkui miestiečiui nebuvo nei kultūrinės tradicijos, nei civilizacinio akstino imti ir pradėti „daryti pinigą“. Todėl svarbus dalykas buvo tautinės spaudos poveikis. Čia apsiribosiu išryškindamas pagrindinį aspektą, kuriuo lietuviška spauda (draudimo ir ypač laisvės laikų), visą laik išlaikiusi tautos švietimo misiją, skatino verslumą. Koks lietuviško verslumo modelis buvo diegiamas ir kiek bei kaip tai persikėlė į jau nepriklausomą Lietuvą? Antras motyvas – konkurencinė kova su žydais, dominavusiais ir esamuose, ir potencialiais tokiais (iš amatų) galėjusiuose tapti versluose. Kokių būta tipinių tokio konkuravimo situacijų ir kokios išeitys iš to matytos? Trečia, ką galima išskirti kaip ryškiausius moderniojo lietuviško verslumo pavyzdžius ir, galiausiai, kas iš visos šitos naujosios ir trapios nacionalinio verslo kultūros turėjo šansą išlikti sovietinio totalitarizmo ir išimtinai valstybinio komandinio ūkio sąlygomis?

b) *Apie kooperacijos dvasią.* Lietuviški nelegalūs periodiniai leidiniai *Ausra*, *Varpas*, *Tėvynės sargas* etc. matė reikalingą puoselėti ir brandinti mintį, kad lietuviui reikia ne tik tautiškai ir kultūriškai susiprasti, lavinti, skaityti ir leisti

vaikus į mokslus, bet ir pradėti moderniai ūkininkauti. Pirmiausia, reikėjo tam tikslui įveikti pobaudžiavinę dvasiją, kurią dar 1890 m. Jonas Šliūpas viename JAV lietuvių savaitraščio numerių prilygino kūdikio protui:

Lietuviai ilgus amžius pragyvenę baudžiavose, po vada ponų, sziądien dar nemoka veikti, kaip pritinka žmonems, savaimi: kaip kudikis isz vystyklu iszejęs ima roplineti, taip pat ir lietuviai iszsisukę isz baudžiavų tiktai ką pataiko kudikiszkus gyvenimo darbus del savęs atlikti.⁴³

Auklėjimas ir prusinimas vyko pagal visas to meto pedagogikos taisykles: suteikiant žinių, sugėdijant (žiūrėkite, kaip žydai sukasi), pasidrašinant su plačiais užmojais (kuriuos dažnas su žiburiu ieško antisemitizmo), kurių tipišką pavyzdį ir mažlietuvių žurnalo ir pacituokime:

[T]ai kožnas kaip įmanydamas tur stengtis praplatinti ir sudrūtinti lietuvių prekistą, o prekybą mūsų kraszte visų praszlaiczių, o ypacz žydų, stengtis pamažinti, iki visiszkai ana nebus sunaikinta. Teip liepia mums daryti ne neapykanta kitų tautų, bet pats protas, pats savo kraszto, savęs ir savųjų žmonių nug baisiausių vargų apginimas. Lietuva dėl lietuvių tur būt.⁴⁴

Šitas motyvas atsikartoja įvairiais pavidalais, bet ilgainiui (ypač po spaudos draudimo panaikinimo ir 1905 m. revoliucijos) nusistovi analitiškesnis kalbėjimas apie tai, kas su tuo lietuvių ūkiškumu ne taip, ir kur ką (ir kaip) galima pakeisti į geresnę pusę. Štai pirmajame *Šaltinio* (leisto Seinų kunigų seminarijos) numeryje redakcijos skiltyje „Apie ūkė“ šitaip svarstoma:

Žinia, Rusijos imperija jokia prasme nebuvo laissez faire erdvė, tačiau verslus žemdirbys teoriškai galėjo mėginti prakusti žemės ūkyje, jei ir nepadarydamas to pelną nešančia veikla, tai bent sukaupdamas pirminį kapitalą kitokiai (gamybinei ar prekybinei) veiklai persikėlus į miestą.

Didžiausias ūkininko rūpestis yra iš savo žemės kuodaugiausiai naudos turėti ir pinigų pasidaryti. Pinigų ūkininkas gali pasidaryti iš javų arba iš gyvulių. Daugumas mūsų ūkininkų daro pinigų daugiausiai iš grūdų [toliau samprotaujama apie laipsnišką žemės nualinimą]. Iš to, kas pasakyta, bus aišku dėlko ūkininkui vedančiam ūkė ir pinigų darančiam daugiausiai iš grūdų nelabai sekasi gyventi.⁴⁵

⁴³ Baisusis Barzdoczius, „Szis tas isz gyvenimo lietuviu Amerikoje“, in: „Vienybė lietuvininkų“, 1890-06-11, p. 8.

⁴⁴ A. Szpoka, „Dižiausias mūsų slogos ir ką mumns reikia daryti“, in: *Szvieša*, 1890, nr. 7, p. 212. Čia citata pagal Ambrulevičiūtę, *op. cit.*, p. 120 (ilgųjų ir nosinių balsių rašyba su originalu netikrinta).

⁴⁵ *Šaltinis*, 1906, nr. 1, p. 6.

Iš gyvulių auginimo dar mažiau naudos, todėl logiška, kad reikia kuo daugiau sukti prekybon, o joje dominuoja žydai (ir patys lietuviai tradiciškai daug mieliau iš jų perka). Todėl imamasi svarstyti, kaip čia viską pakeisti. Netrunka rasti ir prigyti kooperacijos idėja, kurią ypač įtaigiai skleidžia katalikiška spauda. Prekybos kooperatyvai ir vartotojų bendrovės turėjo palengvinti paprastam ūkininkui pigesnę plataus vartojimo prekių įsigijimą, „numušti“ „kromelninkų užkeltas“ kainas. Iki vokiečių okupacijos jau veikė netoli 200 tokių bendrovių ir kooperatyvų, jų istoriją yra gerai aprašęs vienas pagrindinio tokių bendrovių steigimo aktyvistų, vėliau tapęs šios srities tarptautinio masto profesionalu, VDU ekonomikos profesoriumi, Petras Šalčius. Nesigilinant į kooperacijos sąjūdžio peripetijas mums čia svarbu pastebėti tam tikrą jame ryškėjantį priešišumą pačiai verslo dvasiai, nes antai į prekybą žiūrima pirmiausia *vartotojo* – ūkininko ar miestiečio akimis. Šią neverslumo dvasią vaizdžiai pailiustruoja keletas tekstų, 1918 m. rudenį (taigi jau paskelbus, bet dar neįsitvirtinus Lietuvos valstybei) paskelbtų krikdemiškame *Ūkininke*. Pirmame jų įtaigiai dėstoma, kaip esamoji prekyba, savaime būdama visuomenei naudinga veikla, Lietuvoje deramai neatliekanti savo tikrosios mainų funkcijos:

„[D]abartinė prekyba netikėtai kad sau visuomenės gyvenime paskirtojo darbo tiksliai ir sąžiningai neatlieka, bet ir dar galima pridėti, kad prekyba su visa urmininkų, agentų, komisantų bei stambiųjų ir smulkiųjų pirklių ir krautuvininkų gauja, yra tai *didžiausias laiko ir pajėgų gaišintojas bei visuomenės išnaudotojas*“⁴⁶.

Idomu, kad toliau autorius ne moralizuodamas, o pabrėžtinai racionaliai mėgina įrodyti, kad egzistuojanti smulkių krautuvėlių sistema, turinti išlaikyti jų savininkų šeimas, ne tik stipriai apsunkinanti vartotojo gyvenimą, bet ir stipriai užkelianti kainas. Atrodytų, situaciją galėtų gelbėti stambūs prekybos centrai –



„vienos didelio krautuvės, kurioje visi sau, tam tikra nustatyta kaina, viską pirtęsi, išlaikymas visa 10-čia tūkstančių rublių metams atsieitų pigiau [nei keliolikos smulkių].“ Tačiau:

Kur rasime tokį krautuvės savininką, kurs mums leistų į jo reikalus kištis, prekių kainas nustatinėti, gautąjį pelną skirstyti? Ne, – tokio niekur

⁴⁶ Čia ir toliau: J. A., „Pirkliai ir vartotojų draugijų sankrovos“, in: *Ūkininkas*, 1918-09-30, p. 11, 12.

nerasime. [...] [T]uomet tokį pirklių ir tokią krautuvę mes patys sudarykime – įsisteikime *vartotojų draugijos krautuvę*, kurią tvarkysime mes patys taip, kaip mums tiks, nes pirkliai, savininkai būsime mes patys ir mums reikalingu daiktų *pirksimės sau pas save*.

Komercija, verslumas, galiausiai pelno siekimas čia kritikuojami ne iš ideologinių, o iš sveiko proto pozicijų, skaičiuojant, kas apsimoka (lietuviui – gamintojui ir vartotojui). Toks skaičiavimas buvo ypač būdingas visam kooperacijos sąjūdžiui, ir rezultatų pasiekta įspūdingų. Lietuvos žemės ūkio kooperatyvų sąjunga *Lietūkis* su 139 mln. Lt metine prekybos apyvarta 1939 m., prieš krizę nuo jo atskilęs *Pienocentras*, gyvulių supirkimo, mėsos perdirbimo ir eksporto bendrovė *Maistas*... Tarpukario Lietuvoje supirkimo/pardavimo kooperatyvai klestėjo, bet ar tai tikras verslas, kaip minėtame tekste (p. 132–135) įtaigauja Jonas Rudokas? Juk kas iš to išėjo: arba valstybės (remiamos) monopolijos, arba tiesiog valstybės įmonės (*Pienocentras*). Tai tiesiog valstybinis ūkininkavimas, į kurį suteka didelė dalis šitaip augintos ir stiprėjusios lietuviško verslumo dvasios. Juozas Tūbelis – *Lietūkio* kūrėjas ir (taip pat *Maisto*, *Pienocentro*) vadovas, po tautininkų perversmo netrukus 11 metų atsidūręs vyriausybėje, jai 9 metus vadovavo. Jo griežta fiskalinė politika, privataus kapitalo rėmimas pramonėje, monopolizacijos žemės ūkio kooperacijoje skatinimas iš viršaus buvo susiję, todėl vertintini kompleksiskai ir ne šiame tekste. Tiesiog šitoks kooperacijos pasiekimų motyvas mums, gyvenantiems XXI a., tarsi perša mintį, kad lietuviškas verslumas laisvos konkurencijos sąlygomis sunkiai įmanomas, kad tik su valstybės globa ar monopolijos apsauga jis galės sėkmingai gyvuoti. To pavyzdžių per paskutinius dvidešimt metų prisiziūrėjome – nuo „pirk prekę lietuvišką“, PVM mėsai mažinimo, iki valstybinio inkarų, ekranų, avialinijų milijoninio gelbėjimo...

c) *Apie žydus ir lietuvius*. Žinoma, *vartotojų* kooperatyvai kaip „tautinio“ apsisaugojimo priemonė nuo mažmenininkų prekybos į valstybės remiamą monopoliją nesutekėjo; pramonės, amatų ir prekybos „atlietuvinimas“ vyko „iš apačios“, sunkiai ir ne be atkritimų. Paprastai lietuvių varžymasis su žydais paskirose ūkio srityse tyrinėjamas ieškant paslėpto antisemitizmo (stiprėjimo), todėl pastebimi tiek tie tautinio atgimimo metų spaudos tekstai, kuriuose pašiepiamas žydų „godumas“, jų slaptas susimokymas dėl kainų, taip pat pabrėžiamas žydų bendradarbiaujantis susitelkimas, kuris patiekiamas, kaip pavyzdys nuolat tarpusavyje besiriejantiems ir besivaržantiems lietuviams. Tačiau ir tautinio atgimimo metais, ir Nepriklausomoje Lietuvoje būta visko: ir pavydo, ir reikalavimų atimti iš svetimų ir atiduoti saviems, ir (ne)sveiko varžymo, ir valstybės globos vieniems ar kitiems (Smetonos režimas dažnai kritikuotas kaip žydus proteguojantis). Tad prieš aptariant vieną iškalbingą lietuvių ir žydų susikirtimo Lietuvos verslo pasaulyje pavyzdį, reikia kelių patikslinančių pastabų. Pirma, žydai Rusijos imperijoje, tegul ir visiškai dominavę pirklių gildijose „lietuviškose“ gubernijose XIX a. antroje pusėje, buvo ne mažiau engiama mažuma nei lietuviai. Keli šimtai turtingų šeimų galėjo mėgautis visomis provincijos

didžiūnų privilegijomis, tačiau apskritai žydų padėtis XIX a. pabaigoje dėl valstybės remiamų pogromų ir stiprėjančio slaviško šovinizmo, darėsi objektyviai grėsminga. Į tai, įsisiūbavus 1905 m. revoliucijai Rusijoje ir aplinkinėse gubernijose dažnėjant žydų pogromams, dėmesį atkreipė ir vienas demokratinės pakraipos Vilniaus laikraštis:

