

VERSLUMO ATMOSFEROS GERINIMAS STEIGIANT „STARTUOLIUS“ (*START UP*) LIETUVOJE

ALGIRDAS GIEDRAITIS¹, JURGITA KASNAUSKĖ²

Klaipėdos universitetas (Lietuva)

ANOTACIJA

Straipsnyje atskleidžiamas įvairiapusis požiūris į verslumo atmosferos problemas Lietuvoje. Steigiant „startuolius“ susiduriama su veiksniais, kurie susiję tarpusavyje ir lemia verslo aplinkos kintamumą. Sudarytas adaptyvumo modelis gali sistemiskai padėti „startuolių“ steigėjams geriau suprasti verslumo aplinką, įvertinus verslumo atmosferos veiksnius, ir greičiau prisitaikyti prie verslo sąlygų sprendžiant problemas. Atliekant kiekybinį tyrimą 226 respondentai („startuolių“ steigėjai) įvertino verslumo atmosferos veiksnius, kurie daro įtaką „startuolių“ steigimui Lietuvoje. Nustatytos pagrindinės „startuolių“ steigimo problemos: nepakankamos kreditavimo galimybės steigti „startuolius“; „startuolių“ steigimo regionuose rėmimas nėra prioritetinga Vyriausybės veikla; švietimo ir mokymo įstaigose nesuteikiama pakankamai informacijos apie verslumo svarbą, naujų įmonių ir inovacijų kūrimo galimybes; nepakanka organizacijų, kurios padėtų sėkmingai steigti „startuolius“; nepakankama intelektualinės nuosavybės apsauga; kūrybiškumas ir inovatyvumas dar nėra svarbiausi verslo kultūros bruožai Lietuvoje; kyla problemų ir bendradarbiaujant su viešosiomis organizacijomis bei kitais verslo subjektais. Šioms problemoms spręsti siūlomas adaptyvumo modelis, kurio privalumas – funkcionalumas ir sisteminis požiūris į analizuojamas „startuolių“ steigimo problemas.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: „startuolių“ steigimas, verslumo atmosfera, adaptyvumas, regionas.

JEL KLASIFIKACIJA: L22, M13.

Įvadas

Šiandienos „startuoliai“ veikia aplinkoje, kurioje išgyvena tik stipriausieji. „Startuolių“ vadovai teigia, kad įmonės konkurencingumas labai priklauso nuo verslumo atmosferos. Pastaroji, kartu ir verslo sėkmė priklauso nuo šių veiksnių derinio ir lemia „startuolių“ steigimo strategiją – kuriasi „startuoliai“ arba ne.

Kvalifikuoti darbuotojai, santykinai žemos veiklos sąnaudos ir geografinė padėtis yra vieni patraukliausių veiksnių verslui. Mažiau palanki yra mokestinė ir biurokratinė aplinka, netinkama verslo etika ir įstatyminė bazė, aukštas korupcijos lygis. Bankai Lietuvoje, nepaisant ekonominio ciklo, „startuolius“ finansuoja

¹ Algirdas Giedraitis – Klaipėdos universiteto Socialinių mokslų fakulteto Vadybos katedros docentas, daktaras (socialiniai mokslai). Moksliniai interesai: valdymo ergonomika, gamybos vadyba, personalo vadyba. El. paštas: giedraitis.algirdas@gmail.com

Tel. +370 46 39 86 50

² Jurgita Kasnauskė – Klaipėdos universiteto Socialinių mokslų fakulteto Vadybos katedros asistentė. Moksliniai interesai: inovacijų vadyba, modernių organizacinių struktūrų valdymas, „startuoliai“ (*Start up*)

El. paštas: kasnauske@gmail.com

Tel. +370 677 344 33

nenoriai arba iš viso nefinansuoja. „Startuolių“ vadovai mano, kad valstybė turėtų prisidėti prie šalies įmonių konkurencingumo stiprinimo ir inovacinio potencialo didinimo.

Vartotojas yra svarbiausias kiekvieno „startuolio“ veiklos subjektas. Kuo didesnis vartotojų skaičius rinksis konkretaus „startuolio“ produktą, tuo stabilesnė bus jo vykdoma veikla rinkoje ir galimybės investuoti į technologinį procesą bei inovacijų kūrimą. Atitinkamai tai dar labiau didintų vartotojų susidomėjimą. Todėl verslumo atmosferos veiksnių įvertinimas „startuoliui“ leidžia nustatyti ne tik esamą situaciją ir / ar praėjusio periodo rezultatus, bet ir numatyti ateities rezultatus. Atsižvelgiant į nustatytas problemas koreguojami konkretūs priimami sprendimai. Regionuose sukūrus palankią verslumo atmosferą būtų skatinama steigti „startuolius“. Tai padėtų išspręsti pirmines vykdomos veiklos problemas, sudarytų galimybes plėtrai, nes palankios verslo sąlygos yra esminis regiono konkurencingumo veiksnys. Dėl šių priežasčių, siekiant objektyviai įvertinti „startuolių“ steigimo regionuose problemas, svarbu nustatyti verslumo atmosferos palankumą lemiančius veiksnius sisteminiu požiūriu.

Nors „startuolių“ steigimo skaičiai pastaraisiais metais auga, tačiau, remiantis „Versli Lietuva“ pateiktais duomenimis, dauguma „startuolių“ įsteigti Vilniaus regione (88 proc. Vilniuje, 10 proc. Kaune, 2 proc. Klaipėdoje). Kituose regionuose „startuoliai“ steigiami labai vangiai. Todėl regionai Lietuvoje neišnaudoja galimybių, verslių žmonių potencialo, negauna investicijų, mažai diegia inovacijų, atsisako spartesnės vystymosi perspektyvos.

Problema. Kaip pagerinti veiksnių įtaką verslumo atmosferoje, kad Lietuvoje didėtų „startuolių“ steigimo skaičius?

Tyrimo objektas. „Startuolių“ verslumo atmosfera Lietuvoje.

Tyrimo tikslas. Identifikavus svarbiausius verslumo atmosferos veiksnius, kurie daro įtaką „startuolių“ steigimui, nustatyti pagrindines „startuolių“ steigimo problemas Lietuvoje ir aptarti verslumo atmosferos gerinimo galimybes.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros lyginamosios analizės, sintezės ir apibendrinimo. Atliktas kiekybinis tyrimas – apklausa raštu. Apklausa vykdyta 2014 metų lapkričio – gruodžio mėnesiais.

1. Verslumo atmosferos veiksnių įtaka „startuolių“ steigimo kontekste

„Startuolis“ (angl. *Start up*) – tai technologinė įmonė, kurianti aukštos pridėtinės vertės produktą ar paslaugą ir realizuojanti inovaciją rinkoje (Moon, 2014). A. Norris (2014) „startuolius“ apibūdina kaip naują įsteigtą įmonę, turinčią unikalią verslo idėją, pagrįstą technologijomis ir / ar inovacijomis.

Aiški „startuolių“ samprata pateikta Lietuvos verslumo veiksmų 2014–2020 metų plano projekte: tai spartaus augimo potencialą turintis ir į vieno produkto ar paslaugos kūrimą nukreiptas jaunas technologijomis paremtas verslas. „Startuoliu“ vadinamas verslo modelis, o ne verslo plėtros etapas. Toks verslas nustatomas kokybinio vertinimo būdu. Taigi galima teigti, kad „startuolių“ pagrindas – technologijos, orientuotos į naują produktą ar paslaugą, turintį spartų augimo potencialą. Tai sietina su inovacijų realizavimu ir naujų verslų skatinimu rinkoje. Pasak R. Decker ir kt. (2014), „startuolis“ (angl. *Start up*) yra įmonė, steigiamą neturint aiškaus ir konkretaus verslo modelio, bet ypač atsižvelgiant į rinkos poreikius. E. Robles (2015) pabrėžia, kad „startuolių“ verslo modelis ir technologijos aktualūs verslo steigimo pradžioje, orientuojantis į spartų augimą ir plėtrą. Tam pritaria ir V. Zemlickienė (2011), pažymėjusi „startuolių“ tikslą plėtoti ar komercializuoti tam tikrą išradimą. „Startuolių“ ji apibūdina kaip naują įmonę, kuri steigiamą turint konkretų tikslą – specialiai plėtoti ar komercializuoti išradimą, licencijuotą viešos mokslinių tyrimų organizacijos, bet jai nedalyvaujant. Arba, kitaip tariant, „startuoliai“ yra verslo vienetai, įmonės ar prekiautojai, pavyzdžiui, asmenys, užsiimantys verslu, kuris buvo priklausomas nuo institucijų, licencijavusių ar perdavusių technologiją ir siekiančių paskatinti jos vystymąsi.

