

ALTERNATYVIŲ FINANSAVIMO ŠALTINIŲ PRITRAUKIMO Į STARTUOLIUS GALIMYBĖS

Izolda Skruibytė

Klaipėdos valstybinė kolegija

Neda Sartauskaitė

UAB Grant Thornton Baltic

DOI: <https://doi.org/10.52320/svv.v1iIX.335>

Anotacija

Startuoliai, priešingai nei jau rinkoje veikiančios įmonės, yra tik ką įsikūrusios ar besikuriančios jaunos įmonės, turinčios ne tik didelį augimo potencialą dėl savo novatoriškų ambicijų būti pirmaujančiomis, bet kartu pasižyminčios didele rizika visko netekti. Intensyvios konkurencijos sąlygomis jaunam besikuriančiam verslui gyvybiškai svarbu užtikrinti tinkamą jo finansavimą. Startuolių kūrimas ypač reikalauja didelių investicijų, nes jų veikla dažniausiai yra tiesiogiai susijusi su inovacijų, aukštųjų technologijų kūrimu bei jų naudojimu versle. Rinka šiandien siūlo daug įvairių tradicinių ir alternatyvių finansavimo šaltinių, tačiau startuoliams, siekiantiems pateikti rinkai išskirtinius produktus ir pasižymintiems tiek dideliu augimo potencialu, tiek ir didele verslo rizika, ne visi finansavimo šaltiniai yra prieinami ir efektyvūs. Straipsnio tikslas yra apibrėžus startuolio sampratą ir identifikavus esmines startuolių charakteristikas, išanalizuoti alternatyvius startuolių finansavimo šaltinius. Atlikta mokslinės literatūros analizė atskleidė, jog dėl startuoliams būdingos aukštos verslo rizikos patraukliausi ir geriausiai prieinami yra ne tradiciniai finansavimo šaltiniai, tačiau tokie alternatyvūs finansavimo šaltiniai, kaip verslo angelai, sutelktinis finansavimas, rizikos kapitalo fondai bei įvairios verslo akceleravimo programos. „Startup Lithuania“ 2023 m. atliktos Lietuvos startuolių apklausos rezultatai patvirtino, jog alternatyvūs šaltiniai, kaip patraukliausia startuolių finansavimo priemonė įvardinti ir Lietuvoje veikiančių startuolių.

Pagrindiniai žodžiai: startuolis, alternatyvūs finansavimo šaltiniai, verslo angelai, sutelktinis finansavimas, rizikos kapitalo fondai.

Įvadas

Temos aktualumas. Mokslinėje literatūroje galima sutikti įvairių startuolių apibrėžimų, tačiau autoriai dažniausiai startuolius sieja su inovatyvumu, didelėmis ambicijomis, dinamiškumu, aukštu proveržiu (Skala, 2019), aukštosiomis technologijomis (Giedraitis ir Kasnauskė, 2015; Ries, 2011) bei unikalių idėjų generavimu (Salamzadeh ir Kesim, 2015; Isharyadi ir kt., 2022). Startuoliais dažniausiai laikomos naujai susikūrusios, jaunos, perspektyvios, turinčios didelį augimo potencialą įmonės, kurioms būdingas inovatyvumas, technologinis patrauklumas bei išskirtinumas. Didesnio sutarimo tarp autorių pasigendama diskutuojant apie veiksnius, padedančius startuoliams pritraukti tinkamą finansavimą. Finansavimo pritraukimą lemia daugybė veiksnių. Vieni autoriai prie pagrindinių veiksnių priskiria efektyvios komandos formavimą (Girdauskienė ir kt., 2015; Isharyadi ir kt., 2022; Binowo ir Hidayanto, 2023), kitų nuomone aktualiau tinkama rinkodara ir ryšių kūrimas (Binowo ir Hidayanto, 2023), įmonės vertės demonstravimas (Zhou ir kt., 2023), abipusio pasitikėjimo didinimas (Girdauskienė ir kt., 2015). Kadangi net pačios geriausios idėjos negali būti efektyviai įgyvendintos be tinkamo finansavimo, būtina ieškoti svarbiausių veiksnių, galinčių patraukti investuotojų dėmesį ir skatina gilesnes mokslines diskusijas.

„Startup Lithuania“ 2023 m. pradžioje atliktos Lietuvos startuolių apklausos rezultatai atskleidė, kad net 41 proc. iš 205 apklausoje dalyvavusių startuolių nurodė, jog jų vystymąsi labiausiai apsunkina finansinių išteklių trūkumas. Kadangi beveik pusės apklaustų įmonių veikla susijusi su moksliniais tyrimais ir eksperimentine plėtra, todėl didžiajai jų daliai reikalingų investicijų suma viršija 1 mln. eurų. Panašios tendencijos vyrauja ir kitose šalyse. 128 šalyse atlikto tyrimo rezultatai atskleidė, jog 40 proc. besikuriančių smulkių įmonių susiduria su finansavimo trūkumu, o pagrindinės šio trūkumo priežastys yra nepakankamas užstatas, dideli kaštai, didelė rizika finansuotojui bei informacijos asimetrija (AFI, 2020). Kadangi besikuriančių startuolių veikla dažniausiai yra nukreipta į produktų, tiesiogiai susijusių su inovacine veikla ir technologijų vystymusi kūrimu ir gamyba, todėl tokio verslo plėtrai ir tęstinumui užtikrinti gyvybiškai svarbu pritraukti pakankamą finansavimą. Anot Ive (2015), tinkamas finansavimas padeda sukurti strateginį pranašumą, sudarydamas galimybes produktui greitai patekti į rinką, augti ir toliau skverbtis į kitas rinkas. Siekiant įtikinti investuotojus investuoti į jaunas įmones, startuoliai turi

būti patrauklūs, tinkamai atskleisti verslo idėją ir augimo potencialą, pateikti aiškų verslo modelį, plėtros strategiją, akcentuoti kitus įmonės pranašumus ir verslo sėkmei svarbius klausimus.