Ginkimės nuo prispaudėjų, ginkimės nuo skaudėjų, bet patį neskauskime nieko! [...] Nekovokime su mūsų krašto gyventojais. Ne visi, rasit žinome, kad niekas Rusijoje nebuvo taip engiamas, persekiojamas, kaip žydai... Knibždėte knibžda nuo žydų mūsų miesteliai... ir tai nuo žydų–varguolių, visuomet nuplyšusių, visuomet alkanų, visuomet už kiekvieną skatiką varžančiųsi... Męs dažnai, jų nesuprazdami, įpykdavome už jų guvumą, godumą... Bet vis dėlto turėtumėm numanyti, kad tik badas, tik didžiū–didžiausias vargas priverčia žmogų taip begėdiškai už kiekvieną skatiką plėšyties...⁴⁷

Autorius toliau daug kalba apie klastingą ir žiaurią Rusijos imperijos politiką, sukišant į sėslumo zoną keletą milijonų žydų, neleidžiant jiems dirbti žemės, užkraunant mokesčiais etc., bet mums čia svarbiausias verslumo (godumo=pelno siekimo, plėšymosi=sunkaus darbo; guvumo=iniciatyvumo) motyvas. Savybės, būtinos tikram verslininkui, neatsirandančios iš (geros ar piktos) valios – tai įstumties į vargą rezultatai, stengiantis kaip nors jį įveikti. Verstis – lygu *sunkiai dirbti* – kaip tokį ryškiausią verslininko bruožą (ir tokią asociaciją su verslininkavimu) *pirmiausia* išskyrė dabartinės verslininko įvaizdžio apklausos jaunieji respondentai... Beje, didžioji dalis to metų žydų savo padėtį būtent taip ir suprato – kaip vargą. Bundas, žydų socialdemokratų partija, stojusi į kovą su vargšų žydų išnaudojimu, toje XX a. pradžioje buvo aiškiai populiariausia regiono žydų politinė jėga...

Kokia gi reali situacija lietuvių ir žydų verslo galimybių požiūriu susiklostė susikūrusioje Lietuvos valstybėje? Politinę formą įgijusioje ir tarptautiškai pagaliau pripažintoje Lietuvoje 1923 m. rugsėjį vyko visuotinis gyventojų surašymas (be jau užimto, bet *de jure* nevaldomo Klaipėdos krašto). Ūkios istorijos tyrinėtojas Gediminas Vaskela prieš dešimtmetį yra padaręs keletą įdomių šių duomenų veiklos analitinių pjūvių, veiklos sričių ir tautybių koreliacijos požiūriu⁴⁸. Mus domina ekonomiškai aktyvūs Lietuvos gyventojai, surašymo metu skirstyti į savininkus/administratorius, (dirbančius) šeimos narius, tarnautojus, darbininkus ir kitus. Tarp tokių aktyviųjų žydai tesudarė 6% (tarp visų



⁴⁷ G. P., „Žodelis apie žydus“, in: Lietuvos ūkininkas, 1905-12-15, p. 1–2.

⁴⁸ Gediminas Vaskela, *Lietuva 1919-1940 metais skaitmenimis*, 2003, in: [Interaktyvu] [Žiūrėta 2013 04 19] Prieiga per internetą: <<http://gevask.dtiltas.lt>>

gyventojų 7,6%). Tarp visų savininkų, žydų dalis stipriai išsiskiria (12,13%), kitose veiklos rūšyse - artima vidurkiui. Žemės ūkyje (79% veikliųjų) veikę žydai tesudarė pusę procento, pramonėje (6% veikliųjų) – 21%. Tiesa, savininkų ir administratorių žydų šiame sektoriuje buvo ne ką daugiau – 27,29%, o lietuvių 61,7%, kas ženklintų stiprų pramonės lietuviškumą jau Nepriklausomybės pradžioje. Didžiausių disproporcijų būta transporto srityje (1% visų veikliųjų), kur žydų veikė 18%, o savininkų ir šeimos narių buvo 77,5% (tik 17% lietuvių, tarp šios srities darbininkų proporcija priešinga). Tuo tarpu, prekyboje situacija buvo labiau subalansuota. Visų, šioje srityje veiklių Lietuvos gyventojų, 77,5% buvo žydai ir tik 17,5% – lietuviai. Žydų savininkų prekyboje buvo 83%, šeimos narių virš 90%. Tarp pačių žydų gyventojų net pusę sudarė savininkai ir administratoriai (lietuvių, lenkų, rusų vokiečių – apie ketvirtį); tik pramonėje žydų darbininkų daugiau darbininkų nei savininkų. Beje, pačių žydų daugiausiai dirbo ne išvardytose srityse (prekyboje 29%, pramonėje 21%), o praktikavo vadinamąsias laisvasias profesijas (35%).

Ką tie skaičiai sako? Pirmiausia tai, kad žydai Nepriklausomoje Lietuvoje socialiai tikrai atrodė stipriau, nei Rusijos imperijos laikais. Tai, kad jie daug kur (įskaitant valstybės tarnybą) tapo vadovais, viršininkais, savininkais, buvo pirmiausia nulemta jų nepalyginti geresnio išsilavinimo, kultūrinio akiračio, kažkiek – (tarptautinių) ryšių. Ir tai nebuvo nepastebima nemažos dalies lietuvių. Lietuva kilo, modernėjo, turtėjo, bet žydams čia viskas klostėsi tikrai ne prasčiau nei lietuviams. Ir jei pramonėje, ar kai kuriuose amatuose lietuviams konkuruoti sekėsi neblogai, tai (ypač mažmeninėje) prekyboje ir paskiruose specifiniuose versluose, regėjosi, lietuviai neturi šansų. Ekonominis dalies versliškai aktyvių lietuvių priešiškumas žydamas ypač sustiprėjo įsisiūbavus Didžiajai depresijai. Pradžioje teksto minėtoji Lietuvių prekybininkų, pramonininkų ir amatininkų sąjunga, šiaip jau apjungusi tik labiau jaunalietuviškai nusiteikusius verslininkus, 1932 m. pradėjo leisti savaitraštį *Verslas*, šiandien žinomą kaip lietuviškos „ekonominio antisemitizmo“ šauklis. Pirmas numeris pradedamas vedamuoju „Kokios mes norime?“, kur prekyba aiškiai įvardijama kaip bet kokios (taigi ir žemės ūkio) gamybos tikslas. O šioje srityje dominuoja nelietuviai, todėl situaciją reikia pakeisti – žinia, švietimo ir natūralios evoliucijos, o ne politinės prievartos keliu. Ir vis dėlto: „Mums prekybos, pramonės ir amato organizavimas lietuvių rankose, yra ne tiktai ekonominis, mums -tai drauge ir kultūrinis bei valstybinis uždavinys“ (p. 2.). Prieš prastą pirklystės reputaciją (lietuviams nebūdingus „užsipašinėjimus“ ir „nusiderėjimus“) iškėlimas etinio prado motyvas, ir galiausiai suformuluojamas „mūsų darbo obalsis“: „*Savieji pas savuosius*. Juo greičiau *lietuvis pirkėjas* supras savo paties gerovės reikalą ir *visus reikalavimus siųs lietuvių prekybininkui ir pramoninkui*, tuo greičiau pasieksime, kad pirklio ir pramoninko žodis bus tiesos žodis“ (*ibid.*). Iš esmės tai reiškė raginimą lietuviams boikotuoti žydų urmininkus ir krautuvėles, amatininkus ir tarpininkus, tačiau kartu rūsčiai primenama: „Mes,

lietuviai prekybininkai, žinokime štai ką: kas užsiprašo litą, o parduoda už pusę lito, tas apgavikas. Su juo mums nepakeliui“⁴⁹...

Naują radikalų leidinį netruko pastebėti Lietuvos žydų spauda, būta šio tokio apsižodžiavimo *Lietuvos aide* ir *Di Jidiše štime*. Prasidėjo net tam tikras boikotas – tik ne lietuvių prieš žydus prekybininkus, o veikiau atvirkščiai. *Verslas* leidosi į isteriją, pasirodydavo radikalesnių pasisakymų prieš žydus, tuojau sekė cenzūros bausmės, savaitraštis niekaip neišsikovojo platesnio populiarumo. Įdomu, kad žydų verslininkai susigalvojo imtis ir nestandartinių priemonių – 1933 m. pabaigoje pasirodė vienkartinis Kauno miesto ir jo priemiesčių smulkiųjų pirklių detalistų sąjungos leidinys *Mažmeninikas*. Jo vedamajame stipriai užvažiuojama *Verslui* ir panašioms socialinėms akcijoms, pabrėžiamas „mūsų socialinis naudingumas“, „reikšmė krašto gyventojų gerbūvio plėtrai bei valstybės biudžeto pelningumui“, – „lai visuomenė tatau sužino iš mūsų pačių, o ne iš tų, kurie, tautinių reikalų gynėjais apsimetę, skleidžia tautinę neapykantą ir griaua bei dezorganizuoja prekybinį krašto gyvenimą“ (p. 1).

Žinia, dėl griovimo tai buvo veikiau pasigąsdinimas. Net naciams iš pradžių nepavyko paveikti Vokietijos gyventojų nepirkti pas žydus, kol buvo taikomos vien įtikinėjimo priemonės. Lietuvoje net tas įtikinėjimas tebuvo balsas iš pašalio, todėl tame pat *Mažmeninike*, pasitelkus visus argumentus apie žydų nuopelnus Lietuvos valstybės gynybai ir kūrimui, duodamas esminis dalykinis atkirtis: „Nejaugi *Verslo* ponai rimtai mano, kad lietuviškam vartotojui bus maloniau brangiau mokėti už prekes vien dėl to, kad tos prekės perkamos lietuviškoj krautuvėj⁵⁰? Taip galvoti tegali tas, kas neturi mažiausio supratimo dėl prekybos vaidmens paskirstant prekes“ (p. 3).

Panašu, kad „*Verslo* ponai“ tai ilgainiui ir patys suprato, nes jų šūkčiojimai *Savieji pas savuosius – Lietuva lietuviams*⁵¹ ilgainiui paliko lyrika be logikos, vis labiau apeliuojant į savųjų „išglebimą, nerūpestingumą, pavydą“ (*ibid.*). Simboliška, bet kaip tik prieš pavydą, savųjų dergimą ir niekinimą ir nukreiptas

„Nejaugi *Verslo* ponai rimtai mano, kad lietuviškam vartotojui bus maloniau brangiau mokėti už prekes vien dėl to, kad tos prekės perkamos lietuviškoj krautuvėj? Taip galvoti tegali tas, kas neturi mažiausio supratimo dėl prekybos vaidmens paskirstant prekes.“

⁴⁹ „Skinkime kelią lietuviui“, in: *Verslas*, 1933-05-11, p. 1.

⁵⁰ Lietuvių prekybininkų talentas prieškario Lietuvoje ryškiai taip ir neišsiskleidė; čia jie aiškiai nusilepėdamos Klaipėdos krašto lietuvininkams, 1933–1939 leidusius profesionalius žurnalus *Komersantas* ir *Prekyba*, – žinia, teorija neapsiribota.