Lietuvoje „startuoliai“ aktyviai pradėjo formuotis tik prieš keletą metų. Verslininko norą užsiimti „startuolio“ kūrimu lemia jo kompetencija (gebėjimai, žinios, įgūdžiai, vertybės, savybės) ir verslumo atmosfera. Verslumo sėkmė priklauso nuo gebėjimo išvelgti rinkoje galimybes keisti ir kurti pridėtinę vertę (Watson, 2007). Verslumo atmosfera – tai aplinka, kuri skatina ir palaiko į verslą orientuotą kūrybiškumą bei įvairius

eksperimentus (Aghion, Blundell, Griffith, Howitt, Prantl, 2009), įgalina būsimus verslo kūrėjus išnaudoti šias galimybes (Laurinavičius, 2014) ir taip didinti inovacijos realizavimo bei komercializavimo rinkoje perspektyvas (Moon, 2014; Andersson, Koster, 2011). Svarbiausia tai, kad „startuolių“ pranašumą pripažintų vartotojai (Heiser, 2005). Tai turi būti susiję su vartotojams teikiama nauda (Fornal, 2009). Vartotojo pasitenkinimo didinimas siejamas su pakartotinio pirkimo skatinimu (Chi, 2010). A. Dovalienės, A. Gadeikienės ir Ž. Piligrimienės (2007) nuomone, vartotojo pasitenkinimas skatinamas dviem lygmenimis: ryšių su vartotojų ir paslaugos teikimo (komercinio sandorio) lygmeniu. Be to, „startuoliai“ turi išsiskirti iš konkurentų. Tam reikia nustatyti, kas yra konkurentai ir kokie galimi būsimi konkurentai; ką klientui gali pateikti konkurentai, o ko negali; kaip konkurentas pozicionuoja savo verslą; kurias veiklas konkurentas išbandė ir kurios buvo nesėkmingos; kuo konkurentas konkuruoja (kokybe, kaina ar kita). „Startuolių“ veiksmai atskleidžia vartotojų poreikius ir parodo reakciją į konkurentų veiksmus.

„Startuoliai“ veikia nenuspėjamoje aplinkoje, kur nežinomi galimi vyriausybės, konkurentų, tiekėjų, vartotojų, kitų suinteresuotųjų grupių veiksmai (Franke, Gruber, Harhoff, Henkel, 2008). Verslo aplinka yra visuma politinių, ekonominių, socialinių ir technologinių jėgų, kurios dažniausiai yra už verslo įtakos bei kontrolės ribų ir potencialiai gali daryti tiek teigiamą, tiek ir neigiamą įtaką verslui (Wood, 2009).

Kaip pažymi L. Baronienė (2008), kiekvieno regiono verslumo atmosfera sietina su skirtingu pačios inovacinės sistemos išsivystymo lygiu, jos susiformavimą skatinančiais veiksniais ir elementais. Tai gali būti organizacijų bendradarbiavimas (organizacijų pagrindu suformuota sistema), universitetai ir tyrimus atliekančios organizacijos (mokslu grįsta sistema), politikos veiksniai (politika pagrįsta sistema) (Fis, Cetindamar, 2013; Pogosian, Dzemyda, 2012). Todėl pabrėžtina, kad verslo kultūrą ir socialines „startuolių“ steigimo normas formuoja verslo greitintuvų (akseleratorių) ir privačių iniciatyvų vykdoma veikla, kuri, kaip pažymi T. Stucki (2013), siekia lavinti „startuolių“ verslumo įgūdžius. Pasak S. Moon (2014), svarbiausia, kad tie įgūdžiai būtų pasitelkiami steigimo metu ir palaikomi Vyriausybės vykdomos politikos (Pilinkienė, Mačiulis, Kurlavičiūtė, 2013; Melnikas ir kt., 2011).

Daugelis tyrėjų verslumo atmosferos veiksnius, turinčius įtakos „startuolių“ steigimui, sieja su jų rinkoje realizuojama technologija ir / ar inovacija bei jos ypatumais: intelektinės nuosavybės apsaugos poreikiu (Aghion, Blundell, Griffith, Howitt, Prantl, 2009) bei tyrimų ir plėtros sklaida (Damsgaard, Thursby, 2013; Aghion, Blundell, Griffith, Howitt, Prantl, 2009).

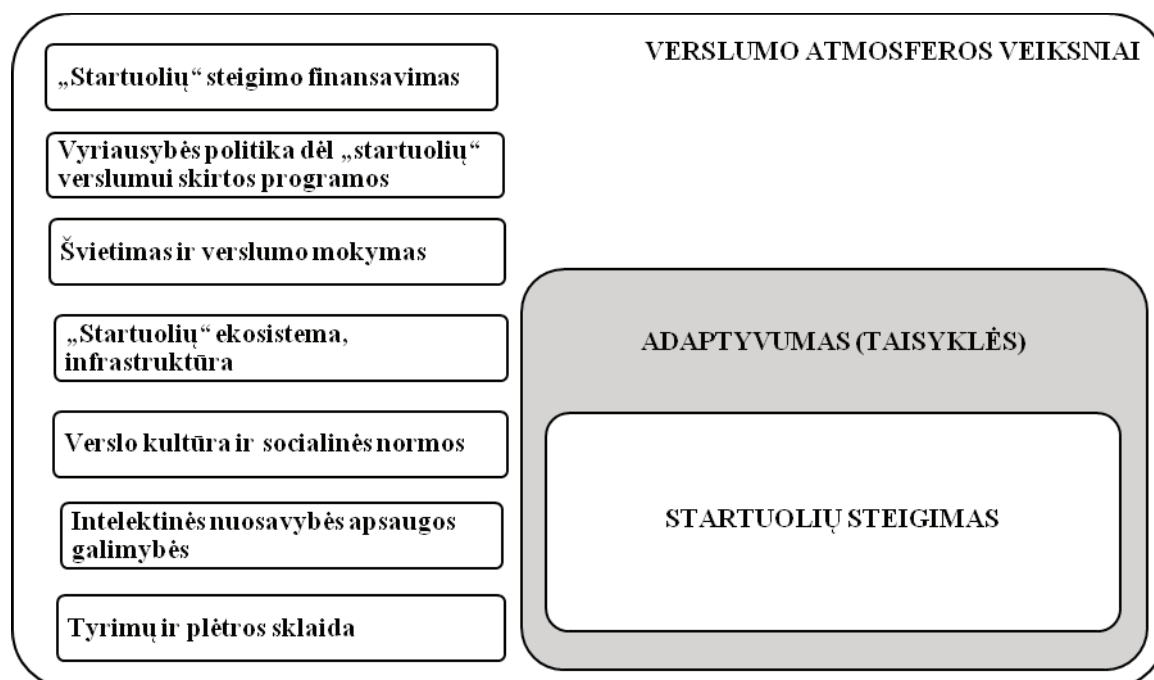
Verslumo atmosferos veiksniai (1 lentelė) ypač svarbūs steigiant „startuolius“, nes greta regiono aplinkos veiksnių būsimai idėjai suteikia sinerginį efektą rinkoje. Todėl „startuolių“ steigimas regionuose tampa dinamiškesnis, veiksmingesnis ir, tikėtina, perspektyvesnis. Remiantis įvairiais autoriais, verslumo atmosferos veiksniai taip klasifikuojami (1 lentelė).

1 lentelė. Verslumo atmosferos veiksnių klasifikacija

Veiksniai	Autoriai
„Startuolių“ steigimo finansavimas	Homburg, Hahn, Bornemann, Sandner, 2014; Kaftan, 2014; Lipuma, Park, 2013; Laurinavičius, 2014; Moon, 2014; Stucki, 2013; Korosteleva, Mickiewicz, 2011
Vyriausybės politika dėl „startuolių“, verslumui skirtos programos	Pilinkienė, Mačiulis, Kurlavičiūtė, 2013; Melnikas, Jakubavičius, Leichteris, Vilys, 2011; Gries, Naude, 2008; Baronienė, 2008
Švietimas ir verslumo mokymas	Moon, 2014; Fis, Cetindamar, 2013; Damsgaard, Thursby, 2013; Baronienė, 2008
„Startuolių“ ekosistema, infrastruktūra	Norris, 2014; Andersson, Koster, 2011; Press 2008
Verslo kultūra ir socialinės normos	Stucki, 2013; Delgado, Porter, Stern, 2010; Hvide, Moen, 2010; Povilaitis, Čiburienė, 2009; Baronienė, 2008
Intelektinės nuosavybės apsaugos galimybės	Damsgaard, Thursby, 2013; Fis, Cetindamar, 2013; Pogosian, Dzemyda, 2012; Aghion, Blundell, Griffith, Howitt, Prantl, 2009
Tyrimų ir plėtros sklaida	Damsgaard, Thursby, 2013; Fis, Cetindamar, 2013; Pogosian, Dzemyda, 2012; Aghion, Blundell, Griffith, Howitt, Prantl, 2009

Remdamiesi 1 lentelėje pateikta informacija matome, kad mokslininkai neturi bendros nuomonės apie verslumo atmosferos veiksnius. Daugelis tyrėjų verslumo atmosferos veiksniais, darančiais įtaką „startuolių“ steigimui, sieja su jų diegiama technologija ir / ar inovacija, jos ypatumais. Tai sietina su tuo, kad „startuolių“ steigėjas pirmiausia pradeda generuoti idėją, kuri pagrįsta technologija ir / ar inovacija, ir tik tada žengia kitus steigimo žingsnius.

Verslumo atmosferos veiksniai didina verslo patrauklumą tam tikrame regione, pritraukia investicijas, jie apibūdinami kaip verslo aplinką veikiančios arba verslo sąlygų patrauklumo veiksniai (Werth, Boerth, 2013). Palankios verslo sąlygos yra esminis šalies konkurencingumo veiksnys. Kaip pažymi D. Laskienė (2012), verslumo atmosferos analizė konkrečiame regione leidžia įvertinti paskiro regiono konkurencingumą ir numatyti jo vystymosi perspektyvas. Įvertinus verslumo atmosferą, galima geriau suvokti įmonės poziciją ir jos galimybes. Todėl „startuolių“ steigimas regionuose traktuojamas kaip verslo modelio, kuriamo žinių ir technologijų pagrindu, nukreipto į naujų produktų ir / ar procesų (inovacijų) kūrimą ir spartaus augimo potencialą, realizavimas rinkoje. Šiam tikslui pasiekti sukonstruotas verslumo atmosferos veiksnų, darančių įtaką „startuolių“ steigimui, modelis (1 pav.), galintis padėti „startuolių“ steigėjams geriau suprasti verslumo atmosferą ir tinkamai pradėti verslą.