Tyrimo problema. Verslo kūrimui ir jo plėtrai užtikrinti neišvengiamai reikalingas tinkamas finansavimas. Laiku nepritraukus pakankamo finansavimo, verslo idėjų įgyvendinimas gali nepasisekti. Rinka šiandien siūlo daug įvairių tradicinių ir alternatyvių finansavimo šaltinių. Tačiau startuoliams, siekiantiems pateikti rinkai išskirtinius produktus ir pasižymintiems tiek dideliu augimo potencialu, tiek ir didele verslo rizika, ne visi finansavimo šaltiniai yra prieinami ir efektyvūs. Įvertinti startuolių finansavimo galimybes galima tik išanalizavus rinkoje veikiančius verslo finansavimo instrumentus ir identifikavus startuoliams būdingus veiksnius, turinčius įtakos finansavimo pritraukimui.

Tyrimo objektas – alternatyvūs startuolių finansavimo šaltiniai.

Tyrimo tikslas – apibrėžus startuolio sampratą ir identifikavus esmines startuolių charakteristikas, išanalizuoti alternatyvius startuolių finansavimo šaltinius.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apibrėžti startuolio sampratą ir identifikuoti pagrindines jo charakteristikas.
2. Identifikuoti veiksnius, darančius įtaką finansavimo šaltinių į startuolius pritraukimui.
3. Išanalizuoti galimus startuolių finansavimo šaltinius.

Tyrimo metodai: Mokslinės literatūros analizė ir sintezė pasitelktos siekiant išanalizuoti startuolio sampratą, esmines startuolių charakteristikas, išskiriančias juos iš kitų įmonių ir padedančias pritraukti tinkamus finansavimo šaltinius bei apibendrinti ir susisteminti skirtingų autorių nuomones. Palyginimo metodas naudotas siekiant pateikti priimtinausius finansavimo šaltinius skirtinguose startuolių plėtros etapuose. Grafinis vaizdavimas pasitelktas siekiant pateikti „Startup Lithuania“ Lietuvos startuolių apklausos rezultatus ir atspindėti populiariausius Lietuvoje veikiančių startuolių finansavimo šaltinius.

1. Startuolio samprata ir pagrindinės charakteristikos

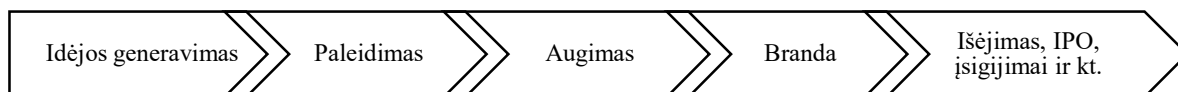
Vis dažniau mokslinėje literatūroje galima sutikti „startuolio“ sąvoką, kuri atsirado iš angliško termino „Start-up“. Startuoliais dažniausiai laikomos naujai įkurtos perspektyvios mažos ar vidutinės įmonės, gaminančios išskirtinius produktus, ieškančios efektyvių būdų patekti į rinką arba sukurti naują rinką ir joje dominuoti. Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme (galiojanti suvestinė redakcija 2024) startuolis apibrėžiamas kaip „didelį ir inovacijomis grindžiamą verslo plėtros potencialą turinti labai maža ar maža įmonė, Juridinių asmenų registre registruota ne ilgiau kaip 5 metus“. Anot Sekliuckienės ir kt. (2018), startuolis atsirado dėl nuolat besikeičiančios verslo aplinkos, tobulėjančių technologijų, todėl yra priverstos būti lanksčios, greitai prisitaikyti prie naujovių. Startuolių pagrindas yra technologijos, orientuotos į naują produktą, turintį spartų augimo potencialą bei aukštas neapibrėžtumo lygis (Giedraitis ir Kasnauskė, 2015; Ries, 2011). Startuoliai yra svarbūs ekonomikos dalyviai, kurie skatina ekonomikos augimą, kuria naujas darbo vietas ir skatina naujoves (Haddad ir kt., 2020), todėl galima teigti, kad tarp ekonomikos augimo ir naujovių yra stiprus ryšys.

Analizuojant startuolio sampratą, svarbu pabrėžti, kad šios įmonės siūlomas rinkai produktas turi būti inovatyvus ir naudingas vartotojams, nes nauja ir patraukli idėja gali išsiskirti naują verslą iš esamų konkurentų ir sukurti esminių konkurencinių pranašumų. Naujų įmonių produktams tenka konkuruoti su jau rinkoje esančiomis prekėmis ir paslaugomis, o konkurencija lemia stipriausiųjų išlikimą (Kerr ir kt., 2014). Anot Salamzadeh ir Kesim (2015), startuoliai kovoja dėl egzistavimo remiantis savo unikaliomis, išskirtinėmis idėjomis. Tačiau siekiant laimėti konkurenciją ir išlikti rinkoje, vienas iš lemiamų elementų yra tinkamas verslo modelio pasirinkimas (Haddad ir kt., 2020). Autoriai mano, kad verslo modelis lemia įmonės našumą ir konkurencinį pranašumą. Tačiau svarbiausia, kad įmonės konkurencinį pranašumą pripažintų prekės ir paslaugos vartotojai, nes vartotojo pasitenkinimas prekėmis ir paslaugomis skatina pakartotinį jų pirkimą ir užtikrina startuolio įmonei pajamas bei augimą.

Besikuriančios įmonės ypač daug dėmesio skiria inovaciniams produktams, kurių gamyba paremta aukštųjų technologijų naudojimu, nes tokių produktų paklausa gali būti didelė ne tik trumpalaikėje, bet ir ilgalaikėje perspektyvoje. Anot Skala (2019), startuoliai yra inovatyvios, ambicingos, ekspansyvios, dinamiškos, sparčiai augančios ir orientuotos į globalias rinkas įmonės. Šios įmonės pirmiausiai

siejamos su aukštosiomis technologijomis, žiniomis ir intelektine nuosavybe. Visos šios išskirtinės charakteristikos ir išskirti ambicingi strateginiai tikslai išskiria startuolį iš smulkaus ir vidutinio verslo.

Ulc (2021) teigia, kad startuolis nuo idėjos užuomazgų generavimo iki sėkmingo verslo pasiekimo, praeina 5 etapus:



1 pav. Startuolio steigimo ir plėtros etapai

Šaltinis: Ulc, J. (2021). Lifecycle of technology start-ups and characteristics of individual stages: New Theoretical Framework. Perspectives of Business and Entrepreneurship Development: Digital Transformation for Business Model Innovation, 2, 170-182.