⁵¹ Plg. Lietuvių verslininkų sąjungos Alytaus skyriaus vienkartinį leidinį *Dzūkų verslininkas* (1935) šūkį.

paskutinio laisvoje Lietuvoje pasirodžiusio *Verslo* numerio vedamasis⁵². Lietuviškas verslumas nestojo į karą su žydiškuoju, užtat karą Europoje įžiebė naciai su sovietais, kurių auka įkandin Lenkijos tapo ir Baltijos šalys. Netruko nelikti jokių savininkų, o žydų bendruomenė buvo beveik visa nunaikinta...

d) *Apie verslumo pavyzdžius*. Idant nereikėtų baigti šio rašinio liūdna gaida, pamėginkime nustatyti, o kas gi vis dėlto iš tokios pusiau nebuvusios, pusiau nenusisėkusios lietuviško verslumo istorijos lieka kaip gerieji pavyzdžiai, kurie gali galioti ir šiandien, po 50 metų verslo negalimybės?

Tipiškas tikrai lietuviškas (tiesa, specifinis) verslumas prasidėjo tuojau po baudžiavos panaikinimo, 1863 m. sukilimo ir tuojau sekusių carinės administracijos antikatalikiškų, antilenkiškų ir antilietuviškų žingsnių, kurių žinomiausia – lietuviškos spaudos draudimas. Kaip į jį reaguota: ogi (per)spausdinant lietuviškas maldaknyges, knygas (suklastotomis, iki 1864 m. datomis), vėliau ir periodiką Rytprūsiuose ir nelegaliai gabenant į didžiąją Lietuvą bei čia platinant. Visa tai, kaip taikliai pastebi Aelita Ambrulevičiūtė, kad buvo ir verslo projektas:

Šiais laikais galėtume tik didžiulis, kad tie žmonės, kurie tradiciškai laikomi lietuvių nacionalinio atgimimo herojais, kartu tam tikra prasme buvo užgimstančio lietuviško verslo elitas – energingiausi, dėl piniginės naudos labiausiai linkę rizikuoti lietuvių valstiečiai. (*Lietuvos verslo istorija*, p. 122)

Tarp gabentojų valstiečiai sudarė net 88%, tik platinant lietuvišką spaudą jau aktyviau įsijungdavo kunigai (kaip žinia, Žemaičių vyskupą Motiejų Valančių galima laikyti viso šito verslo, pradedant nuo spausdinimo, pirminio kapitalo šaltiniu), miestiečiai, bajorai, studentai etc. Kas be ko, knygnešiai nelegaliai gabendavo ne tik lietuvišką spaudą, bet ir kitas kontrabandinės prekes; lietuvišką spaudą gabendavo ir žydų kontrabandininkai, todėl ignoruoti versliško šio amato pobūdžio neįmanoma. Pasiremddama istoriko Vytauto Merkio skaičiavimais, Ambrulevičiūtė pastebi pelną iš lietuviškų leidinių svyravus nuo 200 iki 500% – kontrabanda yra kontrabanda. Kodėl tad galime tuo didžiulis? Ogi todėl, kad Rusijos imperijos užkariautų kraštų engimo politika – uždrausti viešai kalbėti (lenkams) ar skaityti (ne tik lietuviams) gimtąja kalba lotyniškai rašmenimis – buvo precedento neturintis pasikėsinimas į asmens laisvę ir visas įmanomas žmogaus teises. Nelegalus lietuviško spausdinto žodžio įnešimas ir platinimas Rusijos imperijoje, kaip ir analogiška veikla sovietų okupuotoje Lietuvoje buvo rizikinga kultūrinė ir laisvinamoji veikla, tik pirmuoju atveju – dar ir verslas.

Leistino ir smerktino nelegalumo ribos momentą galima aiškiai pademonstruoti per kontrabandos jau susikūrusioje Lietuvos Respublikoje pavyzdį. Ėjo 1921-ieji, bolševikų valdomoje Rusijoje (su kuria Lietuva palaikė normalius santykius) karinio komunizmo politikos dėka siautėjo badas. Mirė daug žmonių, tikrai virš milijono, ir štai, Lietuva nusprendė prisidėti prie kitų Europos šalių bei

⁵² J. Paplėnas, „Atsisakykite pavydo“, in: *Verslas*, 1940-06-15, p. 1.

nusiųsti badaujantiems Rusijoje (ir lietuviams) vagoną miltų ir vagoną cukraus. Jaunutė Lietuvos kontržvalgyba nustatė, kad greta maisto badaujantiems keliauja ir vagonai „atstovybės Maskvoje reikmėms“ ir taip buvo sulaikyta didžiulė sacharino (10 t) ir nedidelė kokaino (4 kg, tuo metu dar daugiau deficitinio vaisto, nei narkotiko) kontrabanda. Sacharino byla⁵³ buvo didelė ir sudėtinga, aukšti Lietuvos pareigūnai, neišskiriant turbūt nė užsienio reikalų ministro Juozo Purickio, buvo įsivėlę į aferą su sovietų Rusijos NKVD pareigūnais: vieni gaudavo juodoje rinkoje aukštai kotiruojamų prekių, kiti – meno kūrinių ir kultūros gėrybių, iš kurių iš dalies būdavo finansuojama skurdžios Lietuvos valstybės institucijų veikla. Taigi – daug nesavanaudiškumo, daug patriotizmo ir meilės žmonėms, bet kartu – ir biznis, kuris laikytinas ne legaliu verslu, o ekonominiu ir net politiniu nusikaltimu...

Knygnešystės verslas, žinia, neginčytinas dėl pelno ir asmeninės rizikos bei racionalių išteklių, kažin ar tinka būti vadinamas laisvu, ir rinka čia buvo labai savita. Tačiau pati lietuviška spauda jau po spaudos draudimo panaikinimo, tikrai tapo pirmuoju lietuvišku neginčytinai *tikru* verslu. Todėl čia prasminga vieną kitą žodį tarti apie inžinierių Petrą Vileišį, kuris *Lietuvos verslo istorijoje* vadinamas tautinio verslo pradininku. Vileišis, nuo aštunto XIX a. dešimtmečio svajojęs apie pramonininko ar pirklo amatą, kuriame viename „tegalį būti laisvas“, Vilniuje įsikūrė 1899 m. ir ėmėsi įgyvendinti daugybę verslo planų. Jis pastatydino metalo dirbinių gamyklą, kurioje buvo įdarbinta daug lietuvių darbininkų ir net specialistų, fundavo pirmos lietuviškos parapijos Vilniaus mieste veiklą, įsteigė savo spaustuve, įkūrė ir leido pirmą lietuvišką dienraštį *Vilniaus žinios*. Tiesa, čia darytina vienintelė išlyga – tautiniai reikalai Vileišiui buvo tiek svarbūs, kad per juos jis užleido pelno siekimą ir po kelių metų jo turėtasis 830 000 rublių kapitalas išseko – teko vėl imtis statydinti tiltus bei taip užsidirbti pragyvenimui. Verslo tėvu Vileišis laikytinas ne tik ir gal ne tiek dėl savo paties verslo veiklos, kiek dėl praktinių lietuviško verslumo skatinimo darbų. Jo iniciatyva, tas skatinimas vyko ne moralizuojant ar postringaujant apie lietuvius ir žydus, o skelbiant ir platinant praktinius verslo patarimus (ypač gyvulininkystės ir įvairių amatų srityse) ir verslininkystės vadovus (*Pamokslai apie triusa arba proce* (1887), *Kaip ingyti piningus ir turta* (1891)). Pastarosios knygos, mokačios, kaip uždirbti milijonus, pratarmėje Vileišis pastebi: „prie turtų-gi reikia stengties priėti, nes su jais galima daug gero, kaip dėl artymo, taip ir dėl tėvynės padaryti“⁵⁴. Taip Vileišis ir elgėsi, steigdamas ir dotuodamas verslus dėl tėvynės ir artimo. Kiek kitokia situacija susiklostė su pirmaisiais lietuvių finansų „magnatais“, broliais Vailokaičiais – nepriklausomoje Lietuvoje neabejotinai turtingiausiais žmonėmis (*Lietuvos verslo istorija*, p. 150–153). Stambiausias Lietuvoje Ūkio bankas (pagrindinis kapitalas

⁵³Bernardas Gailius, „Nusikaltimai prie Smetonos: Rezonansinių tarpukario Lietuvos baudžiamųjų bylų studija“, Vilnius, Aidai, 2008, p. 13–37.

⁵⁴[Phineas Taylor Barnum], *Kaip ingyti piningus ir turta*, parašė Giedris, Tilžė: Kasza M. Jankaus, 1891, p. 1.

virš 15 mln.), Metalų fabrikas, Palemono plytinė, cukrinių runkelių auginimo Lietuvoje iniciatyva (*Cukrus*) – (eks)kunigo Juozo ir buhalterio Jono Vailokaičių veikla buvo daugiau nei visapusiška. Antai Juozas, dar kaip kunigas Seinuose ėmėsis redaguoti cituotąjį *Šaltinį*, per keletą metų sugebėjo bene dešimt kartų padidinti leidinio tiražą ir padaryti skaitomiausiu savaitraščiu Lietuvoje. Vailokaičiai, žinia, nevengė užsiimti tautine ir personaline labdara, tačiau „pinigų darymas“ jiems buvo aiškiai pagrindinis verslo tikslas.

IV. Vietoj išvadų, arba Kas lieka iš lietuviškos verslumo istorijos?

Daug ko nebepridursi. Kad ir kokių dailių ir pamokomų būta paskirų verslumo pavyzdžių Lietuvos istorijoje, per 50 metų melo imperijoje ne kas teliko. Sovietai ne tik pavogė iš visų žmonių viską, kas bent kiek priminė turtą, ne tik uždraudė bet kokią spontaniško veikimo laisvę, bet ir pakeitė bei daugelio sąmonėje įtvirtino melagingus daiktų vardus ir dalykų pavadinimus. Karas pavirto *taika*, melas – *tiesa*, apiplėšimas – *teisingumo atstatymas*. Svarbiausia, kad nebuvo įmanoma net ir pagrindyje užsiimti niekuo, kas panašu į (pelno siekiantį) verslą, *nevagiant* (kad ir iš vagiškos *par excellence*) iš komunistinės valstybės. (Katalikiško ir pan. antisovietinio pagrindžio etc. spaudos platinimas sąmoningai buvo vykdomas ne pagal verslo, o pagal savanorystės principus). Visoje šešėlinėje ekonomikoje vienintelė pastebimesnė takoskyra buvo tik tokiu klausimu, *kas (spekuliuodamas, gamindamas etc.) vagia*: komunistai (plačiaja prasme) ar kas kiti. Sovietmečio pabaigoje – Nepriklausomybės pradžioje stojusi kooperatyvų era, išties atvėrė erdvę ne tik legalizacijai, bet ir dalykams savuosius vardus atgauti. Taip vieni iš tiesų ėmėsi ką nors gaminti ir realizuoti, kiti – pirkti parduoti, tretį – skolinti etc. Bet... Planinės ekonomikos, žaidimo be taisyklių ir naujų, normalių taisyklių kūrimo aplinka labai daug lėmė, kas taps tikru verslu, o kas taip ir liks šešėlyje, kas žais pagal rinkos, o kas pagal vagių (komunistinės ar tradicinės) taisykles, – plg. puikią Gadeikio apžvalgą *Lietuvos verslo istorijoje*, p. 183–209). Štai vieni „kalė“ pinigą sunkiai triūsdami amato ar prekybos kooperatyve, o kiti – iš jų grėžė (ne be šantažo) reketą – toks „verslas“ išlikęs net šiandienės žiniasklaidos struktūrose (susimokate – apie jus nerašome/nerodome). Vieni prekiaudami išaugo ir pradėjo mokėti mokesčius, kiti verčiasi tik iš mokesčių vengimo (*Maxima* vs. *Gariūnai*). Vieni išgali suktis tik monopolio sąlygomis, kiti nė nemėgina ieškoti valdininkų protekcijų ar įstatyminių lengvatų. Tačiau šviesiausi prieškarinio Lietuvos pavyzdžiai tęstinumo neįgavo. Finansų versle nuo pat pradžių įsiskaraliavo vietiniai sukčiai ir mulkintojai – čia nereikia nė lyginti ano meto ir dabartinio Ūkio bankų, pakanka prisiminti visas nacionalines „bankines“ piramides. Gamybos srityje tikro verslo keliu pasuko nebent tie, kurie pradėjo tuščioje vietoje, nes privatizuotos sovietinės industrijos prie rinkos buvo nepritaikomos beveik iš principo.