1 pav. Verslumo atmosferos veiksnų, darančių įtaką „startuolių“ steigimui, adaptyvumo modelis

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis Homburg, Hahn, Bornemann, Sandner, 2014; Kaftan, 2014; Laurinavičius, 2014; Moon, 2014; Damsgaard, Thursby, 2013; Fis, Cetindamar, 2013; Lipuma, Park, 2013; Pilinkienė, Mačiulis, Kurlavičiūtė, 2013; Stucki, 2013; Pogosian, Dzemyda, 2012; Korosteleva, Mickiewicz, 2011; Melnikas, Jakubavičius, Leichteris, Vilys, 2011; Delgado, Porter, Stern, 2010; Hvide, Moen, 2010; Aghion, Blundell, Griffith, Howitt, Prantl, 2009; Povilaitis, Čiburienė, 2009; Gries, Naude, 2008; Baronienė, 2008

Šiame adaptyvumo modelyje verslumo atmosferos veiksniai ir „startuolių“ steigimą sieja adaptyvumas. Adaptyvumas (angl. *adaptiveness*) yra požymis, nusakantis gebėjimą prisitaikyti (adaptuotis). Valdymo sistemose adaptyvumas išreiškia sistemos savybę prisitaikyti prie kintančių sąlygų, stengiantis minimizuoti siektinos ir esamos būsenos skirtumą (Reeves, Deimler, 2011). Sistema gali reguliuoti įvairius artefaktus ir / ar tam tikrus atributus, kurie leidžia keisti pačią sistemą, atsižvelgiant į kontekstą (Salehie, Tahvildari,

2009). „Startuoliams“ sukuriama tokia sistema, kuri geba prisitaikyti prie jų poreikių, remiantis turima informacija. „Startuolių“ steigimo adaptyvumas – tai siekis veiksmingai reaguoti į verslumo atmosferos veiksnių pokyčius. Reikia turėti tokių socialinių išteklių, kurie gebėtų adaptuotis transformacijų sąlygomis (Alexy, Block, Sandner, 2011). Jei „startuolių“ adaptyvumas stipriai išreikštas, rodoma iniciatyva, siūlomos įvairios naujovės (produktai ir / arba paslaugos), nuolat pritaikomi nauji darbo metodai ir kt. Todėl, atsižvelgiant į turimą informaciją apie verslumo atmosferą regione ir esant atitinkamoms sąlygoms, aprašytų taisyklių dėka reaguojama į esamą situaciją bei teikiami pakeitimai. Adaptyvumas didina „startuolių“ steigėjų gebėjimą suprasti verslo aplinką ir tinkamai į ją reaguoti.

Apibendrinant galima teigti, kad verslumo atmosferos veiksniai yra svarbūs „startuolių“ steigiant, nes įgalina tinkamai prisitaikyti prie dinamiškų aplinkybių išorinėje aplinkoje.

Verslumo atmosferos veiksniai didina verslo patrauklumą tam tikrame regione ir skatina verslininkus investuoti. Daugelyje regionų „startuoliai“ steigiami labai vangiai. Todėl prarandami visi tikėtini pasiekimai ir spartesnio vystymosi perspektyvos, neišnaudojamas verslių žmonių potencialas Lietuvoje. Todėl svarbu pasirūpinti regionais, kuriuose verslo įmonių nėra daug. Tam tikslui sudarytas adaptyvumo modelis, kuris keičia išvesties rezultatus, atsižvelgiant į turimą informaciją apie „startuolių“ steigimo problemas. Adaptyvumo modelis leidžia „startuolių“ steigėjams valdyti situaciją ir prisitaikyti prie konkrečių verslo aplinkos poreikių išnaudojant verslių žmonių potencialą ir siekiant spartesnio regiono vystymosi perspektyvos. Palanki verslumo atmosfera, verslumo skatinimas gali padėti Lietuvos „startuoliams“ „išsikovoti“ tinkamas startines sąlygas ir pranašumą siekiant konkurencingumo.

2. „Startuolių“ steigimo verslumo atmosferos tyrimas

2.1. Tyrimo organizavimas

Šiuo tyrimu siekiama įvertinti verslumo atmosferos veiksnius, kurie daro įtaką „startuolių“ steigimui bei nustatyti pagrindines „startuolių“ steigimo problemas Lietuvoje ir aptarti verslumo atmosferos gerinimo galimybes.

Tyrimo tipas – kiekybinis, aprašomasis.

Tyrimo metodas – anketinė apklausa.

Tyrimo instrumentas – anketa. Anketa respondentams pateikta elektroniniu būdu, remiantis VŠĮ „Versli Lietuva“ pateiktais „startuolių“ kontaktais. Atliekant tyrimą garantuotas anoniminio anketavimo slaptumas. Klausimyno patikimumas skaičiuotas naudojant Cronbach'o alfa koeficiento reikšmę, kuri yra – 0,916. Klausimynas sudarytas tinkamai ir yra patikimas. Spearmano-Browno patikimumo koeficientas gautas apylygis Cronbach'o alfa koeficiento reikšmei – 0,904, atsakymų dispersijos panašios.

Respondentai. Lietuvoje įsteigtų ir jau veikiančių „startuolių“ įkūrėjai ir komandos nariai.

Tyrimo imtis. Tyrimui atlikti pasirinkta generalinė aibė, numatyta tyrimo atlikimo kryptis – Lietuvoje įsteigti ir veikiančios „startuoliai“. Tyrimo imtis nustatyta pagal imties tūrio formulę, kai žinomi tam tikri rezultatai, t. y. populiacijos dydis (Kardelis, 2005; Tidikis, 2003):

$$n = 1/((0,05)^2 + 1/346) = 182 \text{ respondentai.} \quad (1)$$

kur: n – imties dydis (respondentų, kuriuos būtina apklausti, skaičius);

Δ – leidžiamos imties paklaidos dydis, šiuo atveju 5 proc.;

N – generalinė visuma, t. y. Lietuvoje įsteigti ir veikiančios „startuoliai“, registruoti VŠĮ „Versli Lietuva“ duomenų bazėje.

Anketos sudarymo aprašymas. Tyrimo anketa sudaryta iš verslumo atmosferos veiksniams įvertinti skirtų teiginių blokų (7 blokai po 4 teiginius). Paskutinė anketos dalis skirta demografiniams respondentų rodikliams.

Tyrimo procesas. Apklausa vykdyta 2014 metų lapkričio – gruodžio mėn. Anketa respondentams pateikta interaktyviuoju būdu: remiantis turimais kontaktais iš VŠĮ „Versli Lietuva“, verslo greitintuvų (akseleratorių) interneto portaluose viešai teikiamų duomenų. Taip siekta tiesiogiai pasiekti respondentus, siekta

savanoriško, neskubaus ir atviro atsakymo. Atliekant tyrimą garantuotas anketavimo anonimiškumas, respondentams padėkota už skirtą laiką. Sudarius palankias sąlygas gaunami išsamesni atsakymai ir tiksliau nurodoma nagrinėjama problema.

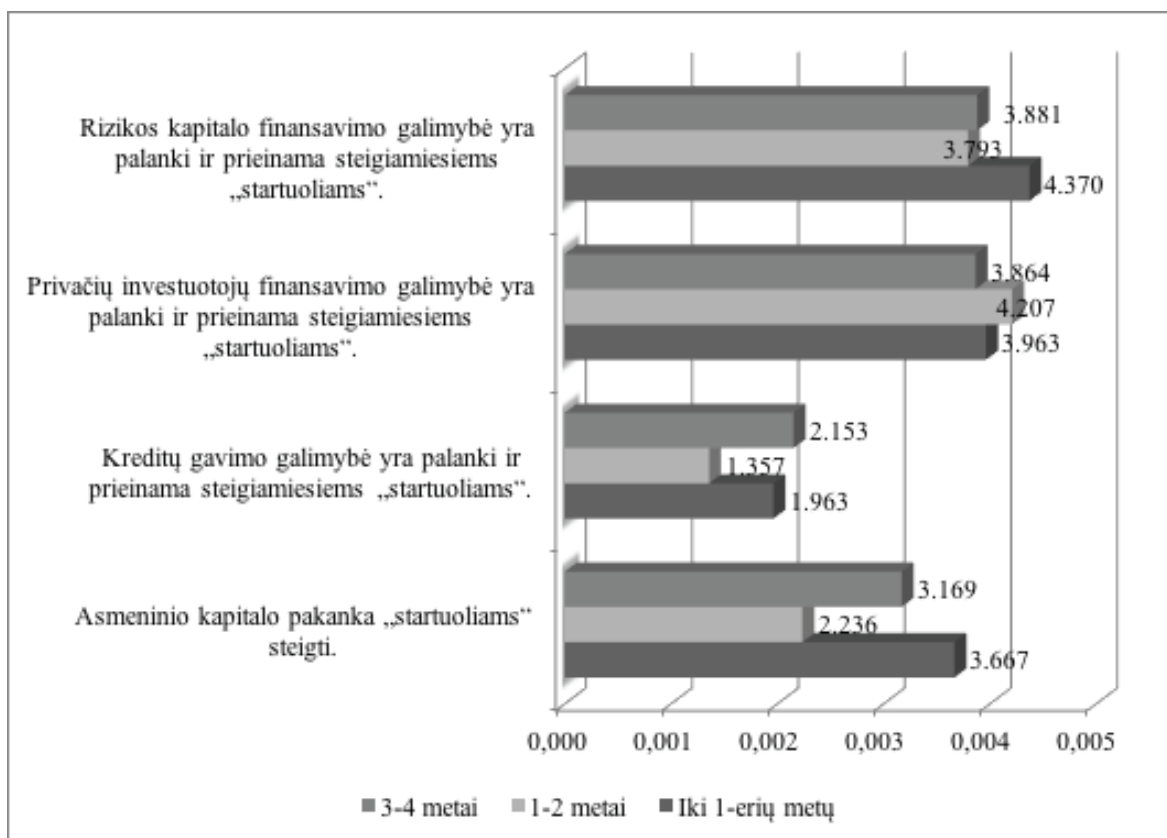
Gauti net 226 respondentų atsakymai. Todėl atliktas tyrimas reprezentatyvus.