Anot Ulc (2021), pirmasis etapas, skirtingai nei tradiciniams verslams, yra aktualiausias startuoliui, nes jame ne tik atsiskleidžia kūrybiškumas, išgryninama idėja, stebima ir analizuojama rinka, prognozuojama produkto paklausa, bet ir žlunga daugiausiai įmonių. OECD (2015) tyrimo rezultatai patvirtina, jog daugiausia įmonių žlunga pirmaisiais metais, nors išgyvenusių įmonių skaičius skirtingose šalyse reikšmingai skiriasi. Pavyzdžiui, pirmuosius metus išgyvena 90 proc. Švedijoje, JAV, Liuksemburge, Lietuvoje ir JK įkurtų įmonių, 60-70 proc. Čekijoje, Lenkijoje ir tik 55 proc. Slovakijoje įkurtų įmonių. Taip pat nustatyta, jog paslaugų sektoriuje išgyvenusių startuolių dalis yra mažesnė nei pramonėje.

Ulc (2021) įsitikinimu, paleidimo etapas taip pat dar neužtikrina įmonės sėkmės, nes nėra aišku ar idėjos gyvendinimas pasiteisins ir bus sėkmingas. Isharyadi ir kt. (2022) pritaria, kad šiame etape intensyviai ieškoma verslo finansavimo šaltinių, bandoma parduoti pirmąsias prekes ar paslaugas bei stebima jų paklausa rinkoje. Augimo etapas jau gali reikšti startuolio sėkmę, nes šiame etape vyksta naujų produktų plėtra, įmonės žinomumo ir reputacijos lygio didinimas rinkoje. Taip pat startuolis tobulina savo rinkodaros strategiją ir ieško papildomo finansavimo plėtrai. Brandos etape startuolis pasiekia stabilias pozicijas rinkoje. Plėtrą skatina padidėjęs pelningumas dėl masto ekonomijos, aukšto valdymo lygio ir bendradarbiavimo galimybių. Paskutiniajame etape verslas gali būti parduodamas, įmonė gali skelbti pirminį viešąjį akcijų pasiūlymą (IPO), gali vykti įmonių susijungimai, įsigijimai ir kitos verslo transformacijos.

2. Finansavimo šaltinių pritraukimą lemiantys veiksniai

Startuolio sampratos analizė atskleidė, jog šios įmonės pasižymi inovatyvaus ir išskirtinio produkto, kuris būtų patrauklus vartotojui, pateikimu rinkai. Didelį augimo potencialą turinčios jaunos įmonės gali būti patrauklios kreditoriams ir investuotojams, tačiau svarbu yra gebėti potencialiems investuotojams tinkamai pristatyti produkto unikalumą ir išskirtinumą bei paaiškinti, kuo prekė ar paslauga yra pranašesnė už kitų įmonių gaminamus produktus.

Isharyadi ir kt. (2022) teigia, kad investicijų pritraukimui lemiamą įtaką daro verslo idėja, kuri gali užtikrinti sklandžią verslo veiklą ir jo sėkmę. Verslo idėja yra tarsi branduolys, apie kurį sukasi rinka su vartotojų lūkesčiais ir poreikiais. Tie patys autoriai pastebi, kad startuolio įmonei taip pat labai svarbu yra kūrybiška ir efektyvi įmonės valdymo komanda, kuri turi įtakos efektyvių sprendimų priėmimui. Kapitalo paieškos ir marketingo strategija leidžia koncentruoti dėmesį į potencialių investuotojų grupes ir lengviau pasiekti užsibrėžtus tikslus. Profesionali komanda suteikia pirmąjį postūmį startuolio sėkmei. Finansinių rodiklių tendencijų numatymas leis patikrinti startuolio veiklos rezultatus ir verslo pasirengimą augti. Galima teigti, kad daug žadančios finansinės prognozės skatina investicijas. Startuolių savininkai turi kuo daugiau komunikuoti su potencialiais investuotojais ir įgyti jų pasitikėjimą. Investuotojai turi būti įtikinti, kad verslas turi potencialo ir galės uždirbti pelno, tai padės pritraukti investuotojų. Startuoliai yra patrauklūs investuotojams dar ir tuo, kad jie lengviau adaptuojasi prie rinkos pokyčių, todėl yra linkę greičiau taikyti pokyčius savo veikloje nei tradicinės įmonės.

Binowo ir Hidayanto (2023) išskiria net 15 esminių veiksnių, užtikrinančių startuolio sėkmę. Be verslo idėjos, geros komandos ir rinkodaros, išorinio finansavimo galimybių autoriai, kaip varomąsias

jėgas, įvardija konkurentus, įpareigojančius startuolį daugiau dėmesio skirti inovacijoms bei produktų kokybei ir steigėjų užsidegimą, leidžiantį įveikti visas kliūtis ir nepasiduoti. Girdauskienė ir kt. (2015) pastebi, kad įmonės vizija, kuri apibrėžia tikslą, užduotis, galimas perspektyvas, lemia pasitikėjimo, bendradarbiavimo ir paramos lygį, nes ilgalaikės įmonės vizijos išskyrimas investuotojams kelia susidomėjimą. Abipusis pasitikėjimas taip pat yra svarbus aspektas, siekiant pritraukti tinkamus investuotojus, nes pasitikėjimas skatina efektyvų darbą komandoje. Anot minėtų autorių, ryšių kūrimas ir komunikacija su visuomene palengvina informacijos perdavimą, keitimąsi, apdorojimą ir gali būti reklama žiniasklaidoje, internete, o tai įmonei suteikia didesnį matomumą.

Verslo sėkmei ir projektų sėkmingam įgyvendinimui įtaką daro ir intensyvus socialinių tinklų naudojimas. Anot Mollick (2014), socialiniuose tinkluose galima sutikti potencialius investuotojus, su kuriais galima užmegzti sėkmingą partnerystę. Būtent socialiniai tinklai sudaro galimybę reprezentuoti įmones, kurti savo pageidaujamą startuolio įvaizdį, didinti įmonės matomumą ir prekės ženklo žinomumą. Reguliarūs atnaujinimai, įtraukiantis turinys ir bendravimas su sekėjais gali sustiprinti pasitikėjimą ir patikimumą, kurie yra esminiai veiksniai, siekiant pritraukti investuotojus.

