

## Globali ekonomika ir antreprenerystė

**Marija Kučinskienė**

Docentė  
Vilniaus universiteto  
Jmonių ekonomikos katedra  
Saulėtekio al. 9, LT-2040 Vilnius  
Tel. (370 2) 236 61 31

**Gražina Jatuliavičienė**

Lektorė  
Vilniaus universiteto  
Jmonių ekonomikos katedra  
Saulėtekio al. 9, LT-2040 Vilnius  
Tel. (370 2) 236 61 31

*Ekonomikai įgaunant sparčius pokyčius ir poreikį adaptuotis ekonomikos pokyčių terpėje, straipsnyje aptariamas antreprenerystės reiškinys internacionalizacijos ir globalizacijos procesų kontekste. Pagrindinis dėmesys skiriamas globalios ekonomikos ypatumams, antreprenerystei, kaip vieno iš būdų ekonomikai įgyti naujos vertės kūrimo palankias galimybes, tyrinėti. Autorės argumentuoja, kad antreprenerystė yra katalizatorius inovacinės veiklos aktyvinimui ir plėtrai, adekvačiai reaguojant į konkurencinius iššūkius pasaulinėje rinkoje. Tyrimais pagrįdžiama antreprenerystės svarba smulkaus ir vidutinio verslo plėtrai Lietuvoje.*

*Svarbiausios sąvokos: internacionalizacijos ir globalizacijos procesai, inovacijos, antreprenerystės reiškinys.*

### Internacionalizacija ir antreprenerystė

Vienu iš žymiausių pastarųjų dešimtmečių įvykių tapo pasaulinės ekonomikos internacionalizavimosi ir globalizavimosi tendencijos, sąlygotos spartaus tarptautinio verslo augimo. Nors šie du terminai dažnai vartojami pakeičiant vienas kitą, jie nėra sinonimai.

Pažymėtina, kad plėtojant supratimą apie internacionalizacijos terminą, tarp šios srities tyrinėtojų vis labiau įsitvirtina nuomonė, kurioje sureikšminama nuomonė, jog apibrėžimuose dominuoja šalių ekonominių ir socialinių ryšių vystymas bei tarptautinio verslo plėtra savitais produktais specifinėse rinkose [1, 1; 2, 1]. Tą pasako jau pati žodžio struktūra („inter“ + „national“ – angl. tarp valstybių). Pasauliniu mas-

tu internacionalizacija nėra naujas reiškinys, ypač sustiprėjęs industrializacijos pradžioje aštuonioliktajame amžiuje Europoje. Tačiau, kaip nurodo Dickenas internacionalizacijos procesui būdinga ekonominių veiklų, ypač tarptautinės prekybos plėtra, pagrindiniam vienetai išliekant atskirai šaliai [3, 3]. Ekonominė veikla organizuojama nacionalinės ekonomikos viduje, tuo tarpu tarptautiniai mainai vyksta kaip žaliavų ir produktų, pagamintų ir užbaigtų atskiroje nacionalinėje ekonomikoje, eksportas ir importas. Internacionalizacijos būdingas bruožas yra tarptautinės prekybos ir liberalizacijos plėtra, ypač paspartėjusi pirmaisiais dešimtmečiais po Antrojo pasaulinio karo [9, 4]. Tarptautiniai prekių mainai pasauliniu mastu 1960 m sudarė 8 procentus visos pridėtinės vertės. Po 30 metų šis skaičius išaugo dvigubai – iki 16 procentų.

Tam didžiausią įtaką turėjo Vakarų šalių rinkos ekonomika, kuri sėkmingai plėtojo savo šalių gamybos ir prekybos internacionalizaciją. Tarptautiniai prekių mainai buvo skatinami tuometinio GATT, TVF ir kitų tarptautinių organizacijų, šalinant muitų barjerus ir kitas prekybos kliūtis.

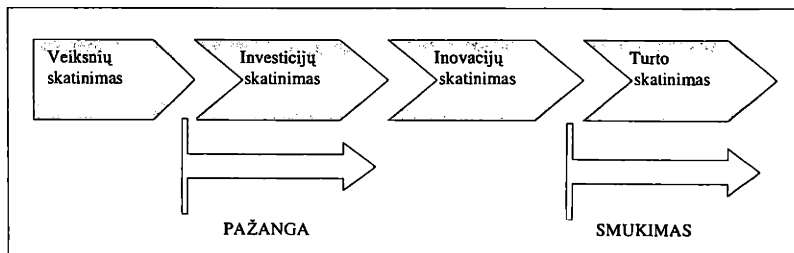
Porterio supratimu, tarptautinis tautų konkurencingumas reiškia šalies vietinių įmonių sugebėjimą naudoti nacionalinius (vietinius) išteklius būdu, kuris įgalins jas būti konkurencingomis tarptautinėse rinkose. Atskirų įmonių tarptautinis konkurencingumas atitinka šalių pajėgumą konkuruoti. Šalių tarptautinis konkurencingumas internacionalizacijos sąlygomis, pagal Porterį, priklauso nuo šalių konkurencinio vystymosi etapo. Kiekviename etape galima išskirti šalies būdingus konkurencinio pranašumo šaltinius.