Statistinė duomenų analizė. Duomenų analizei naudotas IBM SPSS statistinis paketas (20.0 versija). Grafikai pateikti MS „Excel“ programa. Taikyta aprašomoji statistika: atvejų dažniai (procentai) ir vidurkiai. Požymių tarpusavio priklausomumui tikrinti taikytas suderinamumo chi kvadrato (χ^2) kriterijus, jo laisvės laipsnių skaičius (*lls*) ir statistinio reikšmingumo lygmuo $p < 0,05$. Duomenys pateikti lentelėse ir grafikuose.

2.2. Tyrimo rezultatai

Tyrimo dalyvavo ir anketas užpildė 226 respondentai: 12,0 proc. „startuolių“, vykdančių veiklą iki vienerių metų; 62,0 proc., vykdančių veiklą 1–2 metus; 26,0 proc. – vykdančių veiklą 3–4 metus.

Pirmuoju teiginių bloku siekta išsiaiškinti, kaip „startuolių“ steigimas regionuose *finansuojamas* (3 pav.). Teiginių apie „startuolių“ steigimui skirtą finansavimą vertinimo suderinamumo kriterijus – chi kvadratas $\chi^2 4,143 > 0,05$, empirinio ir teorinio skirstinių skirtumai yra reikšmingi, turimi empiriniai skirstiniai suderinami su teoriniu modeliu.



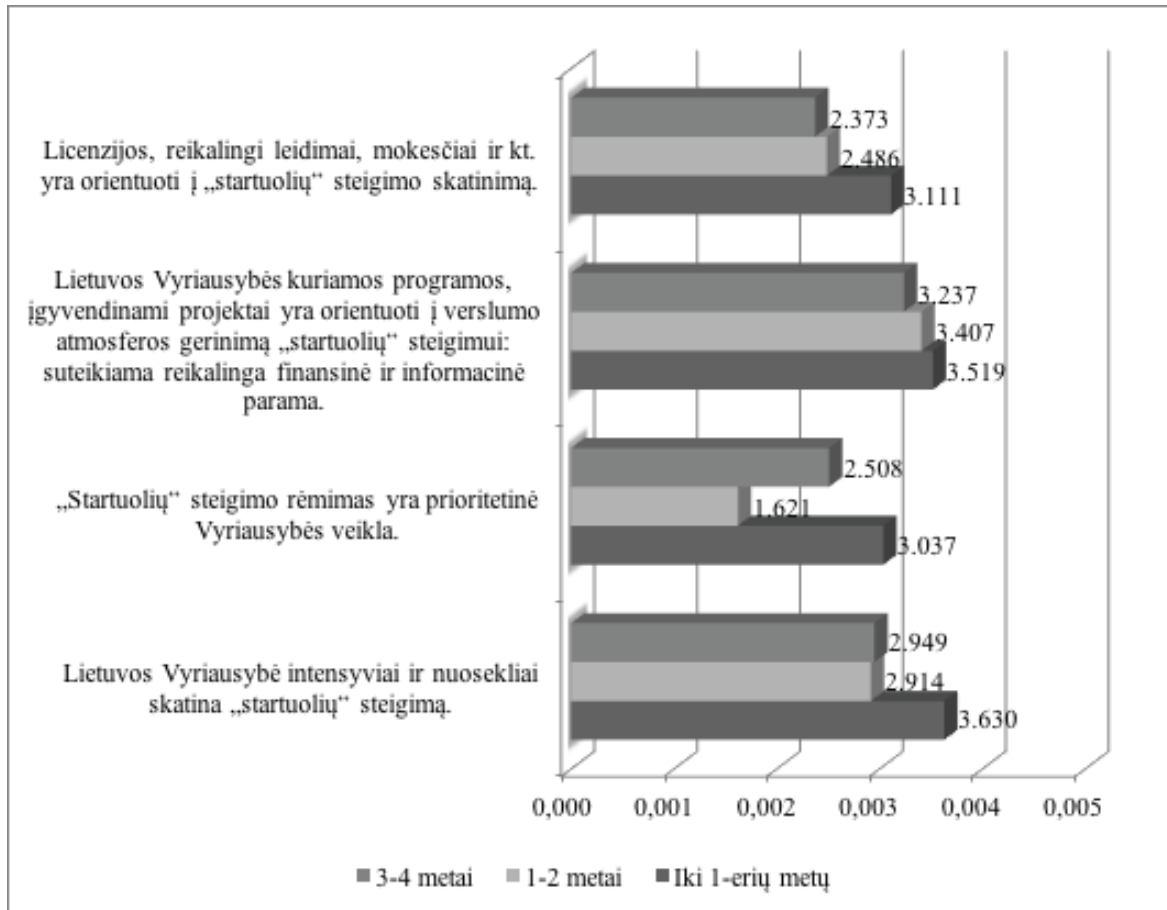
3 pav. „Startuoliams“ steigti regionuose skirto finansavimo vertinimas (balų vidurkis)

$$(n = 226) \chi^2 = 4,143; lls = 4; p = 0,387$$

Kreditų gavimo steigti įmonę galimybes prastai vertina (1,357) respondentai, dirbantys „startuoliuose“ nuo 1 iki 2 metų. Pagrindiniai finansavimo šaltiniai yra rizikos kapitalas ir privatūs investuotojai, kuriuos palankiai vertina (3,793–4,370) visi tyrimo dalyvavę respondentai, nepaisant jų veiklos vykdymo trukmės (3

pav.). Asmeninio kapitalo pakankumą palankiausiai (3,667) vertina respondentai, veiklą „startuoliuose“ vykdančys iki 1 metų.

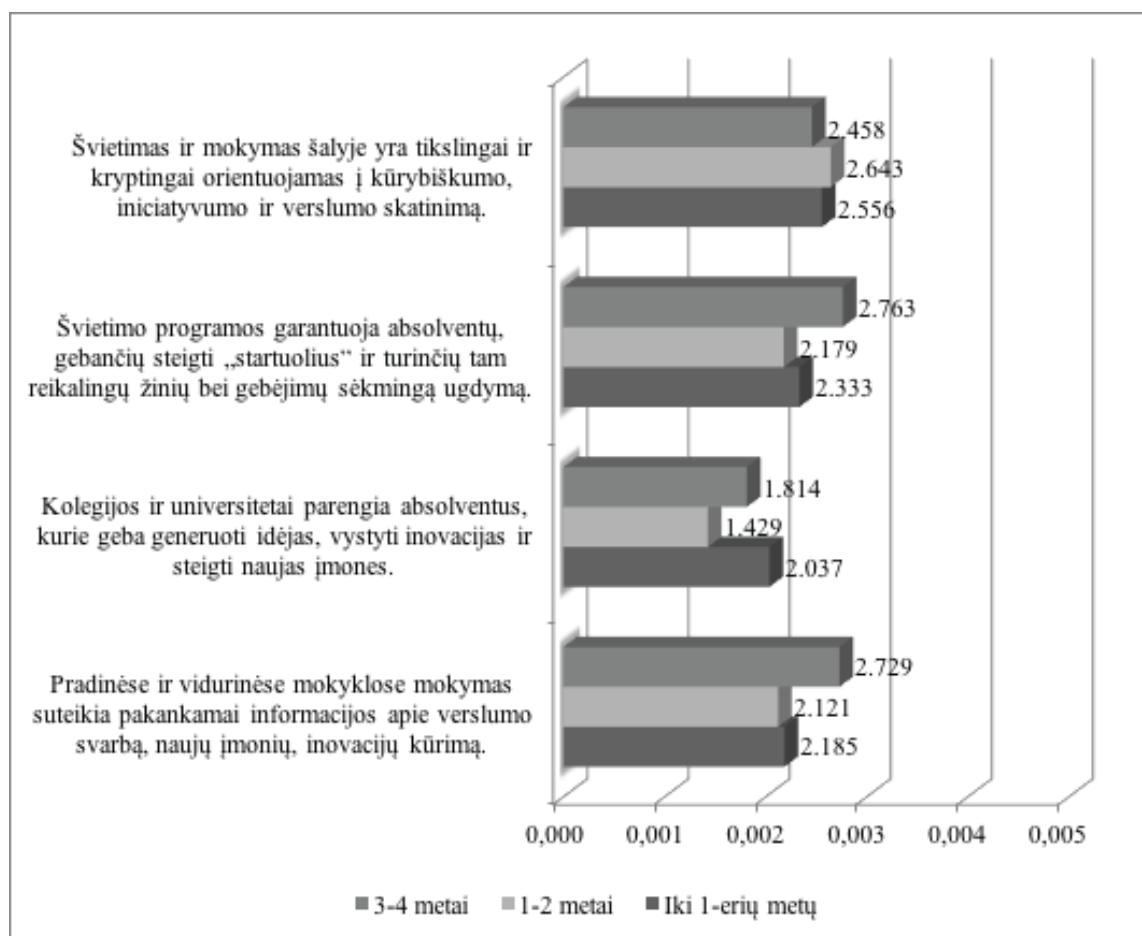
Kitame teiginių bloke nagrinėjamas veiksnys, turintis didelės įtakos „startuolių“ steigimui regionuose – *Vyriausybės politika ir programos* (4 pav.). Teiginių vertinimo chi kvadratas $\chi^2 3,932 > 0,05$.