Zhou ir kt. (2023) nuomone, labai svarbu investuotojams parodyti įmonės vertę, laukiamą pelningumą, atskleisti konkurencinius pranašumus, augimo bei išlikimo rinkoje galimybes. Dabartinė ir laukiama įmonės vertė vaidina svarbų vaidmenį pritraukiant investicijas. Apibendrinant skirtingų autorių nuomones, galima identifikuoti pagrindinius veiksnius, darančius esminę įtaką finansavimo pritraukimui:

1 lentelė. Investicijų pritraukimą į startuolius lemiantys veiksniai

Lemiantys veiksniai	Autoriai
Verslo idėja	Isharyadi, Sari, and Purwantoro (2022) Binowo ir Hidayanto (2023)
Verslo planas	Isharyadi, Sari, and Purwantoro (2022)
Įmonės vizija, strategija	Girdauskienė, Venckuvienė ir Savanevicienė (2015) Isharyadi, Sari, and Purwantoro (2022)
Abipusis pasitikėjimas	Girdauskienė, Venckuvienė ir Savanevicienė (2015)
Reklama / Socialiniai tinklai	Girdauskienė, Venckuvienė ir Savanevicienė (2015) Mollick (2014),
Efektyvi komanda	Girdauskienė, Venckuvienė ir Savanevicienė (2015) Isharyadi, Sari, and Purwantoro (2022) Binowo ir Hidayanto (2023)
Tvarumas	Isharyadi, Sari, and Purwantoro (2022)
Įmonės vertės demonstravimas	Zhou, Kartanaitė, Norvaišienė, Kovalov ir Krušinskas (2023)
Ryšių kūrimas	Girdauskienė, Venckuvienė ir Savanevicienė (2015) Mollick (2014),
Rinkodara	Binowo ir Hidayanto (2023)

Šaltinis: sudaryta autorių.

Identifikuoti veiksniai ir startuolių charakteristikos leidžia teigti, kad startuoliai rinkai pateikia ne tik unikaliomis, išskirtinėmis savybėmis pasižyminčius produktus, turinčius didelį augimo potencialą rinkoje, bet ir produktus, pasižyminčius didele rinkos rizika. Tai reiškia, kad sėkmės atveju investuotojų laukia didelė investicijų grąža, o nesėkmės atveju tikėtini labai dideli nuostoliai. Klasikinėms finansinėms institucijoms, kurios netoleruoja didesnių svyravimų ir siekia stabilios bei nuoseklios grąžos, startuoliai nėra patrauklūs. Tai reiškia, kad būtina ieškoti naujų, alternatyvių finansavimo šaltinių.

3. Alternatyvūs verslo finansavimo šaltiniai

Finansavimas – tai lėšų suteikimas verslo subjektui, kad jis galėtų įgyvendinti savo tikslus, siekiant vykdomos veiklos sėkmės. Verslo įmonės steigimo ir ankstyvojo augimo etape investicijų pritraukimas yra vienas dažniausiai kylančių sunkumų jaunai įmonei. Pakšytė ir Jurevičienė (2022) pritaria, kad pradinis verslo finansavimas yra ne tik svarbiausias, bet ir sunkiausias jaunai įmonei siekiant įgyvendinti verslo idėjas ir reikalauja daug laiko tinkamų finansavimo šaltinių paieškai. Šiandien rinka įmonėms

siūlo daug klasikinių ir alternatyvių verslo finansavimo šaltinių, tačiau tik nedaugelis jų gali būti prieinami jaunam, besikuriančiam verslui.

Steigėjai, šeima, draugai. Prieš įgyvendinant idėją, būtina ją išgryninti, parengti ir detalizuoti verslo modelį, jo veikimo principą ir įtikinti galimus potencialius investuotojus šio verslo sėkme. Pradiniame verslo steigimo etape nesėkmės rizika yra labai didelė, todėl sudėtinga įgyti potencialių investuotojų pasitikėjimą ir pritraukti finansavimą iš išorės ir anot Honjo ir kt. (2022), pirmiausiai dauguma įmonių naudojami verslo steigėjų, šeimos bei draugų finansavimu. Šeimos kapitalas ir draugų indėlis yra neišvengiamai pagrindiniai verslo finansavimo šaltiniai verslo kūrimo pradžioje.

Sutelktinis finansavimas. Sutelktinis finansavimas, kaip ir viešasis finansavimas, yra tinkamas visuose įmonės įkūrimo etapuose. Sutelktinis finansavimas – tai pinigų investavimo ir lėšų rinkimo modelis, kai investicijos pritraukiamos iš pavienių asmenų. Svarbu paminėti, kad tai gali būti tiek fiziniai, tiek juridiniai asmenys, o prie vienos idėjos įgyvendinimo gali prisidėti neribotas skaičius investuotojų. Anot Mollick (2014), sutelktinis finansavimas yra palyginti naujas būdas finansuoti įvairias naujas įmones ir leidžiantis paviniams pelno, kultūros, ar socialinių projektų steigėjams už atitinkamą atlygį prašyti finansavimo iš daugelio fizinių ir juridinių asmenų. Tai yra alternatyvus lėšų pritraukimo būdas, visiškai nepriklausomas nuo finansinių institucijų ir sudarantis galimybes sėkmės atveju suinteresuotiems asmenims uždirbti iš investicijų (Junge ir kt., 2022; Camilleri ir Bresciani, 2022). Investicijų graža gali būti gaunama įvairiomis formomis. Jeigu projektas siekia socialinės naudos, siekia išspręsti tam tikras problemas, kurios bendruomenei ar platesnei visuomenei yra aktualios, investuotojai gali patikėti savo lėšas verslui net be jokio materialaus atlygio. Priklausomai nuo to, kokia išraiška gaunama nauda iš investavimo į verslą, Bernardino ir Santos (2020) išskiria keturias sutelktinio finansavimo formas:

2 lentelė. Sutelktinio finansavimo formos

Finansavimo forma	Finansavimo formos apibūdinimas
Aukojimu pagrįstas finansavimas	Investuotojai už investuotas lėšas nesitiki gauti materialaus atlygio, bet gali tikėtis socialinio atlygio – viešos padėkos, pripažinimo.
Atlygiu pagrįstas finansavimas	Investuotojai už investuotas lėšas gauna tam tikrą nepiniginį atlygį – padėka, produktas.
Skolinimu pagrįstas finansavimas	Investuotojai už investuotas lėšas gauna piniginę kompensaciją palūkanų forma.
Nuosavybe pagrįstas finansavimas	Investuotojai už investuotas lėšas gauna atitinkamą kiekį akcijų ir tampa įmonės akcininkais.