Pats palankiausias tarptautiniam konkurencingumui yra inovacijų skatinamas etapas, būdingas išsivysčiusioms šalims, kurių konkurencinis pranašumas remiasi inovacijų idėgimu. Inovacijų ir antreprenerystės ryšį vaizdžiai apibrėžė J. Shumpeteris, teigdamas, jog be inovacijų nėra antreprenerių, be antrepreneriškų pasiekimų nėra pelno bei ekonominio augimo postūmio.

Vyraujanti nuomonė, kad antrepreneris – tai asmuo, orientuotas į vidutinę riziką ir galimy-

bių panaudojimą bei besiiimantis iniciatyvos konkrečioje veiklos srityje. Jo gebėjimas būti kūrybingam ir aktyviam, nepriklausomam, pasirengusiam rizikuoti ir tikinčiam savo sėkme leidžia tai vadinti antrepreneryste (verslumu). Šiuo požiūriu verslininkas yra svarbiausias asmuo, varomoji jėga, be kurio pasišventimo, energijos ir ambicijų nebūtų įmanomas visų būtinų išteklių sutelkimas ir racionalus jų panaudojimas, norint didinti savo naudą ir suteikti naudos kitiems. Pažymėtina, kad, suteikdami verslininkui pagrindinį vaidmenį, turime pripažinti, kad literatūroje sunku rasti vienintelį apibrėžimą ar vieną aiškų supratimą, kas yra antrepreneris ir ką jis veikia.

Antreprenerystės reiškinys pasauliniu mastu turi galias tradicijas ir istoriją. Jis netgi nesiejamas su kapitalizmo atsiradimu. Gilioje senovėje gamyba prasidėjo dirbtuvėse, nedidelėse patalpose. Amatai plėtojosi miestuose, ir visa gamyba buvo smulki. Tik gerokai vėliau vyko gamybos koncentracija, atsirado didelių įmonių. Spartų ūkio augimą lėmė verslininkai, kurie visiškai realizavo savo aktyvumą ir energiją. Vienu metu netgi buvo manoma, kad gamybai koncentruojantis, išnyks smulkios įmonės ir jų nebereikės. Tačiau spartus pramonės augimas sukūrė sąlygas didėti žmonių poreikiams kartu ir formuotis naujiems porei-



1 pav. Keturi šalių konkurencinio vystymosi etapai [9, 563]

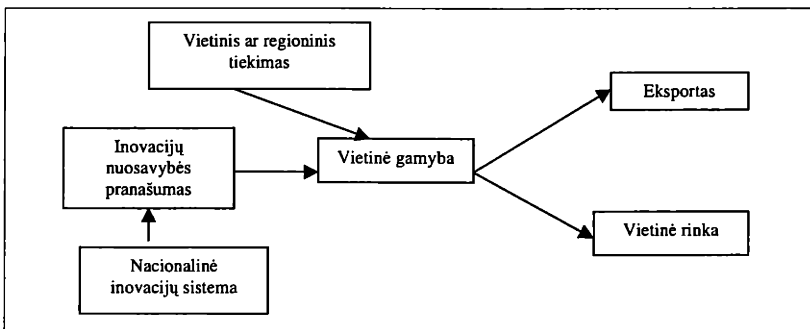
kiams bei aukštesniam vertinimo lygiui. Žmonės, turėdami daugiau laisvų pinigų ir laiko, labiau ėmė domėtis pramogomis, o ir pačiai pramonei reikėjo geresnio ir greitesnio aptarnavimo [7, 18]. Industrializacijos pradžioje atskirų įmonių augimas buvo susijęs su žymių novatorių vardais, pvz., Vokietijoje Gotlibas Daimleris, Verneris von Siemensas, Boshas ir kt. Jų inovacijos vedė prie naujų, rizikingų ekonominių veiklų diegimo ir užimtumo (šalyse) regionuose, iš kurių atėjo inovacijos. Šių inovacijų internacionalizacija vyko didinant eksportą prekių, įjungusių šias žinias.

Nacionalinės inovacijos prisidėjo sukuriant naujus produktus, naujas įmones ir naujas pramonės šakas, sukėlusias didesniąją dalį ekonomikos augimo šiame periode. JAV antreprenerystės reiškiniai priskiriami apie du trečdaliai skirtumo tarp JAV ir kitų šalių ekonominio augimo. Maži antrepreneriai sukūrė revoliucingiausius XX amžiaus išradimus: lėktuvus, didelio galingumo kompiuterius, minkštas kontaktines linzes ir kt. [5].