4 pav. Vyriausybės politikos ir programų, nukreiptų į „startuolių“ steigimą, vertinimas (balų vidurkis) ($n = 226$)
 $\chi^2 = 3,932$; $l/s = 9$; $p = 0,916$

Vertinant Vyriausybės politiką ir „startuolių“ steigimo regionuose programas nustatyta, kad Vyriausybės veiklą šiuo atžvilgiu palankiausiai (3,630) vertina iki vienerių metų veiklos vykdymo patirtį turintys „startuoliai“. Tai sietina su nedidele jų patirtimi rinkoje ir informacijos, kuri įgyjama tolesnėje jų veikloje, trūkumu. Dauguma respondentų pripažįsta (3,237–3,519), kad Lietuvos Vyriausybės kuriamos programos, įgyvendinami projektai nukreipti į verslumo atmosferos, turint galvoje „startuolių“ steigimą, gerinimą. Tačiau respondentai, kurie dirba „startuoliuose“ 1–2 metus, nepritaria teiginiui (1,621), kad „startuolių“ steigimo regionuose rėmimas yra prioritetinga Vyriausybės veikla. Taigi galima teigti, kad Lietuvos Vyriausybė didelį dėmesį skiria „startuolių“ steigimo regionuose programų ir projektų rengimui, tačiau jų įgyvendinimas praktikoje yra problemiškas. Reikia sukurti stebėsenos informacinę sistemą, kuri būtų pritaikyta ne tik paskirų „startuolių“ poreikiams, bet ir centrinio lygmens veiklos rezultatų stebėsenai.

Kitame bloke nagrinėjamas veiksnys – **švietimo ir mokymo programos**. Gautas suderinamumo kriterijus – chi kvadratas $\chi^2 9,883 > 0,05$. Empirinio ir teorinio skirstinių skirtumai yra ypač reikšmingi, turimi empiriniai skirstiniai suderinami su teoriniu modeliu (5 pav.).



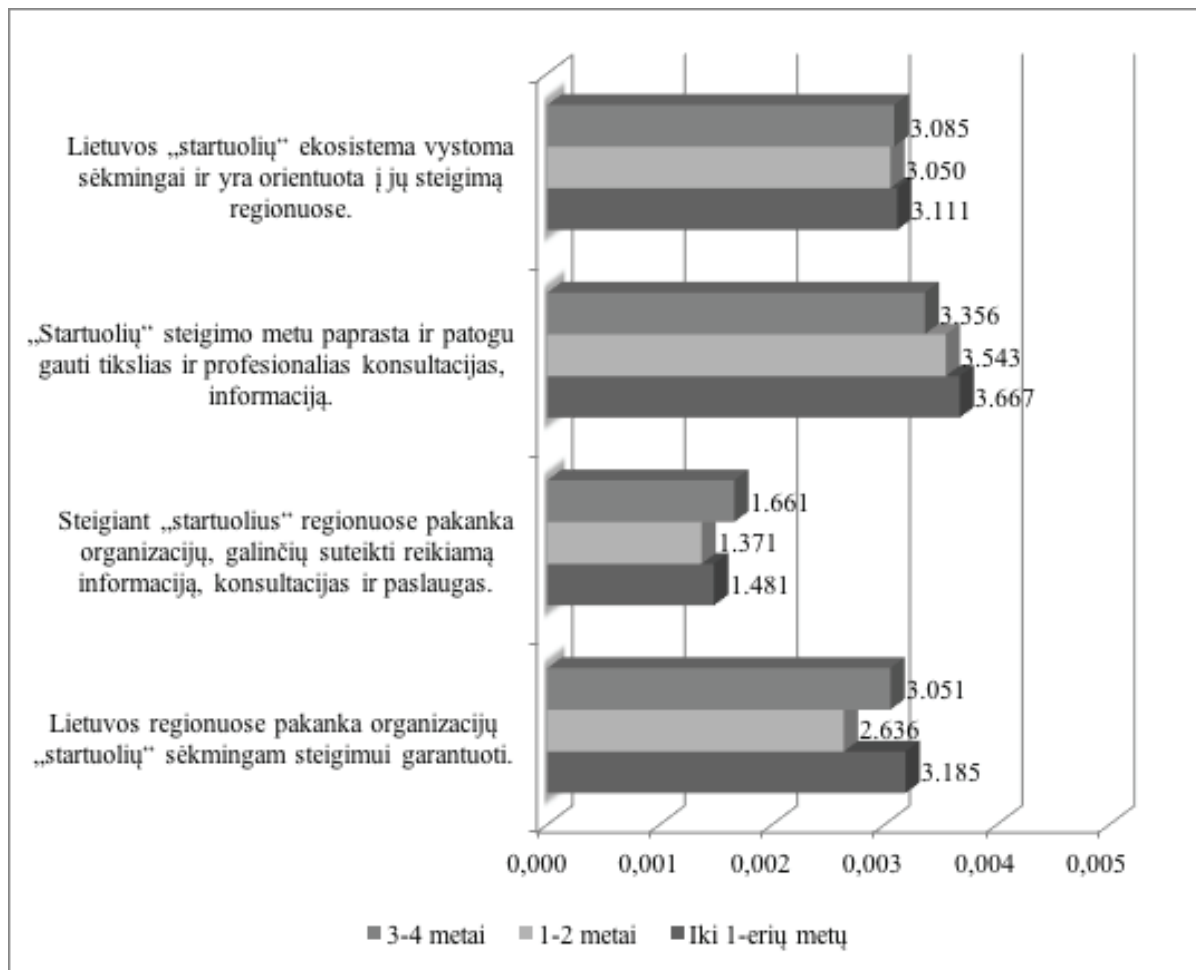
5 pav. Švietimo ir mokymo programų verslumo atžvilgiu vertinimas (balų vidurkis)

($n = 226$) $\chi^2 = 9,883$; $l/s = 6$; $p = 0,130$

Tyrimo rezultatai atskleidė (5 pav.), kad visi respondentai blogai vertina (1,429–2,037) kolegijų ir universitetų absolventų, gebančių generuoti idėjas, plėtoti inovacijas ir steigti įmones, gebėjimus. Respondentai nepalankiai vertina (2,121–2,729) ir pradinių bei vidurinių mokyklų mokymą. Šios mokymo įstaigos nepakankamai akcentuoja verslumo svarbą, naujų įmonių ir inovacijų kūrimo būtinybę. Galima teigti, kad siekiant skatinti „startuolių“ steigimą reikia, kad švietimo ir mokymo įstaigos veiklos programas tinkamai kreiptų į kūrybiškumą, iniciatyvumą ir verslumą, daugiau dėmesio reikėtų skirti „startuolių“ steigimo galimybėms ir tolesnėms perspektyvoms.

Ketvirtame teiginių bloke siekta išsiaiškinti „startuolių“ **ekosistemas** Lietuvoje padėti (6 pav.). Suderinamumo kriterijus – chi kvadratas $\chi^2 3,525 > 0,05$.

„Startuolių“ ekosistemas infrastruktūra nepakankamai plėtojama ir neorientuota į jų steigimą visuose regionuose, nes nepakanka organizacijų, galinčių teikti išsamią informaciją „startuolių“ steigėjams (6 pav.). Taip teigia dauguma respondentų (1,371–1,661). Siekiant išspręsti šią problemą, tikslinga formuoti strategines regioninių tyrimų kryptis ir išnaudoti regioninį potencialą. Norint išspręsti šią problemą, steigiant „startuolių“ svarbu suteikti būtiną informaciją, profesionaliai konsultuoti. Be to, reikėtų padėti sukurti ekosistemas infrastruktūrą (techninės ir programinės įrangos įsigijimas, lengvesnio naudojimosi informacijos sistema sukūrimas ir kt.).