Šaltinis: Bernardino, S. & Santos, J. F. (2020). Crowdfunding: An Exploratory Study on Knowledge, Benefits and Barriers Perceived by Young Potential Entrepreneurs. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(4), p. 81.

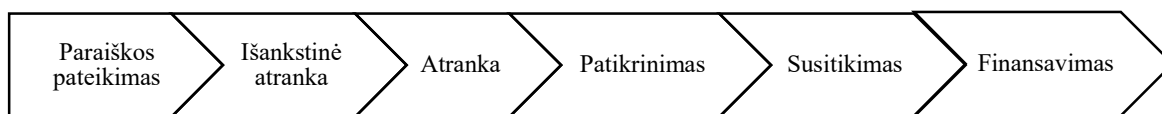
Sutelktinio finansavimo proceso eigą įprastai sudaro 4 etapai. Pirmiausiai, įgyvendinant pirmąjį etapą, yra užpildoma paraiška finansavimui gauti. Anot Herve ir Schwienbacker (2018), verslininkai pildydami paraišką internete, turi pateikti svarbią ir aktualią informaciją, kuri būtų esminė įtikinant investuotojus finansuoti projektą. Autoriai pabrėžia, kad šis etapas yra labai rizikingas ne tiek investuotojams, kiek pačiam verslui, nes sudaromos galimybės kitiems verslininkams pasinaudoti idėjos unikalumu, ją nukopijuoti ir įgyvendinti anksčiau. Antrajame etape pateikiamas finansavimo pasiūlymas, kuriame detaliam aptariamos finansavimo sąlygos. Trečiasis etapas apima patį projekto finansavimą arba lėšų rinkimą, kurio terminas priklauso nuo verslo idėjos. Ketvirtajame etape, kai projektas jau yra įgyvendintas, paskolos suma, palūkanos ir kitas atlygis gražinamas investuotojams pagal iš anksto sutartas finansavimo sąlygas.

Akseleratoriai. Akseleratoriais vadinamos investavimo bendrovės, kuriuose dirba patyrusių žmonių grupės, pasiruošusios per tam tikras programas startuoliui suteikti finansinį ir nefinansinį palaikymą: investicijas, mentorystę, verslo ryšių plėtrą (Aljalalma ir Slof, 2022). Autoriai teigia, kad akseleratoriai yra veiksmingiausias būdas padėti kurti įmonę. Ši investicijų forma yra patraukli startuoliams, nes padeda pritraukti reikalingą kapitalą ir kitą pagalbą per santykinai trumpą laiką. Garcia-Ochoa ir kt. (2020) teigia, kad startuolių dalyvavimas verslo akseleratorių programose, padeda susidoroti su iššūkiais, užtikrina verslo modelio gyvybingumą, skatina jaunuosius verslininkus taikyti efektyvius verslo valdymo metodikas, kurios padeda pasiruošti rinkos neapibrėžtumui ir tinkamai kontroliuoti nenumatytus atvejus. Kaip ir sutelktinio finansavimo procese, norint dalyvauti akseleratorių programose

ir gauti finansavimą, reikia užpildyti paraišką akseleratorių internetinėje svetainėje. Akseleratorių programos komanda susisiečia su įmonėmis, organizuoja susitikimus ir į atrinktus startuolius investuoja.

Verslo angelai. Verslo angelais vadinami privatūs investuotojai, kurie padeda startuolių kūrėjams realizuoti jų verslo idėjas ir yra pasiruošę dalintis asmenine verslo patirtimi. Šia veikla dažniausiai užsiima sėkmingi verslininkai, buvę ar esantys didelių verslo organizacijų vadovai, kurie yra pasirengę investuoti savo pinigus, žinias ir patirtį į inovatyvius ir dažnai labai rizikingus verslus. Anot Iruarizaga ir Saiz (2013), verslo angelai – tai asmenys, investuojantys savo pinigus į startuolius ir aktyviai prisidedantys prie atitinkamo verslo diegimo, perduodami savo žinias ir patirtį. Verslo angelai yra pasirengę finansuoti startuolius ankstyvajame augimo ir vėlesniame plėtros etape, kai dauguma formalių kredito teikėjų dėl aukštos rizikos vengia tai daryti (AFI, 2020). Verslo angelų pagrindinis tikslas yra dinamiška verslo plėtra, kuri leistų per trumpą laikotarpį užauginti ir subrandinti verslą. Skalicka ir kt. (2022) teigia, kad verslo angelai yra unikalus privatus kapitalas rinkoje, kuris investuoja į įmones pirmaisiais verslo metais ir taip prisiima didelę investavimo riziką. Tačiau Laužikas ir kt. (2017) pabrėžia, jog verslo angelai yra dviejų tipų: aktyvūs, kurie į įmonės plėtrą investuoja tiek pinigus, tiek savo laiką perteikiant žinias ir patirtį, ir yra pasyvūs, kurie suteikia tik kapitalą ir neskiria laiko startuolio plėtrai. Anot Dibrova (2015), verslo angelai savo veiklą gali organizuoti trimis skirtingais būdais: jungdamiesi į verslo angelų asociacijas, bendrai su kitais investuotojais investuodami į startuolius arba dirbantys savarankiškai, kaip nepriklausomi investuotojai. Potencialiai didelė investicijų grąža yra viena pagrindinių priežasčių, kodėl asmenys nori tapti verslo angelais. Kadangi verslo angelų dalijimasis savo patirtimi lemia startuolio įsitvirtinimą rinkoje, todėl svarbu, kad verslo angelas būtų aktyvus.

Cardon ir kt. (2016) Kalifornijoje atliktas empirinis tyrimas patvirtino iškeltą hipotezę, jog didesnę galimybę pritraukti verslo angelus turi tos įmonės, kurios yra kruopščiai pasiruošusios verslo pradžiai ir yra numaćiusios įvairias galimas alternatyvas nesėkmės atveju. White ir Dumay (2018) Australijoje atliktas tyrimas atskleidė, jog verslininkų asmeninė patirtis, tarpusavio pasitikėjimas, galimybė prisidėti finansine ir kitokia išraiška bei realūs lūkesčiai vaidina reikšmingą vaidmenį pritraukiant verslo angelus pradinio investavimo etape. Verslo angelų finansavimo procesas yra labai individualus ir nėra plačiai bei detaliam aptariamam mokslinėje literatūroje. Mitteness ir kt. (2012) išskiria šešis verslo angelų finansavimo proceso etapus (2 pav.).