## Globalizacija ir antreprenerystė

Globalizacija yra naujas fenomenas pasaulio ekonomikoje, sudėtingesnė ir pažangesnė in-

ternacionalizacijos forma. Ji tapo viena iš svarbiausių šio amžiaus reiškinų pasaulio ekonominiame, socialiniame ir politiniame gyvenime. Globalizacija rodo augančią nacionalinių ekonomikų integraciją per prekybą ir tiesiogines užsienio investicijas. Ji yra susijusi su funkcinio integravimosi laipsniu tarptautiniu mastu išsklaidytose ekonominėse veiklose, gaminant ir pateikiant homogeniško tipo produktus globaliai [3, 1]. Globalizacijos procesas apsprendžia novatyvias verslo formas, integruoto augimo strategijas ir priemones efektyviam gamybos ir paskirstymo organizavimo metodų taikymui globaliu mastu. Pasaulinė gamybos proceso organizavimo patirtis leidžia išskaidyti pridėtinės vertės grandinę – tai pridėjo naujų kintamųjų skatinant integracijos procesą. Istorinės perspektyvos požiūriu tai sąlygojo spartų (pradedant nuo 1982 metų) tarptautinės prekybos ir tiesioginių užsienio investicijų (TUI) augimą. Internacionalizacijos procese tokiomis investicijomis buvo skatinamas įmonių siekimas pagerinti priėjimą prie žaliavų šaltinių ir sumažinti dirbtinius barjerus prekybai. Tai teikė pirmenybę horizontaliai gamybos struktūrai. Tuo tarpu globalizacijos procesas paskatino naujus, atitinkančius vertikalią gamybos struktūrą verslo vystymo būdus. Tai lyg savotiškas valstybių



2 pav. Tradicinė inovacijų sistema ir nacionalinės pridėtinės vertės kūrimas [9, 8]

sienų ištyrimas, siekiant ekonominių tikslų ir integruojantis į vieną globalią ekonomiką. Pasaulis tampa viena rinka.

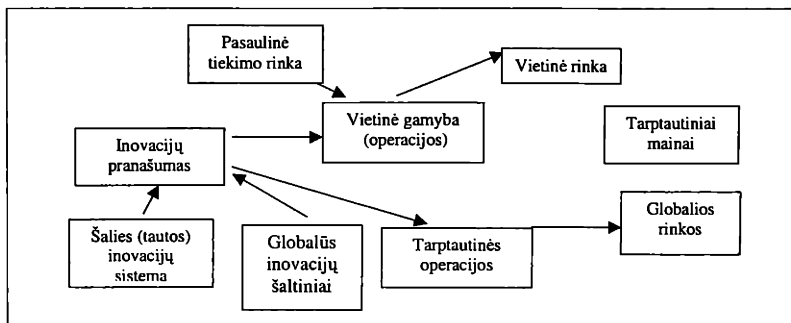
Globali ekonomika kuria verslo aplinką, kuri radikaliai skiriasi nuo ankstesnės. Kalbant apie globalios ekonomikos ypatumus, naudinga įvertinti, jog besiplečiantys rinkų tarpusavio ryšiai keičia tarptautinės konkurencijos prigimtį ir konkurencingumo veiksnius. Tai atveria įmonėms pasaulines rinkas, suteikia platų žmonių ir kitų išteklių pasirinkimą, suaktyvina partnerystės procesą ir sukuria konkurencinį spaudimą. Būtų naivu manyti, kad globalios ekonomikos poveikis aplenks Lietuvą.

Intensyvūs ekonomikos pokyčiai, o ypač globalios inovacijos, verčia Lietuvos įmones ir organizacijas ieškoti naujų idėjų bei efektyvių verslo sprendimų. Lietuvai tapus PPO nare, atsiveria naujos verslo tarptautinės plėtros galimybės. Taigi šiuolaikinėmis nuolatinių pokyčių sąlygomis Lietuvos verslininkai, ypač verslo lyderiai, turi suvokti ir įvertinti inovacijų svarbą ir vietą globalioje inovacijų sistemoje ir suprasti antreprenerystės būtinumą ir naudą ekonomikos augimo skatinimui. Ūkio modernizavimas yra būtina sąlyga siekiant Lietuvai sėkmingai integruotis į Europos Sąjungą.

Diskusijos apie tautų nacionalinio konkurencingumo šaltinius išryškino inovacijų ir antreprenerystės svarbą globalios rinkos sąlygomis. „Antrepreneriai (verslininkai) turi ateities raktus. Jie drąsūs inovatoriai, jie revoliucionizuoja pramonę, jie kuria naujas darbo vietas, naujas gėrybes ir yra visuomenės augimo variklis. Nebijodami suklupti, jie pertvarko korporacijų pasitenkinimo savimi būseną į konkurencingą. Jie yra naujų technologijų kūrimo lyderiai ir tik jie suteikia viltį besivystantiems kraštams“ [6].