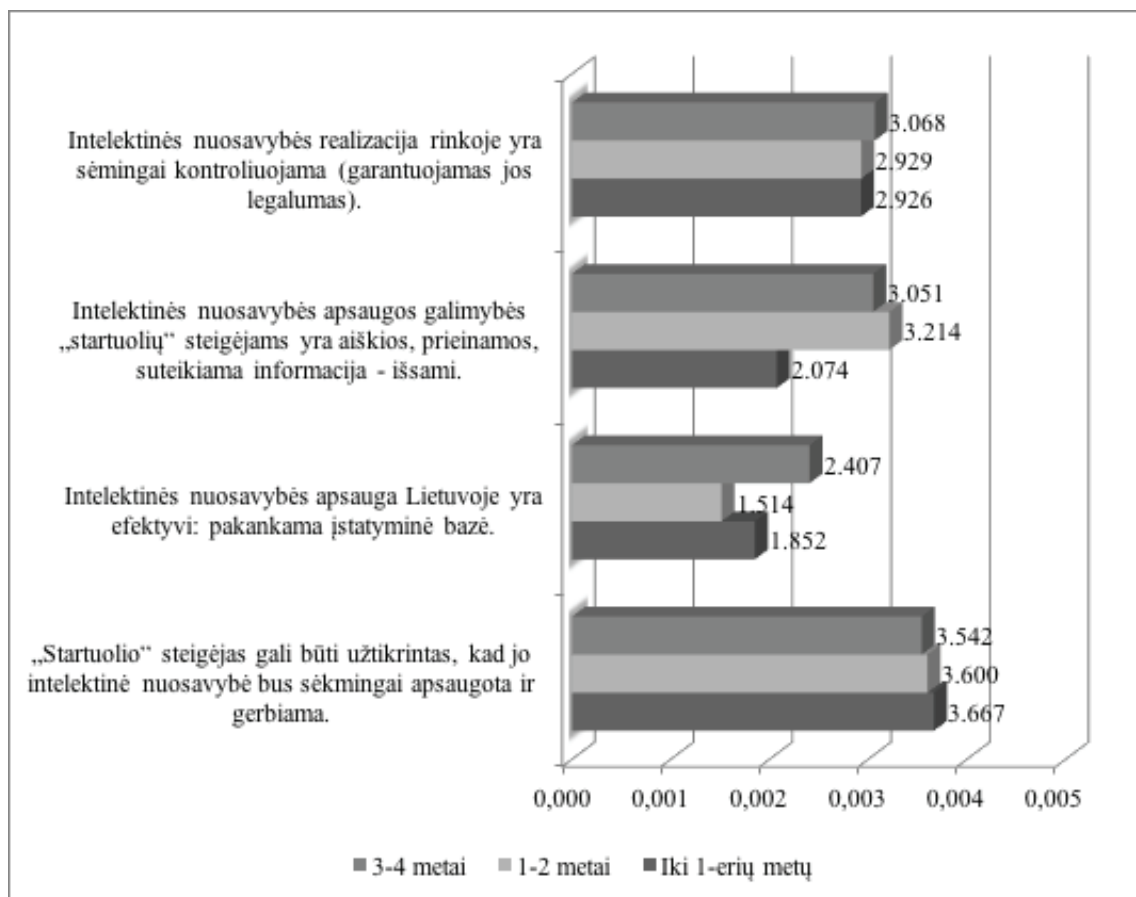
6 pav. „Startuolių“ ekosistemos infrastruktūros Lietuvoje vertinimas (balų vidurkis)

($n = 226$) $\chi^2 = 3,525$; $l/s = 2$; $p = 0,367$

Penktame teiginių bloke siekta sužinoti apie „startuolių“ **intelektinės nuosavybės apsaugos galimybes** Lietuvoje (7 pav.). Vertinimo suderinamumo kriterijus – chi kvadratas $\chi^2 1,521 > 0,05$.

„Startuolių“ intelektinės nuosavybės apsaugos galimybės Lietuvoje vertinamos nepalankiai (7 pav.). Taip vertina visi respondentai (1,514–2,407). Jų teigimu, intelektinės nuosavybės apsauga Lietuvoje neefektyvi. Norint išspręsti problemą, reikia imtis papildomų priemonių, siekiant apsaugoti ES intelektinę nuosavybę.

Remiantis gautais tyrimo rezultatais galima teigti, kad intelektinės nuosavybės apsauga Lietuvoje „startuolių“ steigimo atžvilgiu yra labai svarbi, nes jų veikla priklauso nuo taikomos technologijos ir / ar inovacijos. Turint produkto prototipą ir demonstruojant rinkoje jo ypatumus, svarbu pasirūpinti jo apsauga. Intelektinės nuosavybės apsauga ypač svarbi „startuolius“ steigiant regionuose, o ne tolesnėje jų veikloje, nes, tikėtina, šiuolaikinėje rinkoje, sparčiai tobulinant ir diegiant technologijas, konkurentai gali pateikti alternatyvų produktą. Todėl, intelektinės apsaugos problemas Lietuvoje būtina spręsti, siekiant paspartinti „startuolių“ steigimą regionuose.



7 Pav. „Startuolių“ intelektinės nuosavybės apsaugos galimybių Lietuvoje vertinimas (balų vidurkis) ($n = 226$)

$$\chi^2 = 1,521; IIs = 2; p = 0,467$$

Šeštame teiginių bloke siekta sužinoti apie **verslo kultūrą ir socialines normas** (8 pav.). Vertinimo suderinamumo kriterijus – chi kvadratas $\chi^2 4,653 > 0,05$, empirinio ir teorinio skirstinių skirtumai yra reikšmingi, turimi empiriniai skirstiniai suderinami su teoriniu modeliu.

„Startuolių“ steigimas regionuose ir jų veikla nepakankamai skatinami, palaikomi, neakcentuojamos jų ypatybės. Respondentų, kurie tai vertino, manymu, kūrybiškumas ir inovatyvumas nėra svarbiausi Lietuvos verslo kultūros bruožai (1,771–2,593) (8 pav.). Verslumas, iniciatyvumas ir rizikos prisiėmimas nepakankamai skatinami (2,847–3,259). Remiantis šiais tyrimo rezultatais galima teigti, kad siekiant skatinti „startuolių“ steigimą regionuose būtina kurti verslo kultūrą.

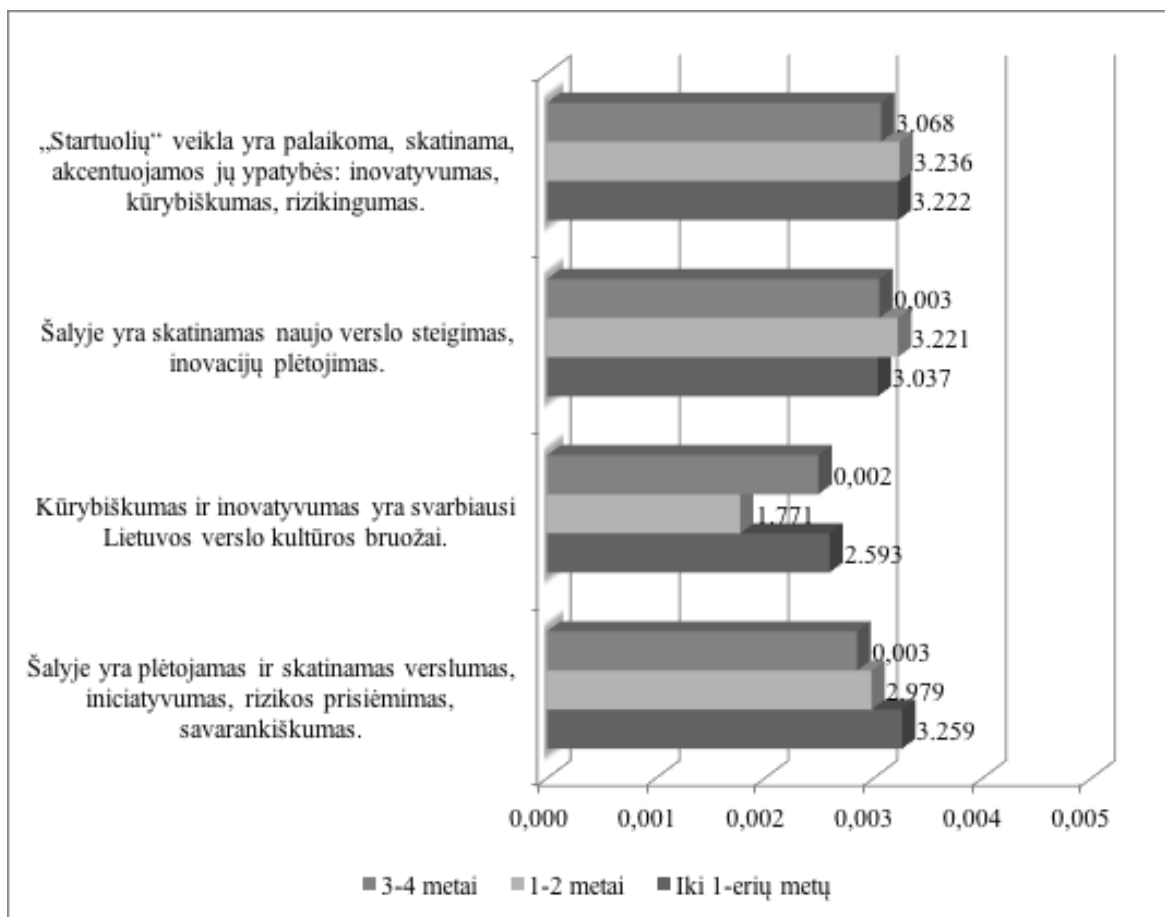
Septintame teiginių bloke siekta gauti informacijos apie **tyrimų ir plėtros sklaidą** steigiant „startuolius“. Nustatytas suderinamumo kriterijus – chi kvadratas $\chi^2 10,084 > 0,05$. Empirinio ir teorinio skirstinių skirtumai yra labai reikšmingi, turimi empiriniai skirstiniai suderinami su teoriniu modeliu.