2 pav. Verslo angelų finansavimo procesas

Šaltinis: Mitteness ir kt. (2012). Horse vs. Jockey? How stage of funding process and industry experience affect the evaluations of angel investors. *Venture Capital*, 14(4), p. 241–267.

Procesas prasideda paraiškos pateikimu, verslo kūrėjams nusprendus kreiptis į verslo angelus dėl finansavimo, ir užpildo internetinę paraišką. Verslo angelų investicijų grupėms peržiūrėjus užpildytas internetines paraiškas ir nustačius organizacijos finansavimo gairių atitikimą, įmonių kūrėjai patenka į kitą etapą – išankstinę atranką. Išankstinės atrankos etape vyksta verslo angelų susitikimas su užpildžiusiais paraišką jaunaisiais verslininkais, kuriuo metu vyksta jų įmonės neformalus patikrinimas. Sėkmingai praėjus šį etapą, jie patenka į atrankos etapą, kuriame norintys gauti finansavimą ruošia detalius verslo pristatymus verslo angelų investicijų grupei. Pasak autoriaus, įmonei reikia sulaukti 10 verslo angelų susidomėjimo jų įmone ir tik tada galimas perėjimas į kitą etapą – patikrinimą. Patikrinimo metu verslo angelai išsamiai peržiūri įmonės dokumentus, įvertina verslo planą. Priešpaskutiniame etape vyksta verslo angelų susitikimas su verslo idėjų autoriais, kuriuo metu yra galimybė atsakyti į papildomus klausimus ir sulaukti papildomo susidomėjimo. Sėkmingai praėjus visus šiuos etapus, startuolis patenka į paskutinį etapą, kuris reiškia, kad įmonė sulauks finansavimo.

Rizikos kapitalo fondai. Rizikos kapitalo fondai investuoja į sparčiai augančių, perspektyvių įmonių akcinį kapitalą ir aktyviai dalyvauja versle priimant strateginius sprendimus. Siekdami užtikrinti investicijų sėkmę, skirtingi rizikos kapitalo fondai, kurie yra privatūs juridiniai asmenys, specializuojasi į skirtingas veiklos sritis ir skirtingus verslo etapus. Į nuosavybę investuojantys fondai ir verslo angelai

ypač patrauklūs visiškai naujus produktus ketinantiems gaminti startuoliams, kuriems reikia įsigyti daug fizinio kapitalo (Honjo ir kt., 2022). Kai startuoliai renkasi rizikos kapitalo fondą kaip investuotoją, kyla daug klausimų, kaip pasirinkti tinkamą investuotoją, kuris kuo pilniau atitiktų investuotojo ir įmonės lūkesčius. Anot Jurevičienės ir Martinkutės (2013), siekdami sėkmingai realizuoti investicijas, rizikos kapitalo fondai investuoja lėšas į rizikingus, tačiau aukštą augimo potencialą turinčius projektus. Jų teigimu, rizikos kapitalo fondai daugiausiai dėmesio skiria inovacijoms, kurios gali pakeisti esamas verslo šakas arba suteikti pagrindą kurti naujas. Anot Padgureckienės (2019), rizikos kapitalo fondai yra išskirtinai orientuoti į startuolių įmones. Jie ne tik teikia finansavimą, tačiau praleidžia daug laiko konsultuodami ir stebėdami startuolių galimybes valdyti savo portfelius. Savanevičienė ir kt. (2015) pritaria, kad šie fondai yra orientuoti į įmones, kurios yra ryškios augimo ir technologijų taikymo požiūriu ankstyvoje verslo vystymosi stadijoje. Tačiau Dobloug (2008) pastebi, kad rizikos kapitalo nepakanka tik pirmajame verslo kūrimo etape, todėl gali būti sėkmingai naudojamas ir vėlesniuose augimo etapuose. Rizikos kapitalo fondai yra naudingi ne tik įmonėms, pritraukiančioms kapitalą, tačiau, anot Zhang ir kt. (2013), jie skatina ekonomikos augimą bei technologijų pažangą šalyje

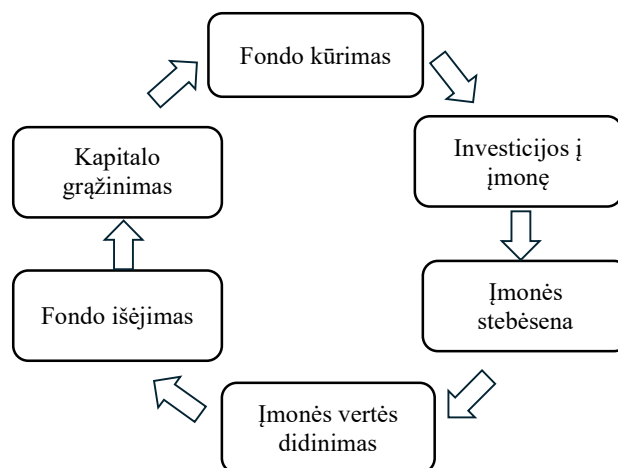
Dobloug (2008) rizikos kapitalo fondų investavimo procesą suskirsto į šešis etapus (3 pav.).



3 pav. Rizikos kapitalo fondų investavimo procesas
Šaltinis: Dobloug, T. A. (2008). Venture capital and innovation.

Paveiksle pateikti šeši investavimo proceso etapai: sandorio pradžia, atranka, vertinimas, investavimas, vystymas ir pasitraukimas. Sandorio pradžios etape rizikos kapitalistai susipažįsta su įmonėmis, jų veikla, kita aktualia informacija ir investavimo galimybėmis. Kaip teigia Dobloug (2008), atrankos metu rizikos kapitalistas įsitikina, ar įmonė pasižymi unikaliomis savybėmis, ar turi didelį pelno augimo potencialą. Vertinimo etape rizikos kapitalistai galutinai įvertina įmonės planuojamus pinigų srautus ir apsisprendžia, į kurią įmonę investuoti. Vienas iš svarbiausių etapų priėmus sprendimą investuoti, yra verslo vystymasis, nes jis lemia verslo sėkmę, o kartu ir investicijų sėkmę. Svarbu paminėti, kad šiame etape, dėmesys skiriamas verslo augimo skatinimui. Turėdamas reikšmingą akcijų dalį, rizikos kapitalistas aktyviai dalyvauja versle ir padeda startuoliams įgyvendinti verslo strategijas, nustato ir koreguoja plėtros kryptis, padeda įmonei sėkmingai patekti į rinką.