Reketo ir mulkinimo, monopolio ir soclengvatiniai „verslai“ stipriai temdo verslo reputaciją šiandienėje Lietuvoje, todėl pačiai pabaigai galima tik pasidžiaugti, kad naujausi jaunimo verslininko įvaizdžio apklausos duomenys

teikia ir viltingų ženklų verslo reputacijos ateičiai Lietuvoje. Antai, atsakydami į minėtą klausimą apie tris pagrindinius verslininko bruožus, pirmajame atsakymų penketuke dominuoja adekvatumas: *sunkiai dirbantis* 38%, *prisiimantis riziką* 35%, *žvelgiantis į ateitį* 33%, *suteikiantis, duodantis* 28%, *atsakingas* 27%. Ir jau antrajame penketuke, nesulaukusios nė ketvirčio respondentų pritarimo, lieka „istorinės“ lietuviško verslininko įvaizdžio ypatybės: *godus* 23%, *išnaudotojiškas* 20%, *sukčiąjantis* 13%, *korumpuotas* 12%, *savanaudis* 11% (tiesa, čia įsiterpia populiarumo augimo besiprašantis *kūrybingas ir išradingas* 18%). Panašiai ir atsakant į klausimą apie *verslininko* keliamas asociacijas po minėto dominuojančio (ir kiek įvaizdinio glamūrinio) *sunkaus darbo, visuomeninės padėties ir prabangos* trejeto besirikiuojanti *rizika* 31%, *kūrybingumas* 23%, *išradingumas, inovacijos* 21%, vis dėlto, lenkia *korupciją* 20%, *bankrotą* 15%, *nusikaltimus* 9%. Tiesa, lenkia ir priešpaskutinėje vietoje liekančią *labdarą* 10%, bet tai jau gal daugiau paties šiandienio Lietuvos verslo, o ne visuomenės požiūrį į jį problema, kurią gali išspręsti tik laikas ir gera valia...

Verslininko įvaizdis Bulgarijos visuomenėje

Rinkos ekonomikos institutas, Bulgarija

(Angl. – Institute for Market Economics (IME))



Vykdytos apklausos duomenys rodo, kad Bulgarijos visuomenėje vyrauja bendras nepasitikėjimas verslininkais, o nuomonė apie juos pastaraisiais metais blogėjo. Verslininko įvaizdis Bulgarijos visuomenėje yra prieštaringas: pozityviai vertinamos verslininkų asmeninės savybės – darbštumas, drąsa rizikuoti ir t. t., tačiau jie smerkiami dėl finansinio ir materialinio statuso, kurį, kaip manoma, pasiekė nelegaliomis arba amoraliomis priemonėmis. Bulgarijų verslininkų kuriamos darbo vietos, produktai ir teikiamos paslaugos vertinami palankiai, tačiau verslo kasdienybė, darbo metodai yra vertinami neigiamai. Tokią situaciją nulėmė lėtai ir neefektyviai vykusi modernizacija ir mažas ekonomikos konkurencingumas, didėjanti socialinė stratifikacija bei nesusiformavusi stabili vidurinioji klasė.

Bulgarijoje taip pat nėra verslo tradicijų ir nuoseklios verslo raidos. Iki 1960 metų Bulgarijos visuomenė buvo laikoma agrarine. Gyvenimas kaimo visuomenėje sukuria lėtą, bet stabilų ritmą ir formuoja gana konservatyvių bruožų žmones, nemėgstančius rizikos ir pokyčių. Bulgarijos klimatas taip pat palankus ir nereiklus vietiniams žmonėms, dėl to gyventojams nebūtina kurti naujas pragyvenimo strategijas ir diegti inovacijas. Bulgariją ilgą laiką valdė svetimšaliai, o vietinis elitas nesusiformavo, dėl to beveik vienintelis bendruomenėje gyvenančio žmogaus socialinį statusą nulemiantis faktorius buvo jo amžius. Viso socialinio gyvenimo centre – šeima, o sprendimus dažniausiai priimdavo vyriausieji. Tokia visuomenė yra struktūrizuota taip, kad sumažina inovacijų keliamą riziką, o visi sprendimai priimami, siekiant užtikrinti tradicijų tęstinumą.

Aplinka, kurioje neskatinamas iniciatyvumas ir priešinamasi bet kokiems pokyčiams, nėra palanki verslo kūrimui. Tie, kurie rizikuodavo pradėdami savo verslą, turėjo prisiderinti ne tik prie vyraujančių konservatyvių nuostatų, bet ir prie valstybės „aparato“ norų. Istoriniai tyrimai rodo, kad per paskutinius septynerius amžius, tie, kurie ryždavosi sugriauti visus socialinius tabu ir pradėti užsiimti kažkokia verslo forma, turėjo gauti valstybės „palaiminimą“ ir suderinti savo veiklą su vietiniais valdovais. Į bet koki verslininką buvo žvelgiama kaip į nepageidaujamą valstybės konkurentą, kuris kišdavosi į valstybės užimamas veiklos sritis. Bet kokia verslo iniciatyva galėdavo išgyventi tik tol, kol ji dirbdavo harmoningai su valstybe ir nekonkuruodavo su jos jau užimtomis veiklos sritimis. Net nepriklausomybės atgavimas 1878 metais situacijos radikaliai nepakeitė ir dar 130 metų valdžios atstovai suteikdavo teisę dirbti tik jiems naudingiems verslininkams. Visų ūkio šakų nacionalizavimas komunistiniu periodu tokią veiklą pavertė įstatymais įtvirtinta norma – visų įmonių vadovai buvo paskiriami partijos atstovų, pagal jų pažintis ir neformalius ryšius. Totalitarinės valstybės žlugimas

1989 metais sukėlė dar vieną protekcionistinės privatizacijos bangą. Dominuojantis konservatyvumas visuomenėje ir visa apimantis valstybės įsikišimas lėmė tai, kad verslo ryžosi imtis tik nedaugelis žmonių. Tie, kurie ryžosi išbandyti savo jėgas versle, sėkmės galėjo tikėtis tik tol, kol turėjo tinkamas pažintis ir žaidė pagal valdininkų taisykles.

Dėl uždelstų ekonominių reformų, išskaidyto ir atsilikusio žemės ūkio sektoriaus, didelės reguliacinės naštos, tenkančios smulkiam ir vidutiniam verslui, didelė dalis visuomenės prarado buvusį socialinį statusą ir ekonominę gerovę. Per paskutinius dvidešimt metų nuo komunistinės valdžios pasitraukimo taip ir nesusiformavo stabili, pakankamą visuomenės dalį apimanti vidurinioji klasė. Didžioji dalis bulgarų save vis dar priskiria apatiniam socialinės hierarchijos laipteliui. Daugumos žmonių ekonominis ir finansinis elgesys, priklausomybė nuo valstybės pagalbos, vertybės ir požiūris į rinką rodo, kad jie gali būti priskiriami žemesniajai, arba žemesnei vidurinės klasės daliai. Kadangi dėl nepalankių sąlygų valstybėje verslininkai negalėjo pastebimai prisidėti prie ekonominės gerovės augimo, dauguma žmonių vertina verslininkus nepalankiai.

Kaip rodo tyrimo duomenys, verslininkams priskiriamos tam tikros pozityvios savybės – kruopštumas, išradingumas, kūrybingumas, tačiau pati verslininkų veikla, visuomenės nuomone, nekelia gyventojų socialinės ir ekonominės gerovės. Dėl to manoma, kad verslininkai pelnosi, išnaudodami samdomus darbuotojus. Stipriausios neigiamos asociacijos kyla dėl verslininkų turto, prabangos ir godumo, kuris pasireiškia jiems pelnantis darbuotojų sąskaita. Galima daryti prielaidą, kad, kol verslininkų uždirbami turtai pastebimai nepakels „vidutinio bulgaro“ pragyvenimo lygio ir kol nesusiformuos stabili vidurinioji klasė, tol verslininkų vertinimas visuomenėje bus negatyvus.

Verslininkų kaip socialinės klasės įvaizdžio formavimąsi visuomenėje galima susieti su ekonomikos liberalizavimu, vykusiui keliais skirtingais etapais:

- 1989–1994 metais įsitvirtino vėlyvasis socializmas ir politinės galios virto ekonomine galia.
- 1994–1996 metais socialistinės vyriausybės vykdė masines privatizacijas, kurios teoriškai turėjo visus Bulgarijos piliečius paversti įmonių, kuriose jie dirbo, akcininkais, tačiau jos tik sutelkė milžiniškus ekonominius resursus nedidelės žmonių grupės rankose.
- Pavėlavusi 1997–2000-ųjų metų privatizacija, vykdoma dešiniųjų vyriausybės, turėjo į rinką įpūsti gyvybės, tačiau praktiškai sukėlė bankrotų bangą, emigraciją ir didžiulius skirtumus tarp regionų.
- 2000–2008 metais vykęs statybų „bumas“ ir jo sukeltas gamtos išteklių sunaikinimas kalnų ir pajūrio kurortiniuose regionuose. Šis periodas suformavo dabartinį verslininko įvaizdį Bulgarijos visuomenėje, kurioje iki šiol verslininko sąvoka neatskiriama nuo statybų verslo.

Tokia ekonominė politika ir tokios verslo praktikos suformavo kontraversišką verslininko įvaizdį Bulgarijos visuomenėje. Labai dažnai

verslininkai panašų materialinį statusą pasiekė skirtingomis priemonėmis, tačiau beveik visu dvidešimties metų ekonominio vystymosi periodu lemiamą vaidmenį vaidino jų ryšiai su politikais ir per viešuosius pirkimus įgyti turtai. Ryšiai su įvairiomis politikų grupėmis ir tik siaurame rate vykdomi sandoriai, laikymasis nuošaliai nuo didžiosios gyventojų dalies išskiria verslininkus kaip klasę, tačiau toje klasėje palieka didelį susiskaidymą į mažesnes grupes, neleidžiantį formuotis vieningam verslininko įvaizdžiui. Verslininkai, kurių dauguma išvengia laisvos konkurencijos rinkos sąlygomis, nekuria inovacijų, o naudojasi politiniu užnugariu ir korupcine įtaka bei nesugeba sudaryti pozityvaus įvaizdžio visuomenėje. Sąžiningi verslininkai šiomis sąlygomis yra greičiau išimtis, nei taisyklė, ir negali pakeisti visuomenėje dominuojančių nuostatų.

Taipogi, dėl prastos darbo sąlygų reguliacijos ir neefektyviai kontroliuojamo esamų įstatymų laikymosi yra neužtikrinamos elementarios darbuotojų teisės, ir dėl to stiprėja verslininkų, kaip išnaudotojų, įvaizdis. Kaip rodo tyrimas, gyventojams didžiausią įtaką daro jų, kaip vartotojų ir samdomų darbuotojų, patirtis. Tarp mažesnę išsilavinimą turinčių, nedideliuose miestuose ar miesteliuose gyvenančių žmonių, akivaizdi ypač didelė statistinė koreliacija tarp neigiamos nuomonės apie verslininkus ir samdomo darbuotojo, ar vartotojo patirties. Labai dažnai pasitaikantys darbuotojų išnaudojimo, socialinių mokesčių neapmokėjimo atvejai, nereguliariai arba nepilnai mokami atlyginimai nedaug uždirbančius žmones veikia labai stipriai, ir nulemia blogo verslininkų įvaizdžio paplitimą šioje socialinėje grupėje. Pagal įvairius tyrimus, šešėlinės rinkos dalis ir nelegalus darbas yra labiausiai paplitęs statybose – verslo šakoje, kurioje dirba daugiausiai šios grupės žmonių.