„Startuoliams“ labai svarbios inovacijos ir technologijos, kurias jie vertina, noriai išbando ir plėtoja rinkoje (4,370–4,508) (9 pav.). Tačiau kyla problemų bendradarbiaujant su viešosiomis organizacijomis ir kitais verslo subjektais (2,779–2,889). Tam įtakos turi tai, kad Lietuvos rinka nepakankamai atvira inovacijoms. Šią problemą sukelia tiek verslo, tiek rinkos subjektai. Čia būtina veiksmingesnė mokslo vadyba, siekiant Europos mastu matomų rezultatų. Būtina skatinti verslo, mokslo ir valdžios bendradarbiavimą regionuose.

Apibendrinant kiekybinio tyrimo rezultatus teigtina, kad „startuolių“ steigimas regionuose yra problemiškas. Siekiant pagerinti jų steigimo sąlygas, būtina identifikuoti nustatytas problemas ir pateikti rekomendacijų (2 lentelė).

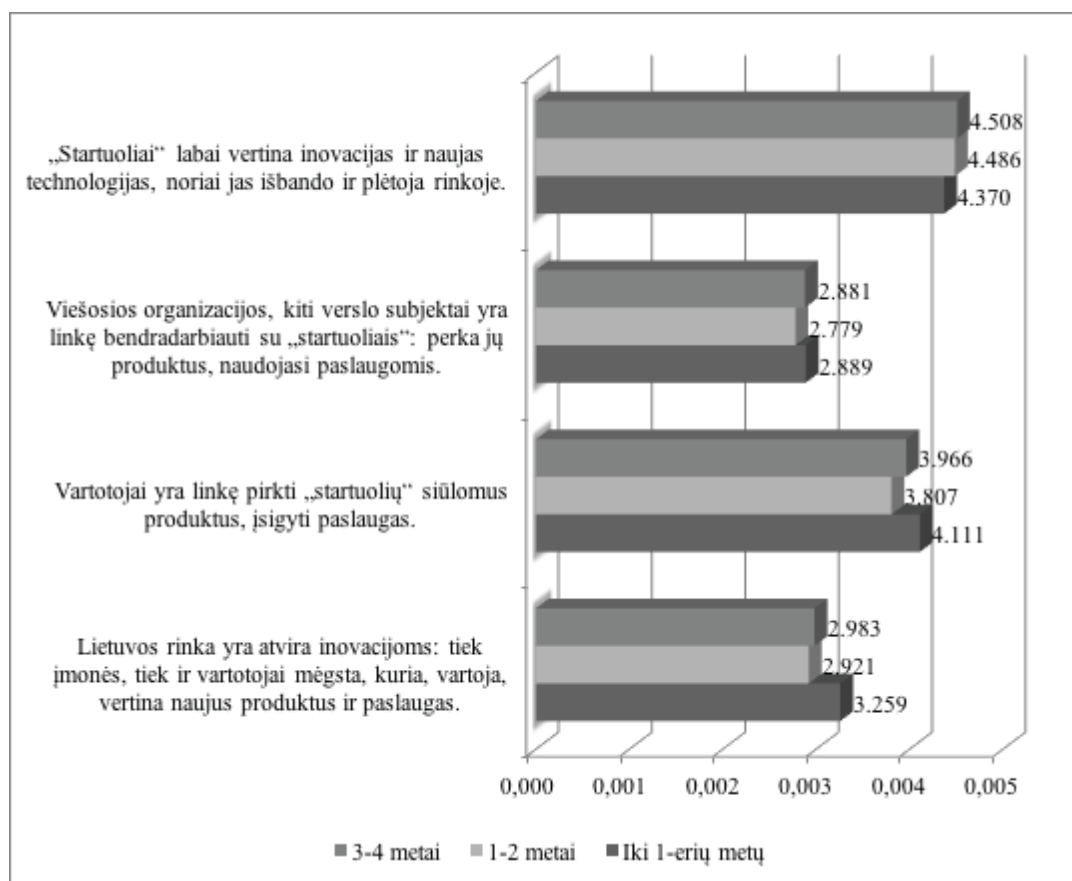
2 lentelė. Verslumo atmosferos gerinimas adaptyvumo sistemose

Problemos	Verslumo atmosferos veiksniai	Rekomendacijos
Nepakankamas investavimas į tyrimus. Didelės problemos bendradarbiaujant su viešosiomis organizacijomis bei kitais verslo subjektais	<i>Tyrimų ir plėtros sklaida</i>	<ul style="list-style-type: none"> Finansavimas leidžia vykdyti inovatyvius, tarpdalykinius ir tarpinstitucinius tyrimus. Būtina veiksmingesnė mokslo vadyba, siekiant Europos mastu matomų rezultatų. Skatinti verslo, mokslo ir valdžios bendradarbiavimą regionuose
„Startuolių“ steigimas ir veikla regionuose nepakankamai skatinama. Kūrybiškumas ir inovatyvumas nėra svarbiausi verslo kultūros bruožai	<i>Verslo kultūra ir socialinės normos</i>	<ul style="list-style-type: none"> Būtina kurti inovacijų kultūrą, kuri informuotų apie šio verslo formos galimybes bei perspektyvas, tikėtiną naudą. Inovacijų verslą būtina skatinti, skleisti informaciją
Intelektinės nuosavybės apsauga Lietuvoje neveiksminga	<i>Intelektinės nuosavybės apsaugos galimybės</i>	<ul style="list-style-type: none"> Teikti papildomas paslaugas intelektinės nuosavybės apsaugai ES. Informuoti apie inovatyvių produktų / paslaugų pasikeitimo ir / ar tobulinimo intelektinės nuosavybės apsaugą
Nepakanka organizacijų, galinčių teikti reikiamą informaciją „startuolių“ steigėjams	<i>„Startuolių“ ekosistemos infrastruktūra</i>	<ul style="list-style-type: none"> Steigiant „startuolius“ svarbu teikti patikimą informaciją, profesionaliai konsultuoti. Padėti sukurti ekosistemos infrastruktūrą (techninės ir programinės įrangos įsigijimas, lengvesnio priėjimo prie informacijos sistemos užtikrinimas ir kt.)
Mokymo įstaigos mažai orientuotos į verslumo atmosferos poreikius	<i>Švietimo ir mokymo orientavimasis į verslumo skatinimą</i>	<ul style="list-style-type: none"> Mokymo įstaigų orientavimasis į verslumo atmosferos poreikius: regioninių studijų krypčių formavimas, regioninių mokslinių tyrimų atlikimas ir kt.). Strateginių regioninių tyrimų krypčių formavimas Išorinių konsultantų regionuose sutelkimas ir pagalbos „startuoliams“ teikimo skatinimas
Lietuvos Vyriausybė skatina programų ir projektų, susijusių su „startuolių“ steigimu regionuose, rengimą, tačiau juos įgyvendinti gana problemiška	<i>Vyriausybės politika ir verslumo skatinimo programos</i>	<ul style="list-style-type: none"> Reikia sukurti informacinę stebėsenos sistemą, kuri būtų pritaikyta ne tik paskirų „startuolių“ poreikiams, bet ir centrinio lygmens veiklos rezultatų stebėsenai. Sistema turi būti taip suprojektuota, kad sprendimai būtų grindžiami informacija apie veiklos rezultatus
„Startuoliai“ gali generuoti tik gana ribotą pinigų srautą. Pradinis kapitalas įgyjamas tik iš išorinių finansavimo šaltinių, kurie susiję su rizikos kapitalo investicijomis	<i>„Startuolių“ steigimo finansavimo galimybės</i>	<ul style="list-style-type: none"> Valdžios, verslo, švietimo įstaigų inovacinės veiklos finansavimo skatinimas. Išorinių investuotojų regionuose telkimas ir investicijų į „startuolius“ skatinimas. Regioninių pramonės ir paslaugų sektorių finansavimo skatinimas



8 pav. Verslo kultūros ir socialinių normų „startuolių“ steigimo regionuose atžvilgiu vertinimas (balų vidurkis) ($n = 226$) $\chi^2 = 4,653$; $lls = 3$; $p = 0,872$

Siekiant išspręsti „startuolių“ steigimo verslumo atmosferos problemas Lietuvoje, pateikta rekomendacijų (2 lentelėje), kurios apima nustatytų problemų sprendimo kryptis ir / arba priemones, kurios orientuotos į konkrečius sprendimus. Pateiktomis rekomendacijomis reaguojama į esamą situaciją ir siūlomi pokyčiai. Adaptyvumo sistema sudaro galimybes spręsti skirtingo pobūdžio uždavinius tomis pačiomis algoritminėmis priklausomybėmis ir jas realizuoti.



9 pav. Tyrimų ir plėtros sklaidos (R & D) steigiant „startuolius“ regionuose vertinimas (balų vidurkis) ($n = 226$); $\chi^2 = 10,084$; $l/s = 9$; $p = 0,344$

Išvados

Palankesnė verslumo atmosfera ir skatinamas verslumas padeda regionų „startuoliams“ „išsikvoti“ tinkamas startines sąlygas ir pasiekti pranašumo siekiant konkurencingumo. Todėl reikia sukurti tokią verslumo atmosferą, kuri skatintų steigti kuo daugiau „startuolių“. Sukurtas modelis gali sistemiskai padėti „startuolių“ steigėjams geriau suprasti verslumo atmosferą, jos veiksnius ir tinkamai steigti verslą bei greitai adaptuotis atsiradus pokyčiams.