Rizikos kapitalo fondų veikla gali būti apibūdinama tam tikrais veiklos ciklais. Jurevičienė ir Martinkutė (2013), remdamosi kitų mokslininkų išvalgomis, išskiria šešis ciklus (4 pav.)

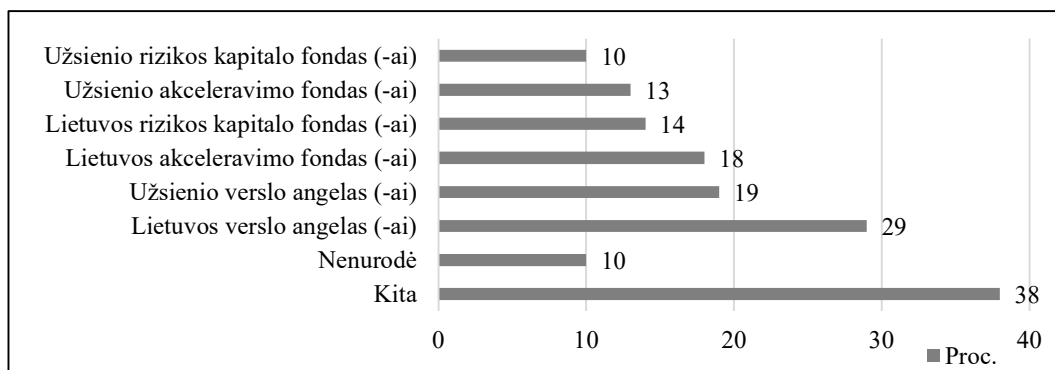


4 pav. Rizikos kapitalo fondo veiklos ciklas

Šaltinis: Jurevičienė, D., ir Martinkutė, A. (2013). Rizikos kapitalo fondai: teoriniai aspektai. *Business: Theory and Practice*, 14(2), 117–130.

Rizikos kapitalo veiklos ciklas prasideda nuo fondo sukūrimo ir vėliau sprendimo investuoti į tam tikrą pasirinktą įmonę. Prieš nuspręsdamas investuoti į įmonę, fondas vykdo labai kruopščių įmonių atranką. Trečiajame etape vyksta pasirinktos įmonės stebėseną. Stebėseną atliekama aktyviai dalyvaujant akcininkų susirinkimuose ir valdybos posėdžiuose. Stebėseną yra svarbi, nes pagrindinis rizikos kapitalo fondo tikslas yra per santykinai trumpą laikotarpį užtikrinti įmonės vertės augimą. Kai fondas tikslą pasiekia, fondas palieka įmonę, o investuotas kapitalas grąžinamas investuotojui.

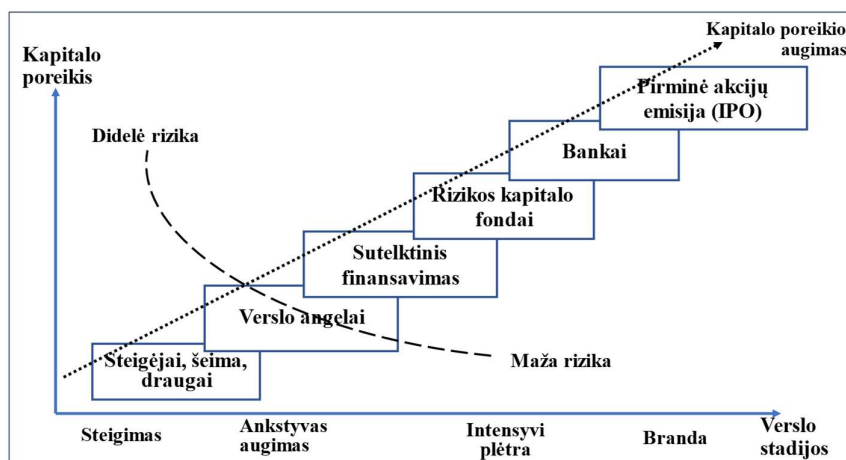
Vertinant finansavimo į startuolius pritraukimo galimybes Lietuvoje, „Startup Lithuania“ 2023 m. sausio mėn. atliktos startuolių apklausos rezultatai patvirtino, jog tarp 79 finansavimą pritraukusių startuolių, pagrindiniai šaltiniai yra šalyje ir užsienyje veikiantys verslo angelai, įvairios akceleravimo programos bei rizikos kapitalo fondai:



5 pav. Lietuvoje veikiančių startuolių pagrindiniai finansavimo šaltiniai
Šaltinis: „Startup Lithuania“ Lietuvos startuolių apklausa 2023 m. sausis

Apklausos rezultatai atskleidė, jog 29 proc. startuolių yra pakankamai sukaupę apyvartinių lėšų tik 1-3 mėn. laikotarpiui. Kas šeštai įmonei nepavyko pritraukti finansavimo, tačiau kai kurie startuoliai naudojami net keliais finansavimo šaltiniais. 38 proc. apklaustų įmonių nurodė, jog finansavo savo veiklą akcininkų bei kitų privačių investuotojų lėšomis, laimėtų konkursų ir projektų lėšomis, naudojami ES struktūrinių fondų parama ir kitais šaltiniais.

Plačiąja prasme, pritrauktas finansavimas gali būti paremtas skola arba nuosavybe (Honjo ir kt., 2022). Cornelius (2020) pažymi, jog įmonės nepaskirstytas pelnas, valstybės ir bankų paskolos, prekybiniai kreditai, obligacijų ir akcijų emisija nėra prieinami ankstyvojoje verslo vystymosi stadijoje. Atsižvelgus į kapitalo poreikį skirtingose startuolių kūrimosi, ankstyvojo augimo, intensyvos plėtros ir brandos stadijose bei apibendrinus išanalizuotų finansavimo šaltinių prieinamumą ir tinkamumą startuolių veiklos finansavimui, visi verslo finansavimo šaltiniai jų prieinamumo tvarka pateikti 6 pav.