Visose socialinėse grupėse paplitusi nuomonė, kad lengviausiai praturtėjo tie verslininkai, kurie nelegaliai įsigijo nuosavybę, valstybei atgavus nepriklausomybę. Tokio požiūrio daugiausiai laikosi vyresni žmonės, o tarp jaunesnių, 18-30 metų respondentų, taip manančių yra daug mažiau. Praturtėjimą su nelegaliai įsigytais turtais labiausiai sieja provincijos miestų gyventojai (80-86%), po jų seka sostinės (74%) ir kaimų (70%) gyventojai.

Net 69% gyventojų mano, kad verslininkams nerūpi aplinkosauga. Ryškiausias skirtumas matomas tarp kaimo ir didžiųjų miestų gyventojų. Žmonės iš kaimo buvo mažiau linkę manyti, kad verslininkams nerūpi aplinkosauga. Priešingai manė daugiausia miestų ir sostinės gyventojai. Miestų gyventojams labiausiai rūpi aplinkosaugos problemos, sostinėje įsikūrę daugiausia aplinkosaugos organizacijų, miestuose taip pat dažniausiai vyksta įvairios socialinės akcijos, skirtos atkreipti gyventojų dėmesį į aplinkosaugos problemas.

Antropologiniai tyrimai rodo, kad verslininkai nėra suvokiami kaip viena, homogeniška grupė. Didieji verslininkai dažniausiai asocijuojami su politiniu užnugariu, ryšiais su nusikalstamu pasauliu, ar buvusiomis slaptosiomis tarnybomis, tačiau požiūris į smulkiuosius ir vidutinius verslininkus yra gana pozityvus. Verslininko įvaizdis visuomenėje „netelpa“ į vieną siaurą stereotipą, dėl to būtų teisingiau kalbėti apie verslininkų įvaizdžius, ne verslininko įvaizdį.

Skirtingai suvokiami ir vertinami smulkieji, vidutiniai ir stambieji verslininkai. Stambieji verslininkai visada vertinami neigiamai ir jie kaltinami nelegaliu turto įsigijimu, ryšiais su politikais ir nusikaltėliais. Priešingai, požiūris į smulkiuosius verslininkus daugiausia yra pozityvus. Smulkieji verslininkai mano, kad reguliacinis klimatas jų atžvilgiu yra labai negatyvus. Jie padėtų dažniausiai apibūdina kaip išgyvenimą priešiškoje aplinkoje ir yra smarkiai nusivylę sistema.

Verslininko profesija Bulgarijos visuomenėje nelaikoma kažkuo, kuo būtų galima didžiuotis. Tik 26% gyventojų teigė, kad jiems būtų malonu būti verslininkais, o net 47% su šiuo teiginiu nesutiko. Į klausimą „Ar jūs norėtumėte būti verslininku?“ teigiamai atsakė tik 21% gyventojų, o net 55% atsakė neigiamai. Iš visų tyrime dalyvavusių šalių Bulgarija buvo vienintelė šalis, kurioje vyravo neigiamas atsakymas į šį klausimą.

Didžioji dalis – 39 procentai gyventojų manė, kad verslininkus labiausiai paskatintų mažesni mokesčiai ir mažesnis valstybės reguliavimas. Tokios nuomonės laikėsi visos gyventojų grupės, nepriklausomai nuo jų amžiaus, gyvenamos vietos ir išsilavinimo. Kiti populiariai atsakymai buvo tokie: geresnės galimybės gauti kreditą (25%), daugiau valstybės pagalbos (24%) ir geresnis švietimas (24%). Jaunesni žmonės buvo linkę pabrėžti švietimo svarbą, o aukštesni išsilavinimą turintieji ir gyvenantys sostinėje – didesnę valstybės pagalbą. Vyrai, labiau nei moterys buvo linkę sakyti, kad labiausiai padėtų geresnės galimybės gauti kreditą. Moterys teigė, kad labiausiai padėtų mažesnis valstybės kišimasis. Daugumos gyventojų nuomone, verslo sąlygos Bulgarijoje yra nepalankios, ypač smulkiam verslui.

Net 40% gyventojų teigė, kad jų nuomonė apie verslininkus per pastaruosius keturis metus nepasikeitė, tačiau visuomenėje vyrauja bendra tendencija, pagal kurią verslininkų įvaizdis lėtai keičiasi į blogąją pusę. Vienas svarbiausių faktorių, nulemiančių tokį įvaizdį, yra verslo tradicijų tęstinumo stoka – 45 komunistinio periodo metai nutraukė bet kokią ryšį tarp tarpukario ir dabartinio periodo verslininkų. Taip pat labai trūksta pozityvios informacijos apie verslininkus iš tarpukario periodo, ji padėtų dabartinius verslininkus susieti su anksčiau buvusiomis verslo tradicijomis. Sovietinis periodas, sustabdęs bet kokią veiklą, kurią galima būtų pavadinti verslu, kartu sukūrė labai neigiamą verslininko įvaizdį, kuris iki šiol daro poveikį gyventojų požiūriui į verslininkus.

Perėjimo į rinkos ekonomiką laikotarpiu kilo daug pozityvių lūkesčių, kad rinka bus greitai liberalizuota, ir didžiąją dalį paslaugų teiks privačios įmonės. Deja, per paskutinius 22 metus įvyko keletas ekonominių nuosmukių, kurie pakirto pasitikėjimą verslininkais visuomenėje, o pozityvus požiūris į reguliavimo mažinimą ir mažą valstybę krito. Daugumos nuomone, verslininkai nuosmukio laikotarpiu negali pakankamai pasirūpinti gyventojais, jie nėra pakankamai socialiai atsakingi, o jų bendradarbiavimo neužtenka, dėl to situacija turėtų būti suvaldyta, įsikišant valstybei.

Dauguma Bulgarijos piliečių tikėjosi, kad įstojimas į Europos Sąjungą padės sukurti aiškius ir teisingus, verslo sąlygas reguliuojančius įstatymus ir griežtai ginamas vartotojų teises. Tačiau pokytis, įstojus į Europos Sąjungą, nebuvo pakankamai stiprus, dėl to pesimizmas visuomenėje dar labiau sustiprėjo – gyventojai pradėjo manyti, kad net Europos Sąjungos institucijos negali nutraukti korupcinio ryšio tarp stambiųjų verslininkų ir valstybės. Dėl to išlieka gana stipri asociacija tarp verslo ir korupcijos – 23% gyventojų teigė, kad jie sieja verslininkus su korupcija. Stambios korporacijos daro stiprią įtaką leidžiamiems įstatymams, ir sugeba juos pakreipti sau naudinga linkme. Be to, verslininkai labai dažnai pažeidžia darbuotojų teises, o baudų išvengia, papirkdami reguliuojančias institucijas.

Vienas svarbiausių gyventojų nuomonę apie verslininkus formuojančių veiksnių Bulgarijoje yra žiniasklaida – 32% gyventojų teigia, kad būtent žiniasklaida jiems daro didžiausią įtaką. 1990-ųjų metų pradžioje atsirado pirmosios nepriklausomos žiniasklaidos formos – nepriklausomi laikraščiai ir mažos radijo stotys. Jų požiūris į verslą ir ekonomiką daugiausiai buvo neutralus, tačiau greitai žiniasklaida tapo dar viena verslo forma, atvirai ginančia ją finansuojančių verslininkų interesus. Net atsirandančios specializuotos analitinės žiniasklaidos formos neišvengė įtakos iš vieno, ar kitų interesų grupių.

Apklausa rodo, kad požiūris į verslininkus yra nevienareikšmiškas. Nors verslininkai, kaip žmonės, daugiausiai yra siejami su pozityviomis savybėmis (sunkiu darbu, žiūrėjimu į ateitį), verslininkų uždirbamas turtas dažniausiai vertinamas negatyviai – manoma, kad jis buvo uždirbtas nelegaliomis priemonėmis, arba pažeidžiant etinius principus. Dėl to visuomenė labiau atsižvelgia ne į pačius verslininkus ir jų asmenines savybes, o į socialines ir institucines sąlygas, kuriomis naudodamiesi verslininkai ieško galimybių sukurti pelningą veiklą.

Galima išskirti keletą pagrindinių priežasčių, dėl kurių požiūris į verslininkus yra neigiamas:

- Privilegijos, naudojantis viešaisiais ištekliais – nuomonė, teigianti, kad verslininkai gauna pelną ne dėl savo žinių ir sugebėjimų, o dėl to, kad jie per politikų užnugarį gali prieiti prie viešųjų išteklių.
- Leidimai suteikiami tik kai kuriems privileijuotiems verslininkams, o likusiems politikai sukuria barjerus, neleidžiančius pradėti verslo. Taigi dauguma mano, kad verslininkai praturtėja ne dėl to, kad jie laimi konkurencinėje kovoje, bet todėl, kad jų verslui nėra konkurentų.
- Dauguma gyventojų mano, kad verslininkai naudojami nelanksčia darbo rinka ir didele bedarbyste, išnaudodami darbininkus ir nelegaliai įdarbindami žmones prastomis sąlygomis.
- Verslininkai nelegaliai įvairių iš komunistinio periodo likusių gamyklų ir bendrovių privatizacija, sutelkdami turtą savo rankose.

- Valstybės kišimasis į kasdienių paslaugų sferą, valstybinių įmonių, teikiančių tas pačias paslaugas kaip ir verslininkai, išplitimas atitolino piliečius nuo verslininkų, sumažino jų svarbą gyventojų akyse.

Daugiausiai verslininkų įvaizdis kenčia ne dėl jų pačių kaltės, bet dėl valstybės institucijų įsikišimo sukeltamų padarinių. Kitaip tariant, bet kuriam verslininkui, norinčiam įgyvendinti savo idėjas, ir sukurti sėkmingai veikiančią verslą, reikia ne tik kūrybingumo ir ryžto, bet ir politikų bei biurokratų užnugario. Korumpuotos ir neefektyvios valstybinės institucijos trukdo kurtis normalioms verslo tradicijoms, ir leidžia klestėti nelegaliems bei žalingiems ryšiams tarp verslininkų ir politikų. Kol bandant įgyvendinti tam tikrą idėją reikės daugybės leidimų iš lėtų ir neefektyviai dirbančių institucijų, tol korupcija bus neišvengiama, konkurencija – maža ir silpna, o ekonomikos augimas – lėtas ir nestabilus.

Verslininko įvaizdis Kirgizijos visuomenėje

Centrinės Azijos laisvosios rinkos institutas, Kirgizija

(Angl. – Central Asian Free Market Institute)



C A F M I

Kirgizijoje vykdytos apklausos duomenys parodė, kad požiūris į verslininkus Kirgizijoje yra gana palankus. Daugiau nei pusė respondentų (54%) mano, jog verslas skatina ekonomikos augimą visuomenėje. 30% apklaustųjų nuomone, ekonomikos augimo „variklis“ yra valdžia. Jaunesni žmonės buvo mažiau linkę manyti, kad valstybė prisideda prie ekonomikos augimo. Tik 22% apklausos dalyvių nuo 18 iki 24 metų amžiaus teigė, kad ekonomikos augimą kuria valstybė. Didžiuosiuose miestuose bei regionų centruose gyvenantys apklausos dalyviai taip pat dažniau teigė, kad ekonomikos augimą kuria verslininkai (taip atsakė atitinkamai 66% ir 62% visų gyventojų). Tuo tarpu tik 47% kaimo gyventojų sutinka su šia nuomone. Ten taip pat šiek tiek daugiau nei trečdalis žmonių (35%) tiki, jog valdžia kuria ekonominį augimą.