Todėl bene aktualiausia verslo ir ekonomikos plėtros kryptimi tampa inovacijos ir antreprenerystė, leidžianti spartinti ekonominį augimą, didinti užimtumą. Antreprenerystė yra pirmiausia susijusi su smulkaus ir vidutinio verslo vystymu. Pasaulyje 95 proc. visų radikalių inovacijų priskiriamos smulkiam verslui [5]. Lietuvai antreprenerystė ypač svarbi, kadangi mažai šaliai, turinčiai ribotus išteklius (ypač inovacinius), tarptautinį konkurencingumą galima didinti tokių žmonių pagalba, kurie turi žinių ir idėjų bei nebijo rizikos.

Atsižvelgiant į globalizacijos sąlygotus pasaulinius integracijos procesus, tarptautinio konkurencingumo didinimas turi galimybę remtis ne tik šalyje sukuriamomis inovacijomis, bet



3 pav. Pridedamosios vertės kūrimas globalios rinkos sąlygomis

atsiranda galimybė didinti tarptautinį konkurencingumą pasinaudojant tarptautiniu bendradarbiavimu inovacijų srityje. Globalios verslo sąlygos keičiasi nepaprastai sparčiai, todėl išlikimo ir augimo galimybė gali būti pasiekiami tik tiems, kurie greičiau sukuria ir įgyvendina naujas idėjas, išradimus bei technologijas socialinėje ir organizacinėje sferoje. Todėl, siekiant tarptautinio konkurencingumo, naudinga orientuotis ne į būdingą internacionalizacijai rėmimąsi savo šalies inovacijomis, o antreprenieriškais, t. y. naujoviškiems ir rizikingiems sumanymams įgyvendinti, įvertinti nacionalinės (vietinės) pridamosios vertės kūrimo galimybes globalioje ekonomikoje.

Pasaulis keičiasi nepaprastai greitai, todėl didėjančios konkurencijos sąlygomis įėjimas į rinką tampa sudėtingu procesu ir vis daugiau tam reikia papildomų žinių. Iš tikrųjų daugiau galimybių atsiranda verslininkams, kurie dėl aplinkos pokyčių įtakos veikia kūrybingai, įgyvendami naujoves, rizikingus sumanymus. Tiesioginė įtaką naujiems rizikingiems sumanymams atsirasti (globalioje ekonomikoje) turi antreprenieriškumo (verslumo) reiškinys. E. Sheino nuomone, antreprenieris pasižymi stipriu globalinės ekonomikos suvokimu bei jo kuriamos organizacijos vieta joje [4].

Technologijos tobulėjimas ir globalizacija lėmė dinamiškus įmonių struktūros kaitos būdus. Visuomeninio gyvenimo sudėtingumas išplėtė naujų poreikių sritį, o tai pirmiausiai paskatino ekonomikos plėtrą. Sparčiai pradėjo steigtis smulkios inovacinės paslaugų įmonės. Prasidėjo smulkių įmonių „renesansas“. Pastebėta, kad daugelio valstybių patirtis akivaizdžiai patvirtina smulkių įmonių reikšmę šalies ūkio plėtrai. Ne tik išsivysčiusiose Vakarų šalyse smulkios įmonės išsprendžia „savęs įdarbinimo“ problemas, prisideda prie darbo vietų skaičiaus didinimo, bet ir sukuria svarią BVP dalį. Pavyzdžiui, Lietuvoje, 2000 m. smulkios ir

vidutinės įmonės (SVV) sukūrė 72 proc. BVP ir šiame sektoriuje dirbo 70 proc. visų užimtųjų. Tačiau ES šie rodikliai dar didesni, pavyzdžiui, smulkiuose įmonėse ten 2000 m. dirbo apie 92,9 proc. visų užimtųjų [8]. Svarbu pažymėti, kad smulkios ir vidutinės įmonės mokslui imlias veiklos rūšis plėtoja savo išteklių dėka. Lietuvoje mokslo tiriamajai veiklai skiriama tik 0,6 proc. BVP, tuo tarpu ES – beveik 2 proc.