Įvertinus verslumo atmosferos veiksnius, nustatytos „startuolių“ steigimo verslumo atmosferos problemos: „startuolių“ steigimo kreditavimo galimybės nepakankamas; „startuolių“ steigimo regionuose rėmimas nėra prioritetas Vyriausybės reikalas; švietimo ir mokymo įstaigose nepakankamai informuojama apie verslumo svarbą, naujų įmonių ir inovacijų kūrimo galimybes; nepakanka organizacijų, kurios padėtų sėkmingai steigti „startuoliams“; nepakankama intelektualinės nuosavybės apsauga; kūrybiškumas ir inovatyvumas dar nėra svarbiausi verslo kultūros bruožai Lietuvoje; nemažai problemų kyla bendradarbiaujant su viešosiomis organizacijomis ir kitais verslo subjektais. Sukurto adaptyvumo modelio privalumas – funkcionalumas, kuris pasižymi sisteminiu požiūriu į analizuojamas „startuolių“ steigimo problemas, didina „startuolių“ steigėjų gebėjimą analizuoti verslo aplinką, įvertinant verslumo atmosferos veiksnius, bei padeda prisitaikyti vykstant pokyčiams.

Literatūra

- Aghion, P., Blundell, R., Griffith, R., Howitt, P., Prantl, S. (2009). The effects of entry on incumbent innovation and productivity. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 91 (1), p. 20–32.
- Alexy, O., Block, J. H., Sandner, P. G. (2011). Social Capital of Venture Capitalists and Start-Up Funding. *Small Business Economics*, No. 39(4), p. 51–85.
- Andersson, M., Koster, S. (2011). Sources of persistence in regional start-up rates-evidence from Sweden. *Journal of Economic Geography*, No. 11, p. 179–201.
- Baronienė, L. (2008). Teorinės prielaidos inovacinės aplinkos kūrimui. *Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, Nr. 3(14), p. 23–31.
- Damsgaard, E. F., Thursby, M. C. (2013). University entrepreneurship and professor privilege. *Industrial and Corporate Change*, Vol. 22, No. 1, p. 183–218.
- Decker, R., Haltiwanger, J., Jarmin, A. R., Miranda, J. (2014). The Role of Entrepreneurship in US Job Creation and Economic Dynamism. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 28, No. 3, p. 3–24.
- Delgado, M., Porter, M. E., Stern, S. (2010). Clusters and entrepreneurship. *Journal of Economic Geography*, Vol. 10, p. 495–518.
- Fis, A. M., Cetindamar, D. (2013). Start-Up Information Search Practices: The Case of Turkey. *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 49, No. 6, p. 22–36.
- Fornahl, D. (2009). Changes in regional firm founding activities: a theoretical explanation and empirical evidence. *Journal of Economic Geography*, No. 9, p. 291–293.
- Franke, N., Gruber, M., Harhoff, D., Henkel, J. (2008). Venture Capitalists' Evaluations of Start-Up Teams: Trade-Offs, Knock-Out Criteria and the Impact of VC Experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, No. 32(3), p. 83–99.
- Gries, T., Naude, W. (2008). Entrepreneurship and regional economic growth: towards a general theory of start-ups. *World Institute for Development Economic Research, Working Papers RP*, Vol. 70, p. 46–59.
- Homburg, Ch., Hahn A., Bornemann, T., Sandner, P. (2014). The Role of Chief Marketing Officers for Venture Capital Funding: Endowing New Ventures with Marketing Legitimacy. *Journal of Marketing Research*, Vol. LI (October), p. 625–644.
- Hvide, H. K., Moen, J. (2010). Lean and hungry or fat and content? Entrepreneur wealth and start-up performance. *Management Science*, Vol. 56(8), p. 1242–1258.
- Kaftan, M. J. (2014). Rollovers as Business Start-Ups (ROBS)-401(k) Plan Business Financing: A Personal Employment Act. *ROBS Update*, Summer, p. 20–30.
- Korosteleva, J., Mickiewicz, T. (2011). Start-Up Financing in the Age of Globalization. *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 47, No. 3, p. 23–49.
- Laskienė, D. (2012). Kauno apskrities verslo aplinkos veiksnių vertinimas. *Vadyba*, Nr. 2(21), p. 13–18.
- Laurinavičius, A. (2014). *Impact of Public Venture Capital on economic development*. Summary of doctoral dissertation. Vilnius: Vilnius University.
- Lipuma, J. A., Park, S. (2013). Venture Capitalists' Risk Mitigation of Portfolio Company Internationalization. *Entrepreneurship theory and practice*, February, p. 1–23.
- Melnikas, B., Jakubavičius, A., Leichteris, E., Vilys, M. (2011). *Žinių ekonomikos kūrimas: inovacijų paramos sistema*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras.
- Moon, S. (2014). How does the use of External knowledge influence innovative performance of service firm an introductory study of openness and service innovation. *Seoul Journal of Business*, Vol. 20, No. 1, p. 35–61.
- Norris, A. (2014). Startups and older firms: which is more responsive to local economic changes? *U.S. Bureau of Labor Statistics*, April, p. 1–2.
- Pilinkienė, V., Mačiulis, P., Kurlavičiūtė, B. (2013). Greito augimo įmonių skatinimo politikos ypatumai. *Vadyba*, Nr. 2(23), p. 23–30.
- Pogosian, S., Dzemyda, I. (2012). Inovacijos versle ir jas lemiantys veiksniai teoriniu ir politiniu aspektu. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, Nr. 1(25), p. 63–76.
- Povilaitis, M., Čiburienė, J. (2009). Paslaugų inovacijų aplinką lemiantys organizaciniai veiksniai. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 49, p. 85–95.
- Press, K. (2008). Divide to conquer? Limits to the adaptability of disintegrated, flexible specialization clusters. *Journal of Economic Geography*, No. 8, p. 565–580.
- Reeves, M., Deimler, M. (2011). Adaptability: The New Competitive Advantage. *Harvard Business Review, Managing Uncertainty*, Issue 2, p. 42–61.
- Robles, E. (2015). How to identify disruptive new businesses. *Review of business and finance studies*, Vol. 6, No. 1, p. 121–130.

- Salehie, M., Tahvildari, L. (2009). Self-Adaptive Software: Landscape and Research Challenges. *Proc. IEEE Int. Conf. On Self-Adaptive and Self-Organizing Systems*, p. 59–66.
- Stucki, T. (2013). Success of start-up firms: the role of financial constraints. *Industrial and Corporate Change*, Vol. 23, No. 1, p. 25–64.
- VŠĮ „Versli Lietuva“. (2013). *“Startup Lithuania” 2013 metų apžvalga*. Vilnius.
- Zemlickienė, V. (2011). Mokslinių tyrimų komercializavimo metodai. *Contemporary issues in business, management and education*, Nr. 23, p. 300–312.
- Werth, J. C. H., Boert, P. (2013). Co-Investment Networks of Business Angels and the Performance of their Start-Up Investments. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, No. 5(3), p. 56–240.
- Worthington, J., Britton, C. (2006). *The Business Environment*. Pearson Education Limited. UK.

IMPROVING OF ANTREPRENEURSHIP’S ATMOSPHERE FOR ESTABLISHING OF START UP’S IN LITHUANIA

ALGIRDAS GIEDRAITIS, JURGITA KASNAUSKĖ
University of Klaipėda (Lithuania)

Summary

This article represent multifaceted approach to the problems of atmosphere entrepreneurship’s, when “start up’s” are establishing. When “start up’s” are establishing in atmosphere of entrepreneurship is facing with factors, they are related to each other and deterring a volatility of business environment. The constructed model can systematically help for the founders of “start up’s” better understand a atmosphere of entrepreneurship trough the factors of entrepreneurship atmospheric and faster adapt to the business conditions by solving problems.

In this article analyzed problem: how to improve a climate factors of entrepreneurial climate for achieving establishing growth “start up’s” in Lithuania? By this problem was formulated aim: after analysis of the most important entrepreneurial atmospheric factors, which have influence to the establishment of “start up’s” in Lithuania, submit a oppurtunities of atmosphere improvement. This article is based on the scientific of literature, comparative analysis and synthesis methods, performed quantitative survey. The survey was carried on November – December of 2014 years.

226 respondents (founders of “start up’s”) on quatitative study have assessed a factor’s of atmosphere entrepreneurship’s, which have a influence to the establishment of “start up’s” in Lithuania. On the study was identified problem of “start up’s” establishment: lack oppurtunities of credit, establishment of “start up’s” is not a priority activity of Government; education and training don’t provide a sufficient information about importance of entrepreneurship, oppurtunities of innovation and business?; missing a organizations, which could help for a “start up’s” establishment; missing a protection of intellectual property; creativity and innovation still not yet the most important of business culture; problematic cooperation trough public organizations and other subject of business. For these problems are created proposed adaptive model. Most important advantage of model is constructed functionality and have a systematic approach to the analyze of “start up’s” establishment problems.

KEYWORDS: *establishment of “start up”, atmosphere of entrepreneurship, adaptability, region.*

JEL CODES: L22, M13.