Verslininkais pasitiki didesnioji visuomenės dalis – 20% jais visiškai pasitiki, 26% jais daugiau pasitiki, nei nepasitiki. Gana didelė dalis gyventojų (26%) teigė nei pasitikintys, nei nepasitikintys verslininkais. Verslininkais labiausiai pasitiki didžiausią išsilavinimą turintys respondentai: iš aukščiausią išsimokslinimą turinčiųjų 51% teigė, kad jie pasitiki verslininkais. Priešingai, mažiausiai verslininkais pasitiki nebaigtą vidurinį išsilavinimą turintys gyventojai – iš jų tik 34,3% teigė, kad pasitiki verslininkais. Nuomonę apie verslininkus kirgizai dažniausia formuoja iš savo asmeninės patirties, kaip klientai ir samdomi darbuotojai. Pagal šią charakteristiką gana smarkiai išsiskyrė žmonės su aukštuoju išsilavinimu ir be jo: 45,7% žmonių, neturinčių aukštosios mokyklos diplomo, teigė, kad jiems didžiausią įtaką daro jų, kaip klientų patirtis, o tarp aukštąjį mokslą baigusiujų taip teigė beveik dešimčia procentų mažiau – 38,6% respondentų. Antras veiksnys, turintis didžiausią poveikį gyventojų nuomonei – verslininkai giminių arba artimųjų rate. Tai didžiausią įtaką darė 22% gyventojų.

Respondentams taip pat labai didelį poveikį turi žiniasklaida – ją kaip vieną iš svarbiausių veiksnių minėjo 28% respondentų. Tarp įvairių vietinių žiniasklaidos formų svarbią vietą užima rusiški televizijos kanalai. Rusiškų ORT ir RTR televizijų auditorija yra panašiai tokio pat dydžio kaip ir valstybinės Kirgizijos televizijos auditorija. Švietimo ir religinės institucijos šiuo klausimu, gyventojų nuomone, vaidina gana mažą vaidmenį. Valstybės pareigūnai didžiausią įtaką daro respondentams, kurie turi nebaigtą vidurinį išsilavinimą (28,6%) arba vidurinį išsilavinimą (31,4%). Žiniasklaida taip pat didžiausią poveikį daro žmonėms, kurie turi nebaigtą vidurinį ar aukštąjį išsilavinimą. Savo nuomonę, remdamiesi valstybės tarnautojų ir politikų įtaka labiau formuoja vyrai, nei moterys: tokį atsakymą įvardino – 26,4% vyrų ir 23,8% moterų. Žiniasklaida taip pat labiau veikia vyrus: šį atsakymą pasirinko 29,9% vyrų ir 25,9% moterų. Vyriausybės

pareigūnai ir politikai gyventojų nuomonei apie verslininkus turi didžiausią poveikį kaimo vietovėse. Ten šį atsakymą pasirinko 28,8% gyventojų. Valstybės pareigūnai ir politikai mažiausią įtaką daro mažuose ir vidutinio dydžio miestuose – 15,4% ir 19,5% atitinkamai.

Paprašyti įvardinti, kokias funkcijas visuomenėje atlieka verslininkai, 59% apklausos dalyvių verslininkus apibūdino kaip darbo vietų kūrėjus, o 39% apklaustųjų teigė, kad pagrindinė jų funkcija yra mokesčių mokėjimas, o ketvirtadalis (25%) respondentų teigė, kad pagrindinė verslininkų funkcija – pelningos veiklos vykdymas.

Verslininkams dažniausiai priskiriamos pozityvios asmeninės savybės: 56% respondentų teigė, kad verslininkai yra sunkiai dirbantys, 46% apklaustųjų kad rizikuojantys, 38% respondentų teigė, kad jie yra atsakingi ir 27%, kad verslininkai yra į ateitį žiūrintys žmonės. Verslininkus su negatyviomis asmeninėmis savybėmis siejo daug mažesnė gyventojų dalis: 20% gyventojų teigė, kad verslininkai – godūs, 18%, kad jie yra linkę išnaudoti, 13% teigė, kad jie yra korumpuoti ir savanaudiški. Kaimo vietovėse bei miestuose iki 19,8% visų gyventojų mano, jog verslininkai yra išnaudotojai. Kaimo vietovėse gyvenantys žmonės verslininkams linkę priskirti negatyvesnius apibūdinimus, nei gyvenantieji didesniuose miestuose. Tokius apibūdinimus, kaip apgavikas ar sukčius, verslininkams priskiria apie 22,5% kaimo vietovėse gyvenančių asmenų, 19,8% gyvenančių rajonų centruose bei 16,2% – dideliuose miestuose ar sostinėje gyvenančių asmenų. Verslininkus išnaudotojais labiau linkę laikyti vyresni žmonės: 13,4% visų apklaustųjų nuo 18–24 metų amžiaus laikėsi nuomonės, kad verslininkai yra išnaudotojai, tuo tarpu 65–74 metų amžiaus grupės respondentai tokią nuomonę išreiškė du kartus dažniau. Dauguma apklaustųjų pirmiausia įvardino pozityvias verslininko savybes, o ši tendencija buvo ypač ryški tarp jauniausių 18 – 24 metų amžiaus apklausos dalyvių. Pozityvias savybes, tokias kaip sunkų ir nuoširdų darbą, verslininkams buvo labiausiai linkę priskirti aukščiausią išsilavinimą turintys apklausos dalyviai.

Apklausos dalyvių požiūris į verslininkus per pastaruosius penkerius metus labai smarkiai nepasikeitė – taip teigė 43% respondentų. Tačiau, nors ir lėtai, verslininkų įvaizdis kinta į gerąją pusę: 31% respondentų teigė, kad jų nuomonė apie verslininkus šiek tiek pagerėjo, 14% apklaustųjų, kad jų nuomonė pagerėjo stipriai ir tik 9% respondentų teigė, kad jų nuomonė apie verslininkus pablogėjo. Labiausiai nuomonė apie verslininkus kito į pozityvią pusę tarp kaimo gyventojų. Taip ten teigė net 73,5% apklaustųjų. Didesniuose miestuose gyvenančių žmonių nuomonė apie verslininkus smarkiai nesikeitė, ten net 54,5% žmonių teigė, kad jų nuomonė nepakito.

Iš visų tyrime dalyvavusių šalių, Kirgizijoje buvo daugiausia teigusių, kad jie norėtų patys tapti verslininkais. Taip teigė net 59% respondentų. Daugiausiai norinčių tapti verslininkais buvo tarp jaunesnių apklausos dalyvių, mažiausiai tarp vyriausių. Net 76% respondentų iš 18–24 metų amžiaus teigė norintys tapti verslininkais, o su vyresniu amžiumi ši tendencija mažėjo. Verslininkais taip pat labiausiai nori tapti aukščiausią išsilavinimą turintys žmonės – taip teigė 75,4%

respondentų su aukščiausiu išsilavinimu. Savo verslo mažiausiai buvo linkę imtis žmonės, nebaigę vidurinio išsilavinimo – iš šios grupės tik 25,7% respondentų teigė, kad jie nori pradėti savo verslą.

Iš visų tyrime dalyvavusių šalių Kirgizijoje taip pat buvo daugiausia teigusių, kad jie žino verslininkų, kuriais jie visiškai pasitiki. 20% respondentų teigė, kad jie pažįsta daug tokių verslininkų, 48% apklaustųjų, kad pažįsta keletą. Labiau verslininkais pasitikėti buvo linkę aukštąjį išsilavinimą turintys žmonės, arba gyvenantieji didesniuose miestuose. Kirgizijos piliečiai taip pat buvo nelinekę įtarti negerų kėslų verslininkų bankrotuose: 59% apklaustųjų teigė, kad nesėkmė versle yra normalus reiškinys, 23% respondentų mano, kad verslininkai, kurie patiria bankrotą, yra nesutverti verslo pasauliui ir tik 7% dalyvavusiųjų apklausoje teigė, kad verslininkai subankrutavo tyčia, norėdami pasisavinti kitų žmonių pinigus. Nelegalius kėslus bankrote įžvelgti labiausiai buvo linkę vidurinio išsilavinimo neturintys žmonės – iš jų net 40% teigė, kad verslininkai bankrutuoja tyčia.

Net 62% apklaustųjų teigė, kad jie yra, arba jiems būtų malonu būti verslininkais, ir tai buvo didžiausias rodiklis tarp visų apklausoje dalyvavusių šalių. Atsakymas į šį klausimą dar kartą patvirtina faktą, jog Kirgizijoje požiūris į verslininkus yra palankiausias. Visgi neigiama nuomonė apie verslininkus yra vis dar gyvybinga: 52% žmonių yra linkę manyti, jog verslininkams nerūpi aplinka, 64% apklaustųjų mano, kad verslininkai dažnai pažeidžia moralinius principus, 68% mano, kad verslininkai praturtėja išnaudodami kitų žmonių darbą ir net 77% apklaustųjų teigia, kad verslininkams rūpi tik pinigai. Tačiau net 74% apklaustųjų sutinka su teiginiu, kad verslas visuomenei teikia daugiau naudos nei žalos, o 73% respondentų mano, kad verslininkai yra kūrėjai ir novatoriai.

Į klausimą „Ar norėtumėte, kad jūsų sūnus būtų verslininku?“ teigiamai atsakė 72% gyventojų. Tačiau paklausus, ar norėtumėte, kad jūsų dukra taptų verslininke, teigiamai atsakė dešimčia procentų mažiau gyventojų – 62%. Atsakymui į šį klausimą stiprią įtaką daro kultūrinė praeitis: Kirgizijos visuomenė praeityje buvo itin patriarchališka: pagrindinį vaidmenį, rūpinantis šeimos finansais, vaidindavo vyras, tuo tarpu moteris visą dėmesį skirdavo vaikų lavinimui ir namų ūkio problemų sprendimui. Dabartinėje Kirgizijos visuomenėje dar gana stipri tokių tradicinių nuostatų įtaka.

Paklausus, kas labiausiai paskatintų verslumą šalyje, dauguma gyventojų (56%) teigė, jog verslumą valstybėje labiausiai paskatintų didesnė valstybės parama. 40% gyventojų teigė, kad verslą labiausiai paskatintų mažesni mokesčiai ir mažesnis valstybės reguliavimas. Apie trečdalis gyventojų taip pat teigė, kad verslininkams padėtų geresnis švietimas ir geresnės sąlygos, gaunant paskolas. Labiausiai valstybės paramos svarbą pabrėžė gyventojai su viduriniu profesiniu išsilavinimu (66,2%) ir aukštuoju išsilavinimu (58,3%), mažiausiai ją akcentavo gyventojai, turintys nebaigtą vidurinį išsilavinimą (45,7%). Bendrai vertinant Kirgizijos apklausos duomenis, galima teigti, kad iš visų tyrime dalyvavusių šalių, šioje šalyje požiūris į verslininkus yra palankiausias.

Verslininko įvaizdis Gruzijos visuomenėje

Naujoji ekonomikos mokykla, Gruzija

(Angl. – New Economic School – Georgia)



Verslininkų įvaizdis Gruzijos visuomenėje yra daug pozityvesnis nei buvo tikėtasi. Dauguma suvokia, kad verslininkai yra ekonomikos variklis ir inovacijų kūrėjai. Tačiau tuo pat metu Gruzijos verslininkai turi prisiderinti prie vakarietiško verslo etikos ir vadovavimo standartų, kurie negalėjo susiformuoti sovietiniu periodu. Vėlesnės socialinės kampanijos dėmesį telks į verslininko kaip kūrėjo ir novatoriaus įvaizdžio kūrimą ir skatins jaunus žmones ryžtingiau pradėti savo verslą ir mažiau pasikliauti socialinio saugumo tinklais.