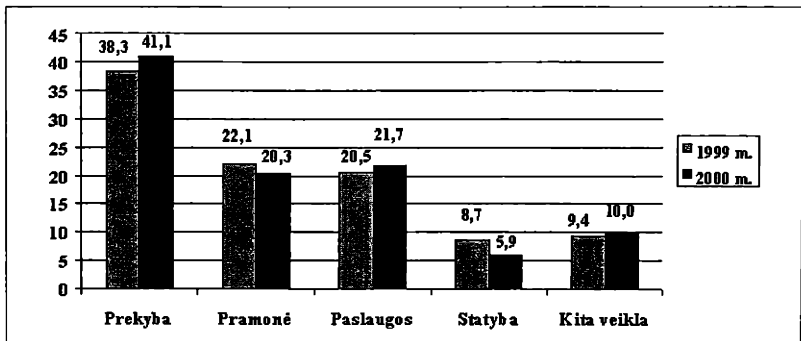
Lietuvoje antreprenerystė, kaip reiškinys, pradėjo formuotis atsiradus rinkos ekonomikai (iš pradžių antreprenerystei pasireiškus kaip kooperatiniam judėjimui), susikūrė tūkstančiai smulkių įmonių, pradėjusių naują verslą (ir nauja gamyba, ir naujos paslaugos). Šalies gyventojų aktyvumas kuriant savo verslą lėmė privataus verslo plėtrą ir jo įsitvirtinimą Lietuvos ekonomikoje. Spartus verslo savininkų daugėjimas išryškino privataus sektoriaus indėlį į BVP kūrimą. Privataus sektoriaus sukurta bendrojo vidaus produkto dalis didėjo laipsniškai ir iki 2000 m. pradžios padidėjo daugiau nei keturis kartus. Privataus sektoriaus įmonės, kuriose dirbo iki 50 žmonių, 2000 m. sukūrė apie 32 proc. BVP, tuo tarpu 1995 m. įmonės, kuriose dirbo iki 100 žmonių, apie 22 proc. BVP [8]. Tokia situacija leidžia kalbėti apie tai, kad rinkos ekonomikos formavimosi pokyčiai sudarė sąlygas būti aktyviems rinkos ekonomikos dalyviams visiems, kurie turi išskirtinį norą, išvalgumą ir geba novatoriškai mąstyti. Rinka natūraliai atsirenka tuos dalyvius, kurie, aktyviai veikdami ir atsižvelgdami į verslo plėtros galimybes, vis labiau supranta technologijų, organizacijų ir išteklių, o ypač žmonių išteklių, svarbą, sugeba pateikti rinkai (kaip galima anksčiau) įvairias novatoriškas iki tol nežinomas veiklas (ar gamybas). Tam kaip tik ir reikia antreprenieriško požiūrio į verslą. Pažymėtina, kad tarp šios srities tyrinėtojų vis labiau įsitvirtina nuomonė, jog antreprenieriškos

įmonės (organizacijos) dominuos ir per artimiausius dešimtmečius.

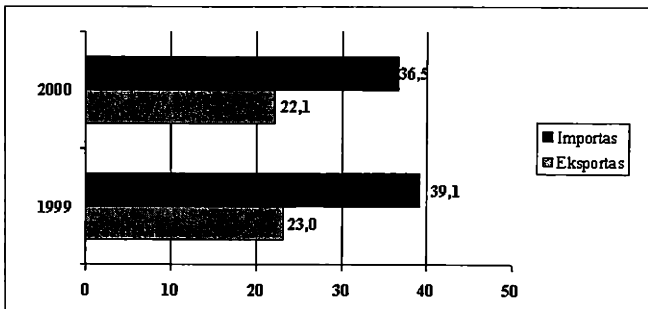
Didžiausią dalį SVĮ sukurtos pridėtinės vertės struktūroje sudarė vidutinių įmonių sukurta pridėtinė vertė: 1999 m. – 63,9 proc., 2000 m. – 61,4 proc. Mikroįmonių sukurta pridėtinė vertė 1999 m. sudarė 4,3 proc., 2000 m. – 4 proc., smulkių įmonių atitinkamai 31,8 proc. ir 34,6 proc. visos SVĮ sukurtos pridėtinės vertės. Daugiausia pridėtinės vertės sukuriama prekybos sektoriuje.

SVĮ užsienio prekybos dalis bendroje Lietuvos užsienio prekyboje yra gana maža: SVĮ eksportas nesudaro nei ketvirtadaliu viso Lietuvos eksporto, o SVĮ importas sudaro kiek daugiau nei trečdalį viso Lietuvos importo. 1999–2000 m. SVĮ eksporto dalis bendrame Lietuvos eksporte sumažėjo 0,9 proc. SVĮ importo dalis 1999–2000 m. sumažėjo 2,6 proc.

Didžiausią SVĮ eksporto dalį sudaro prekybos įmonių eksportas. Didžiausią dalį prekybos SVĮ eksporto 2000 m. sudarė didmeninės



4 pav. Smulkių ir vidutinių įmonių 1999–2000 m. sukurtos pridėtinės vertės struktūra pagal veiklos rūšis, procentais [11]



5 pav. Smulkių ir vidutinių įmonių užsienio prekybos dalis bendroje Lietuvos užsienio prekyboje 1999–2000 m., procentais [11]

prekybos įmonių eksportas – 77,3 proc. Tuo tarpu mažmeninės prekybos įmonių eksportas nuo 10,2 proc. viso prekybos SVĮ eksporto 1999 m. sumažėjo iki 5,4 proc. 2000 m.

Plėtojant supratimą apie antreprenerystės reiškinių ir vertinant dabartinį Lietuvos verslininkystės mastą, pirmiausia reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad naudinga išskirti svarbiausius šio reiškinių tyrimo aspektus: tai – antreprenerio veikimo būdai ir kas skatina jį veikti. Antreprenerystės tyrimai turėtų padėti atsakyti į klausimą, ar antrepreneris, tai – kiekvienas asmuo, kuris įkuria savo įmonę, ar antrepreneris būtinai turi būti novatoriškai mąstantis, nesvarbu, kur jis veiktų – savo smulkioje ar vidutinėje, o galbūt stambioje įmonėje. Iširti antreprenerystės reiškinių ir jo paplitimą tiek stambiose, tiek SVV įmonėse yra labai aktualu, tačiau, pasirodo, ne taip jau paprasta. Norėdami tai išsiaiškinti susidūrėme su tuo, kad nelabai šis reiškinys žinomas Lietuvos, konkrečiau Vilniaus, įmonių darbuotojams. Todėl atlikome tyrimą, kurio metu buvo siekiama išsiaiškinti antreprenerystės paplitimo reiškinių Lietuvoje, pirmiausiai, ar šis reiškinys apskritai yra žinomas Lietuvos įmonių vadovams. Šiuo tikslu buvo atlikta anketinė apklausa, kurios metu buvo apklausti 24 respondentai: 12 moterų ir 12 vyrų. Tik 33 proc. apklaustųjų yra įmonės savininkai, iš jų 2/3 vyrai. Apklausiamos buvo įvairaus dydžio įmonės. Daugiausiai apklausta smulkių ir vidutinių įmonių darbuotojų / savininkų, o mažiausiai – stambių įmonių (mažiau nei 1/3).

Antreprenerio sąvoka yra žinoma tik 4 proc. apklaustųjų (t. y. 1 respondentui), pusei res-

pondentų ši sąvoka yra visai nežinoma, o 46 proc. – girdėta. Taigi galima daryti išvadą, kad pusė respondentų šios sąvokos visai nežino, o kita pusė – žino ar bent girdėjo. O į klausimą „ar laikote save antrepreneriu?“ teigiamai atsakė mažiau nei 1/3 respondentų, pusė apklaustųjų atsakė, kad jie nėra antrepreneriai ir likę – nesuprato antreprenerio sąvokos ir negalėjo atsakyti į pateiktą klausimą.

Kitame klausime buvo pateiktos antrepreneriui būdingos savybės (t. y. iniciatyvumas, kūrybingumas, rizikingumas, vadybiniai sugebėjimai, išvalgumas, spontaniškumas, užsispyrimas), kurias buvo prašoma įvertinti penkiabalėje sistemoje (1 balas – visai nebūdinga, 5 balai – labai būdinga). Tuo mes siekėme įsitikinti, ar apklaustieji tikrai turi antrepreneriui būdingų savybių, nes galbūt šis reiškinys ir nėra žinomas, bet jis egzistuoja.

Kaip matome iš apklausos rezultatų (žr. 1 lentelę) visos asmeninės savybės yra įvertintos daugiau už vidutinį balą, išskyrus spontaniškumą (2,7 balai). Labiausiai būdingos savybės yra užsispyrimas, išvalgumas, kūrybingumas. Be to, beveik visos savybės yra labiau būdingos moterims nei vyrams, išskyrus rizikingumą: vyrai yra labiau linkę rizikuoti nei moterys (atitinkamai 3,4 ir 2,9 balo).

Viena iš neatskiriamų antreprenerio savybių yra rizikingumas. Todėl siekėme išsamiau išsiaiškinti, kuo rizikuotų mūsų respondentai. Antrepreneris gali rizikuoti viskuo, o kaip yra iš tikrųjų?

Kaip matome, šeima niekas nerizikuotų, apskritai niekuo nenori rizikuoti 13 proc. respondentų, todėl galime teigti, kad jie tikrai nėra ant-

1 lentelė. Antreprenerio savybių pasiskirstymas tarp moterų ir vyrų

	Iniciatyvumas	Kūrybingumas	Rizikingumas	Vadybiniai sugebėjimai	Išvalgumas	Spontaniškumas	Užsispyrimas
Vyrai	3,3	3,3	3,4	3,4	3,7	2,7	3,6
Moterys	3,6	3,7	2,9	3,6	3,8	2,7	4,1

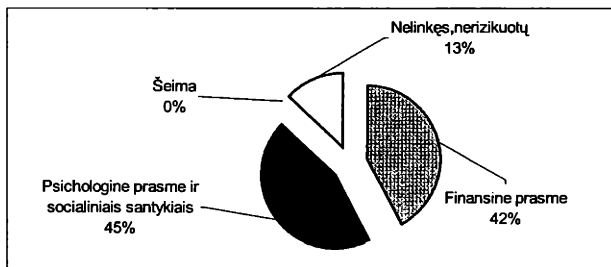
repreneriai. Labiausiai linkę rizikuoti finansine, psichologine prasme ir socialiniais santykiais.