Verslininko įvaizdžio visuomenėje tyrimas atskleidė, kad:

- Dauguma žmonių sutinka, kad ekonominę gerovę valstybėje kuria verslas ir verslininkai.
- Tik nedidelė dalis žmonių mano, kad valstybė kuria ekonominę gerovę.
- Nepaisant to, kad 27% žmonių mano, kad posovietinės erdvės verslininkai yra blogesni nei vakarų šalių verslininkai. Dauguma mano, kad to priežastis yra valstybės kišimasis ir subsidijos.
- 70% žmonių mano, kad pagrindinė verslininko funkcija yra darbo vietų kūrimas.
- Dauguma sutinka, kad verslas valstybei atneša daugiau naudos nei žalos.
- Verslininkų įvaizdis, kurį daugiausia formuoja vartotojų patirtis, per paskutinius penkis metus iš esmės nepakito.
- 62% vyrų teigia, kad jie yra arba norėtų būti verslininkais, tačiau tik 51% vyrų teigia norintys, kad jų sūnūs patys taptų verslininkais. Tik 48% apklaustų vyrų teigė, kad žino verslininkų, kuriuos jie gerbia ir kuriais jie pasitiki.
- Tokio didelio neatitikimo nėra tarp apklausoje dalyvavusių moterų: 41% apklaustų moterų norėtų pačios tapti verslininkėmis. Lygiai tokia pati dalis moterų (41%) teigė, kad jos žino verslininkų, kuriuos gerbia ir kuriais pasitiki. Tiek pat respondentų taip pat norėtų, kad jų dukros taptų verslininkėmis.
- 55% žmonių teigė, kad verslininkams labiausiai padėtų valstybės subsidijos, tačiau 50% respondentų teigė, kad verslininkams labiausiai padėtų mažesni mokesčiai ir mažesnė valstybinė reguliacija.
- Dauguma žmonių nemano, kad verslininkai praturtėja išnaudodami kitų žmonių darbą.

Kultūrinis aspektas

Gruzijos kultūrai stiprią įtaką darė Kaukazo regione besikertančios skirtingos religijos ir kultūros. Nors šalis turi labai stiprias krikščioniškas tradicijas, įtaką jai darė ir islamo tikėjimas, ir įvairios rytietiškos tradicijos. Po keleto bandymų įtvirtinti Persų ir Osmanų imperijų dominavimą, regione devyniolikto amžiaus pradžioje galiausiai įsitvirtino Carinės Rusijos imperija. Po trumpo nepriklausomybės periodo, šalį aneksavo Sovietų Sąjunga. Deja, Rusijos imperija ir Sovietų Sąjunga sunaikino įsitvirtinusias institucijas ir perrašė šalies istoriją pagal savo ideologinį paveikslą, kuris iki šiol daro didelę įtaką.

Dėl to gana sunku suprasti tipiško gruzino požiūrį į verslininkus. Sovietinė ideologija suprimityvino žemvaldžių ir verslininkų portretą ir juos vaizdavo kaip nekompetentingus kvailius ir tinginius arba melagius ir sukčius, kurie valstybės ekonomikoje neturi reikšmingos rolės. Tačiau sovietinė propaganda greitai neteko pagrindo, kai gruzinai tapo Sovietų Sąjungos pagrindinės ekonomikos pionieriais ir pradėjo verstis ne tik prekyba žemės ūkio produktais, bet ir tam tikra gamybine veikla. Labai stiprus polinkis į verslumą išryškėjo žlugus Sovietų Sąjungai, kai dauguma žmonių sustojus gamykloms puolė ne protestuoti ar skųstis, bet prekiauti gatvėse, kurti savus verslus.

Nepaisydami sudėtingų ir skurdžių sąlygų ir iš visų pusių sklindančios propagandos, gruzinai pozityviai žvelgia į verslą ir verslininkus. 47% gyventojų mano, kad verslininkai kuria ekonominę gerovę valstybėje. 63% respondentų pasitiki verslininkais ir juos gerbia, 54% gyventojų patys norėtų tapti verslininkais.

Gruzijos kultūroje išliko daug patarlių ir dainų, kuriose pabrėžiama pagarbos nuosavybei ir garbės išsaugojimo svarba. Tą puikiai iliustruoja populiarus posakis „Geriau prarasti galvą, nei prarasti gerą vardą“. Nors atgavus nepriklausomybę dažnai buvo nesilaikoma sutarčių, net per masines demonstracijas labai retai pasitaikydavo turto niokojimo atvejų. Net ir sovietiniu periodu buvo išsaugotos individualizmą ir viešos ir privačios erdvės atskyrimą pabrėžiančios tradicijos.

Istorinė perspektyva

Labai sunku atkurti istorinį gruzinų požiūrį į verslą, nes didelė dalis istorinių dokumentų buvo sunaikinti sovietiniu periodu. To meto literatūra ir filmai kūrė labai negatyvų verslininko portretą, o pozityvūs istoriniai verslininkų pavyzdžiai buvo tikslingai slepiami. Stiprios verslo tradicijos buvo pradėję kurtis Carinės Rusijos imperijoje, kuomet išsilavinimas ir darbo etika vaidino labai stiprų vaidmenį visuomenėje. Deja, susikūręs verslininkų sluoksnis buvo išnaikintas bolševikų valdžios, po represijų atsikūrusi pagrindinė prekyba ir verslas jau nesilaikė senųjų etinių normų – visus jam reikalingus išteklius tekdavo pavogti iš valstybinių įmonių ir kolūkių. Po Stalino mirties daugiau žmonių pradėjo užsiiminėti pagrindiniu verslu, privačiai netgi buvo tiekiamos medicinos paslaugos ir švietimas, tačiau jokia veikla nebuvo įmanoma be kyšių, išteklių vogimo ir slaptos komunistų partijos paramos. Valdžios atstovai į šias sritis per daug

nesikišo, nes patys buvo priklausomi nuo verslininkų tiekiamų paslaugų, o žmonės, užsiimančys nelegaliu verslu, gyveno daug patogesnę gyvenimą nei dirbantieji valstybinėse įstaigose. Visuomenė gana stipriai susiskaldė į dvi grupes, viena iš jų teigė, kad net ir nelegalus verslas yra priimtinas ir pateisinamas, kita – kad tik valstybinės įmonės turi teisę išlikti.

Po nepriklausomybės atgavimo, žlugus valstybės ekonomikai daugelis žmonių liko be darbo ir be pajamų šaltinio. Dėl lėtai vykusios privatizacijos užsidarė dauguma iki tol veikusių valstybinių gamyklų ir ūkių. Energetinių išteklių blokada iš Rusijos pusės ir tarptautinės prekybos patirties trūkumas beveik sustabdė valstybės ekonominę veiklą. Tačiau gyventojai, kurie turėjo kokių nors įgūdžių, pradėjo užsiiminėti įvairia veikla – dažniausiai prekyba arba ūkininkavimu, kuriuo žmonės užsiimdavo netgi miestuose.

Verslo sektoriaus atsiradimas iš pradžių nebuvo labai sėkmingas – 2003 metais Gruzijoje išvis buvo tik apie 50 tūkstančių registruotų verslininkų, iš kurių didelė dalis išgyveno tik dėl konkurenciją žlugdančių didelių mokesčių, griežtos valstybinės verslo reguliacijos ir korupcinių ryšių. Dešimtas dešimtmetis visų atmintyje išliko kaip masinio sutarčių laužymo ir vagysčių iš valstybinių įmonių periodas. Didelę įtaką vaidino ir nusikalstamo pasaulio veikėjai – nemažai jaunų žmonių į nelegalią veiklą žiūrėjo tiesiog kaip į alternatyvią verslo formą.

2005–2008 metų ekonominės reformos smarkiai padidino ekonominę laisvę valstybėje, dėl to greitai atsigavo valstybės ekonomika. Gruzijos ekonomikos augimas buvo didesnis nei daugumos kitų valstybių. Verslininkų skaičius taip pat išaugo astronominiu greičiu – 2008 metais dirbo 400 tūkstančių registruotų verslo įmonių. Mokesčių reformos ir dereguliacija palengvino galimybes kurti sėkmingą verslą. Tačiau tuo pačiu metu politikai, žiniasklaida ir kairiųjų pažiūrų nevyriausybinių organizacijų vykdė aktyvią kampaniją prieš verslininkus ir reikalavo griežtesnio darbo santykių, maisto kokybės ir aplinkos apsaugos reglamentavimo.

Ekonominė perspektyva

Dauguma gruzinų savo veiklą pradėjo be pakankamų verslo įgūdžių. Dauguma manė, kad verslas išgyvena tik su valstybės pagalba ir dėl to jį gali verslą kontroliuoti kaip tinkama. Dauguma verslininkų taip pat buvo priklausomi nuo valstybės paramos. Įgūdžiai įgyti sovietiniu periodu buvo beveik visiškai rinkos ekonomikos sąlygomis. Paveikti kairiųjų propagandos dauguma žmonių manė, kad visas šias problemas turėtų išspręsti valstybės įsikišimas.

Nepriklausomybės periodo pradžioje valstybė buvo per silpna, kad galėtų stipriai kištis į ekonominį gyvenimą ir užsiiminėti labdara. Tačiau stabilizuojantis ekonominė situacijai ir augant valstybės pajamoms, politikai pradėjo smarkiau kištis į privataus sektoriaus veiklą ir stiprinti žmonių priklausomybę nuo valstybės paramos. Rinkiminėse kampanijose pagrindinė tema būdavo, kas atiduos daugiau valstybinių pinigų. Kolektyvistinė praeitis ir politinė propaganda suformavo

nuomonę, jog valstybė turi pasirūpinti visų švietimu ir įdarbinimu. Tik natūralus individualizmas ir valstybės išteklių trūkumas lėmė tai, kad didelė dalis žmonių vis dar manė, jog savo verslo kūrimas yra gera išeitis.

Dauguma gruzinų taip pat nebuvo pasiruošę konkuruoti laisvoje rinkoje ir dėl to reikalavo griežtesnio prekybos ribojimo. Nuo subsidijų ir reguliacijos ypač buvo priklausomi žemės ūkio darbuotojai. Platesnis rinkos atvėrimas importui 2004 metais padidino įtampą rinkoje. Daugumai trūko laisvai konkurencijai reikalingo išsilavinimo ir įgūdžių. Dėl tokių žinių trūkumo buvo apkaltinta valstybė ir iš jos buvo reikalaujama imtis švietimo ir darbo vietų kūrimo programų. Valstybė taip pat negalėjo užtikrinti didelių subsidijų verslininkams, nemokamos sveikatos apsaugos ir bedarbystės pašalpų – visų dalykų, kurių tikimasi iš europietiškos valstybės. Tiek politikai, tiek žiniasklaida, tiek tarptautinės institucijos visuomenėje bandė įtvirtinti idėją, kad ne verslininkai, o valstybė kuria ekonominę gerovę, o verslininkai privalo tik dirbti ir mokėti mokesčius.

Dauguma taip pat patikėjo, jog valstybės ištekliai yra neriboti ir kad ji gali patenkinti visus gyventojų ekonominius poreikius ir visiems užtikrinti minimalų pragyvenimo lygį. Galbūt tokia nuomonė nulėmė specifinę Gruzijos mokesčių sistemą, kuri: 1. nereikalauja pajamų deklaracijų iš visų gyventojų, 2. kurioje yra trys paslėpti mokesčių tipai (PVM, akcizai ir importo mokestis), 3. kuri atleidžia neturtinguosius nuo visų turto mokesčių. Dauguma gruzinų nežino, kiek mokesčių jie sumoka ir tiesiogiai nejaučia jų poveikio ir dėl to mano, kad visi valstybės leidžiami pinigai yra arba gauti iš užsienio valstybių, arba sumokami turtingųjų.

Labai didelį vaidmenį čia vaidina ir intelektualų sluoksnis, kuris daugiausia per nevyriausybinės organizacijas skatina valstybės kišimąsi į privataus sektoriaus veiklą. Gruzijos vyriausybė pradėjo užsiimti įvairiomis taip vadinamomis socialinėmis programomis, padidino subsidijas ir nesėkmingai išbandė net keletą skirtingų įsidarbinimą skatinančių iniciatyvų. Taip pat labai vėlai buvo pradėta tokių sričių kaip geležinkeliai privatizacija. Vietoj to buvo sukurta nemažai valstybinių įmonių taip vadinamose kritinėse srityse. Sėkmingi tokių įmonių pavyzdžiai buvo naudojami kaip argumentai už didesnę valstybės rolę ekonomikoje.