Į klausimą „ar Jūsų įmonė taiko naujoves versle“ 42 proc. atsakė teigiamai, 54 proc. – kartais taiko naujoves įmonėse, ne – 4 proc. Taip pat įdomu buvo išsiaiškinti, kokio dydžio įmonės dažniausiai taiko naujoves. Kaip matome iš 2 ir 3 pav. į klausimą teigiamai atsakė 36 proc. SVV ir 43 proc. stambių įmonių atstovų, neigiamai – tik vienas SVV atstovas.

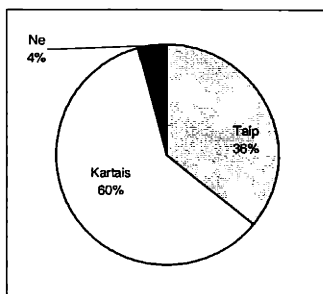
Su naujovėmis, inovacijomis, antrepreneryste yra glaudžiai susijęs pastovus mąstymas apie kitas nišas savo verslui. Tai lyg pastovus alternatyvų ieškojimas, pasitelkiant savo antrepreneriškus sugebėjimus. Tačiau galvojimas

dar toli gražu nereiškia antrepreneriškumo. Turi praėti dar nemažas kelias, kol tai bus įgyvendinta. Pvz., inovacijose, galima sakyti, yra pasidalinimas, t. y. vieni kuria naujoves, o kiti jas įgyvendina. Mes siekėme išsiaiškinti, ar daug respondentų galvoja apie naują nišą savo verslui, ir tik trečdalis respondentų atsakė teigiamai, 1/5 – neigiamai.

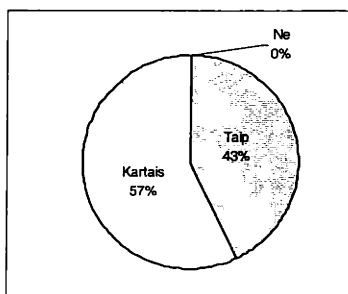
Buvo išanalizuotos ir priežastys, trukdančios įgyvendinti naujoves versle. Kaip rodo atlikti tyrimai (apklausos rezultatai pateikti 2 lentelėje), daugelio respondentų nuomone, naujoves įgyvendinti versle trukdo valstybės vykdoma politika. Mūsų tyrime panaudota penkiabalė sistema, kur 1 balas – visai netrukdo, 5 balai – labai



6 pav. Ar linkę rizikuoti įmonių savininkai / darbuotojai?



7 pav. Naujovių taikymas SVV įmonėse



8 pav. Naujovių taikymas stambiose įmonėse



2 lentelė. Kliūčių įgyvendinant verslo naujoves pasiskirstymas tarp moterų ir vyrų

	Asmeninės savybės	Valstybės politika	Ekonominė padėtis	Socialiniai veiksniai	Teisiniai veiksniai	Informacijos trūkumas
Vyrai	2,3	4,0	3,3	2,8	3,3	2,7
Moterys	2,2	4,0	4,0	3,0	3,2	3,1

trukdo, daugiausiai balų – 4 – teko būtent valstybės vykdomai politikai, kaip labiausiai trukdančiai įgyvendinti naujoves versle.

Mažiausiai reikšminga ir vyrams, ir moterims asmeninės savybės (t. y. 2,2 balai – moterims ir 2,3 balai – vyrams). Kiti veiksniai, t. y. socialiniai, teisiniai, informacijos trūkumas, pasiskirstę panašiai – 3 balai.

Moterų nuomonė ryškiai skiriasi nuo vyrų tik vienu klausimu, daugumai moterų ekonominė padėtis įgyvendinant naujoves versle turi didelę reikšmę, net 4,2 balo, o vyrams – 3,3 balo.

Apibendrinant šį tyrimą naudinga pažymėti, kad nors apie antreprenerystės reiškinį yra šnekama seniai ir gana daug, tačiau didelė dalis įmonių vadovų ir darbuotojų nėra susipažinę net su antreprenerystės sąvoka ir netgi pirmą kartą išgirdo apie ją iš apklausą atliekančių asmenų. Iš apklaustųjų respondentų net apie 1/3 laiko save antrepreneriais, tačiau nagrinėjant antreprenerio savybes, respondentams jos pasirodė tik vidutiniškai būdingos, išskiriant tik keletą, o rizikingumas – išvis beveik mažiausiai būdingųjų grupėje. Be to, net 13 proc. respondentų nurodė, kad jie niekuo nerizikuotų savo veikloje. Šeima rizikuoti nesutiktų apskritai nė vienas apklaustųjų. Tačiau, nepaisant to, naujoves dažniau ar rečiau taiko visos, tiek stambios, tiek SVV įmonės (išskyrus SVV įmonę, kuri to nedaro). Taip pat antrepreneriui būdinga nuolat ieškoti naujos veiklos srities, tačiau iš mūsų apklaustųjų tik 1/3 atsakė teigiamai.