Dauguma žmonių taip pat paprasčiausiai nori gauti kuo daugiau paslaugų, už kurias jie patys tiesiogiai nemoka. Pavyzdžiui, kelios politinės grupės ir žiniasklaidos atstovai palaiko idėją, esą todėl, kad Gruzija turi daug vandens išteklių, vanduo visiems gyventojams turėtų būti nemokamas. Tik keletas politikų išdrįso su šia nuomone nesutikti ir teigti, kad vandens tiekimas negali būti nemokamas, nes infrastruktūros kainą vis tiek turi kažkas padengti. Valstybė, nevyriausybinių organizacijų ir intelektualų sluoksnis tik stiprina negatyvų verslininko įvaizdį, kaltina verslininkus godumu ir nenoru mokėti didelių mokesčių, geranoriškai ir viskuo aprūpinančiai valstybei. Dėl to Gruzijoje stringa ekonomikos reformos ir rinkos liberalizavimas.

Religinis aspektas

Didžioji dalis Gruzijos gyventojų priklauso autokefalinei stačiatikių bažnyčiai. Šios religijos išpažinimas tapo ypač populiarius po atgimusio judėjimo už nepriklausomybę, devintojo dešimtmečio pabaigoje. Istoriskai Gruzijos bažnyčia visuomet buvo politiškai neutrali. Rusijos bažnyčia, kuri visada buvo laikoma stipria valstybės rėmėja, didelės įtakos Gruzijos krikščionims nepadarė. Gruzijos bažnyčia visada buvo įvykių centre, tačiau niekada tiesiogiai nepalaikė jokios politiniuose žaidimuose dalyvaujančios pusės.

Gruzijos bažnyčia istoriskai valdė didelius turtus ir derlingos žemės plotus, tačiau sovietiniu periodu nemaža dalis šio turto buvo nusavinta, o atgavus nepriklausomybę, valstybė šio turto negrąžino. Sovietiniu periodu buvo sužlugdyti tradicinės bažnyčios ūkio sritys – vyndarystė ir žemdirbystė, tačiau net ir be valstybės pagalbos bažnyčia vėl įtvirtino savo pozicijas šiose srityse. Bažnyčia gyventojams parodė pozityvų pavyzdį kaip galima protingiau nei valstybinės įmonės valdyti turimą turtą ir kurti sėkmingą verslą.

Bažnyčios oficiali pozicija verslininkų atžvilgiu yra gana pozityvi – bažnyčios atstovai teigia, kad kiekvienas žmogus turi prisiimti atsakomybę už savo veiksmus ir kiekvienas gali sėkmingai įsitvirtinti, jei jis pasiryžęs sunkiai dirbti ir kurti savo verslą. Bažnyčia taip pat nuolat pabrėžia valstybės vaidmenį sprendžiant bedarbystės ir skurdo problemas, bei skatina politikus labiau remti žemės ūkio sektorių. Taigi bažnyčios vaidmuo yra dvejopas – nors ji pabrėžia savarankiškumo ir iniciatyvos svarbą, ji neatmeta galimybės, kad opiausias ekonomikos problemas turėtų spręsti valstybė.

Politinė perspektyva

Sovietų Sąjungos žlugimas 1991 m. buvo pagrindinis XX amžiaus antrosios pusės politinis įvykis. Nauja nepriklausoma valstybė turėjo tris pertvarkymo tikslus: pakeisti ekonominę sistemą, t. y. pereiti nuo planinės prie rinkos ekonomikos, sukurti stabilią politinę sistemą ir iš pietinės Sovietų Sąjungos kolonijos šalį paversti nepriklausoma ir stipria valstybe. Kaip ir daugelyje kitų nuo Sovietų Sąjungos atsiskyrusių valstybių, Gruzijos politikai buvo susitelkę vien tik ties politinėmis reformomis – kūrė valdžios struktūras ir valstybės institucijas, mažiau dėmesio teikdami ekonominiams aspektams. Nepriklausoma 1995 m. konstitucija įteisino privačią nuosavybę, tačiau didelę dalį galios paliko centrinės valdžios rankose.

Gruzijos konstitucija ir įstatymai nurodo, kaip apsaugoti verslą ir nuosavybę, tačiau smarkiai neapriboja valstybės galios ir palieka galimybes kištis į verslininkų veiklą bei kurtis valstybinėms įmonėms. Tokia politinė sandara buvo nelabai palanki laisvam verslui ir valstybės institucijų vaidmenį iškėlė aukščiau už verslininkų ir individų iniciatyvą, o keletas bandymų reformuoti Konstituciją buvo nesėkmingi. Tuo metu valstybė didino savo svarbą ir stiprino institucijų ir biurokratų pozicijas.

Labai geras tokios pozicijos pavyzdys yra Gruzijos mokesčių politika. Nepaisant teigiamų ir svarbių reformų įvykusių po 2005 metų, daugiausia dėmesio ir apsaugos teko ne mokesčių mokėtojams, o mokesčių rinkėjams. Daugybė abejotinų mokesčių įstatymų reglamentuojančių straipsnių buvo palikti, kad būtų užtikrinamas mokesčių surinkimas bet kokiomis priemonėmis. Nuo 2005–2008 m. Gruzijos vyriausybė taip pat žengė pirmus žingsnius valstybės reguliavimo panaikinimo ekonominėje veikloje link – verslo pradėjimas Gruzijoje tapo ypač lengvu procesu.

Įsitvirtinusi politinė sistema privertė reformomis užsiimančią vyriausybę sukurti tam tikras socialines programas ir skirti tiesiogines subsidijas žemdirbiams. Vietoj to, kad būtų įvykdyta kuo daugiau ekonominę laisvę skatinančių reformų, nuo 2008 metų valstybė dalino vis daugiau pažadų. Tai įvyko ne tik dėl oponentų spaudimo, bet pačios reformomis užsiimančios vyriausybės ryžto išblėsimo. Buvo pasirinktos socialine gerove besirūpinančios programos, kurių rezultatai buvo nors ir trumpalaikiai, tačiau ryškiai matomi, o ne ekonomikos augimą skatinantis rinkos liberalizavimas, kuris ilgojoje perspektyvoje būtų atnešęs daugiau naudos.

Deja, reformoms pasiryžusi valdžia Gruzijoje nebuvo pakankamai stipri, kad galėtų padaryti įtaką didesniai žmonių skaičiui. Vis dar yra išlikęs stiprus iš buvusios sovietinės santvarkos paveldėtas požiūris, kad vyriausybė privalo reguliuoti ekonomiką ir joje vaidinti stiprią rolę. 2004 metais netgi buvo sukurtos Ministro Pirmininko pareigos (prieš tai Gruzija buvo grynai Prezidentinė respublika) tam, kad būtų pareigūnas atsakingas už ekonomikos kontrolę. Vakarų valstybių intervencionalizmo politika taip pat buvo pavyzdys visiems intelektualams, žiniasklaidai ir politikams, dėl to didėjo valstybės vaidmuo ekonomikoje.

Psichologinis požiūris

Manoma, kad Gruzijos gyventojai labai vėlai priėmė geras verslumo ir prekybos tradicijas. Iki Sovietinio periodo pradžios buvusią istoriją sunku atkurti dėl to, kad ji buvo sistemingai naikinama komunistų valdymo metais. Tipinio gruzino nuomone, priklausyti nuo kitų yra gėdinga, todėl verslo kūrimas vertinamas kaip moraliai teisingas žingsnis. Tačiau jei atsirastų galimybė perkelti dalį rizikos, nemažai žmonių ja pasinaudotų. Gruzinai neabejotinai lengviau priimtų valstybės subsidijas ir pašalpas nei pavienių žmonių pagalbą.

Tipinis gruzinas yra individualistas. Jis labiau linkęs į privatumą, o šeimos reikalai jam daug svarbesni nei visuomenės ir šalies reikalai. Populiari patarlė sako: „pirmiausia esi tu, o tik po to šeima“. Ši patarlė puikiai atskleidžia valstybės kultūrinę tradiciją. Tarybų Sąjungos ideologija ir ypač jos švietimo sistema stengėsi įdiegti mintį, kad valstybės reikalai turėtų eiti pirma asmeninių. Tačiau tai paveikė tik nedidelę dalį žmonių ir jei dauguma gruzinų išoriškai pritarė kolektyvizmo idėjoms, tai tik tam, kad gautų iš to kažkokios naudos. Didelė dalis gyventojų pasidavė „nemokamų pietų“ iliuzijai, tačiau dauguma gana greitai

suprato, kad ne visuomet verta rinktis tai kas nemokama. Dėl to paplito tradicija pinigais atsidėkoti viešose ligoninėse ir mokyklose dirbantiems gydytojams ir mokytojams bei palikti arbatpinigius taksi vairuotojams ir kitiems paslaugas teikiantiems žmonėms.

Individualistinį gruzinių charakterį atskleidžia ir tai, kad labai dažnai gyventojų butai nepriekaištingai sutvarkomi, o laiptinės ir kitos visiems priklausančios erdvės skendi netvarkoje. Galima daryti prielaidą, kad dauguma tikisi naudos iš kolektyvinės nuosavybės, tačiau patys nėra linkę ja rūpintis. Tačiau žiniasklaida ir politikai pastoviai skatina žmones būti bendruomeniškesniais ir į antrą planą nukelti savo interesus. Kai kurie žmonės vis dar naudoja kolektyvistines idėjas ir argumentus tam, kad įrodytų, jog valstybė, bet kokių atveju, yra labiau patikima negu privatus verslas, kuris neturi atsakomybės prieš visuomenę idėjos. Kolektyvistinių idėjų sklaida daugeliu atvejų daro didelę įtaką žmonėms, dažnai neturintiems kito informacijos šaltinio ir dėl to jos atrodo priimtinos ir teisingos.

Pati politikos prigimtis lemia tai, kad plinta kolektyvistinės idėjos ir vietoj sunkių, tačiau ilgalaikėje perspektyvoje naudingiausių, rinką laisvinančių sprendimų dažniausiai renkamosi trumpalaikiai, tačiau akivaizdžiai matomi sprendimai. Politiniuose debatuose labai retai laimi laisvą rinką ir dereguliaciją skatinantys politikai. Gruzija iš Sovietų Sąjungos žlugimo turėjo puikią pamoką, kodėl ne viską galima patikėti valstybei, ir ši tendencija puikiai atsispindi apklausoje, tačiau reformos jau prarado pagreitį ir po truputį judama didesnės valstybės ir mažėjančios ekonominės laisvės link.

Vi-295 **Visuomenės požiūris į verslininką: Koks ir Kodėl?** Sociologinė, istorinė, psichologinė, antropologinė, ekonominė ir religinė analizės / Lietuvos laisvosios rinkos institutas. – Vilnius : Lietuvos laisvosios rinkos institutas, 2013. – 96, [1] p.

ISBN 978-609-8101-01-0

Leidinyje pristatomas reprezentatyvus Lietuvos gyventojų nuomonės apie verslininkus tyrimas. Jame pateikiama sociologinė gautų duomenų analizė, atskleidžianti, koks požiūris į verslininkus vyrauja Lietuvos visuomenėje. Taip pat leidinyje pateikiamai įvairių sričių autorių esė, paaiškinantys tokio įvaizdžio priežastis. Šie tyrimo duomenys palyginami su trijų pokomunistinių šalių – Bulgarijos, Gruzijos, Kirgizijos – analogiško tyrimo rezultatais.

UDK 658(474.5)

Visuomenės požiūris į verslininką: Koks ir Kodėl?

Sociologinė, istorinė, psichologinė, antropologinė, ekonominė ir religinė analizės

Sudarė ir išleido Lietuvos laisvosios rinkos institutas

Už straipsniuose pateiktus vertinimus bei faktus atsako autoriai. Lietuvos laisvosios rinkos instituto nuomonė gali nesutapti su autorių nuomone.

Šeimyniškių g. 3a, 09312 Vilnius
Tel. (8 5) 250 0280, faksas (8 5) 250 0288
el. paštas llri@lrinka.lt
www.lrinka.lt
Tiražas xxx egz.