## Išvados

Didėjančios globalios ekonomikos konkurencijos sąlygomis aktyviai veikiantys ir žvelgian-

tys į verslo plėtros galimybes rinkos dalyviai vis labiau supranta verslininko verslumo (antreprenerystės) svarbą ir socialiniu, ir ekonominiu požiūriu.

Aktyviai veikiantys rinkos dalyviai orientuojasi į išteklių ir jų savybių, kurie sugebėtų pateikti rinkai įvairias novatoriškas veiklas, svarbą bei tolesnę plėtotę. Internacionalizacijos sąlygomis antrepreneriškumas remiasi šalies inovacijų šaltiniais, tuo tarpu globalizacijos sąlygomis antrepreneriškumą galima skatinti remiantis globalia inovacijų sistema.

Antreprenerystė pasaulyje yra pirmiausiai siejama su smulkaus ir vidutinio verslo atsiradimu ir sparčiu privataus verslo savininkų dauginimu. Taip pat antreprenerystės reiškinys svarbus naujais rizikingiems sumanymams Lietuvoje atsirasti ir ekonomikos augimui skatinti, nes daugelio valstybių patirtis patvirtina SVV įmonių reikšmę šalies ekonomikos augimui ir ūkio plėtrai.

Nors antreprenerystės ypatumai ypač aktualūs šiandieninei ekonomikai, tyrimai rodo, kad šis reiškinys dar mažai žinomas Lietuvoje. Be to, nors trečdalis apklaustųjų priskiria save prie antreprenerių, tačiau tyrimo duomenys tuo leidžia suabejoti, nes antrepreneriškosios savybės šiems respondentams yra tik vidutiniškai būdingos. Tačiau, nepaisant to, naujoves taiko beveik visos tyrinėtosios įmonės, o tai jau savaime yra didesnė ar mažesnė rizika.

Tokiai mažai, ribotų išteklių valstybei kaip Lietuva labai svarbu aiškinti ir mokyti antreprenerystės, kaip naujo reiškinio, turinčio didelę svarbą šalies ekonomikos augimo skatinimui globalios rinkos sąlygomis. Tai leistų gerinti pridedamosios vertės struktūrą.

## LITERATŪRA

1. Albaum G., Strandskov J., Duerr E. *International Marketing and Export Management*, third. ed., Addison Wesley Longman Ltd., 1998. 562 p.
2. Daly E. Herman. *Globalization versus Internationalization: Some Implications*, 1999. <http://www.globalpolicy.org/globaliz/econ/human2htm>
3. Dicken P. *Global Shift. The Internationalization of Economic Activity*, sec.ed., Paul Chapman Publishing Ltd., 1992. 492 p.
4. <http://www.ncoe.org/entrepreneurship>
5. <http://www.ncoe.org/entrepreneurship>
6. <http://ic.lms.lt/ml/188/antrepr.htm>
7. Kučinskienė M. *Antreprenerystės (verslumo) reikšmė šiuolaikiniame versle // Personalo vadyba*. 2001. Nr. 3, p. 17–21.
8. Lietuvos statistikos departamento internetinė svetainė [www.std.lt](http://www.std.lt)
9. Porter M. *The Competitive Advantage of Nations*. Macmillan Press Ltd., 1990. 563 p.
10. Sell Axel. *Foreign Direct Investment, Strategic Alliances and the International Competitiveness of Nations*. With Special reference on Japan and Germany <http://www.wiwi.uni-bremen.de/iwim/publikationen/pdf/b072.pdf>
11. [www.svv.lt](http://www.svv.lt)

## GLOBAL ECONOMY AND ENTREPRENEURSHIP

**Marija Kučinskienė, Gražina Jatuliavičienė**

### Summary

Internationalization and globalization processes now transform the international economy into a global economy viewing the world, or relevant parts of the world, as a single market consisting of a number of segments defined by the products to be sold. To survive and prosper in it, companies will need to learn how to cope with the new business environment whether their companies are big or small, domestic or international.

In the world entrepreneurship is linked at first with small and middle business enterprises. Also entrepreneurship is very actual for appearing of new and risky steps in Lithuania and for stimulation of economics. The experience of many foreign

countries confirm significance of SME's for economics growth. Unfortunately, entrepreneurship is not well known in all Lithuania. According to our research, in which directors of Lithuanian's firms took place, a big part of them don't know what entrepreneurship means and it is very bad. Because such a little country as Lithuania, in which there are no a lot resources, could be competitive only if we understand the significance of entrepreneurship. Due the increase of factor mobility the national state may create value added elsewhere, but not in the home country, especially using global innovation system as the basis for further entrepreneurship development.