6 pav. Finansavimo šaltinių prieinamumas skirtingose verslo vystymosi stadijose
Šaltinis: sudaryta autorių.

Iš pateikto paveikslo matyti, kad kapitalo poreikis verslo steigimo pradžioje yra santykinai mažas palyginti su kapitalo poreikiu verslo brandos etape, tačiau ir galimybės verslą finansuoti iš savo lėšų taip pat yra mažiausios. Tradiciniai finansavimo šaltiniai, tokie kaip banko paskola, pirminė akcijų emisija, yra labai svarbūs verslui, tačiau gali būti naudojami ne visuose verslo augimo etapuose. Jaunoms įmonėms dažniausiai trūksta apyvartinių lėšų stabiliai veiklai užtikrinti, o kredito istorija yra per trumpa, todėl nepatraukli tradiciniams investuotojams. Verslo rizika yra didžiausia verslo pradžioje, todėl bankams toks verslas yra per daug rizikingas ir nepatikimas. Įmonės dažniausiai nėra sukaupusios pelno ir negali vykdyti akcijų emisijos, o tradicinei paskolai gauti neturi pakankamo užstato. Pačių verslo steigėjų, jų draugų ir artimųjų finansinės galimybės taip pat dažniausiai yra ribotos, todėl jaunos įmonės yra priverstos ieškoti alternatyvių finansavimo šaltinių, tokių kaip verslo angelai, sutelktinis finansavimas ar rizikos kapitalo fondai. Verslui sėkmingai augant ir pereinant į intensyvios plėtros stadiją, kapitalo poreikis nuolat didėja, o rizika pradeda mažėti. Tik verslo brandos etape įmonės jau gali sėkmingiau naudotis bankų paskolomis arba pritraukti kapitalo iš išorės išleidžiant akcijų emisiją.

Išvados

1. Išanalizavus startuolio sampratą bei jam būdingas esmines charakteristikas, galima teigti, jog startuoliu laikoma jauna, konkurecinga, inovatyviomis idėjomis, pranašiomis technologijomis ir globalią rinką orientuota įmonė, pasižyminti dideliu augimo potencialu. Apibrėžiant sėkmingo startuolio charakteristikas, svarbu pažymėti, kad rinkai siūlomas produktas turi būti ne tik išskirtintis, inovatyvus, bet ir naudingas, pripažįstamas bei vertinamas vartotojo, nes priešingu atveju intensyvios konkurencijos sąlygomis startuoliui būtų sunku susikurti konkurencinį pranašumą. Siekdamas išsiskverbti į rinką ir joje įsitvirtinti, startuolis praeina keletą etapų nuo idėjos generavimo, jos įgyvendinimo, įmonės augimo, brandos ir iki išėjimo iš rinkos ar kitos verslo transformacijos.

2. Profesionali, kūrybiškai ir efektyviai dirbanti komanda, gebanti aiškiai nubrėžti įmonės viziją ir strategiją, suformuoti aiškią verslo idėją, yra vienas svarbiausių veiksnių, užtikrinančių ne tik verslo sėkmę, bet ir tinkamą verslo finansavimą. Siekiant pritraukti finansavimą tiek verslo pradžiai, tiek ir jo plėtrai, startuoliams svarbu įgyti investuotojų pasitikėjimą, o tai galima padaryti tik turint detalų verslo planą ir modelį, numačius galimas alternatyvas nesėkmės atveju, vykdant efektyvią rinkodarą ir pasitelkiant šiuolaikines komunikavimo priemones.

3. Ekonomikoje egzistuoja daug įvairių verslo finansavimo šaltinių, tačiau ne visi jie yra patrauklūs įmonėms dėl jų prieinamumo skirtinguose verslo etapuose. Pradiniame verslo etape verslo steigėjai pirmiausiai naudojami savo asmeninėmis, šeimos ir draugų lėšomis. Kadangi startuolių kūrimas dėl jiems būdingos aukštos rizikos, didelio augimo potencialo bei kitų išskirtinių charakteristikų dažniausiai taip pat reikalauja didelio kapitalo jau pradiniame etape, patraukliausi ir geriausiai prieinami yra ne tradiciniai finansavimo šaltiniai, tačiau tokie alternatyvūs finansavimo šaltiniai, kaip verslo angelai, sutelktinis finansavimas bei rizikos kapitalo fondai. Valstybės bei privačių juridinių asmenų vykdomos verslo akceleravimo programos taip pat yra reikšminga pagalba besikuriančioms ir jau veiklą pradėjusioms jaunoms įmonėms.

Literatūra

1. Alliance for Financial Inclusion. (2020). Survey Report on Alternative Finance for MSMEs. https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2021/01/afi_msme_survey-report_AW_digital_0.pdf.
2. Aljalaha, J., & Slof, J. (2022). An Updated Systematic Review of Business Accelerators: Functions, Operation, and Gaps in the Existing Literature. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8, 214. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040214>.
3. Bernardino, S., & Santos, J. F. (2020). Crowdfunding: An exploratory study on knowledge, benefits and barriers perceived by young potential entrepreneurs. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(4), 81. <https://doi.org/10.3390/jrfm13040081>.
4. Binowo, K., & Hidayanto, A. (2023). Discovering Success Factors in the Pioneering Stage of a Digital Startup. *Organizacija*, 56, 3-17. <https://doi.org/10.2478/orga-2023-0001>.

5. Camilleri, M.A., Bresciani, S. (2022). Crowdfunding small businesses and startups: A systematic review, an appraisal of theoretical insights and future research directions, *European Journal of Innovation Management*, <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2022-0060>.
6. Cardon, M.S., Mittness, C., Sudek, R. (2016). Motivational Cues and Angel Investing: Interactions Among Enthusiasm, Preparedness, and Commitment. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), <https://doi.org/10.1111/etap.12255>.
7. Cornelius, P. (2020). Sources of Fundings Innovation and Entrepreneurship. In *The Global Innovation Index 2020: Who will Finance Innovation?* (pp. 77-86). <https://www.insead.edu/sites/default/files/assets/dept/globalindices/docs/GII-2020-report.pdf>.
8. Dibrova, A. (2015). Business Angel Investments: Risks and Opportunities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.097>.
9. Dobloug, T. A. (2008). *Venture Capital and Innovation*. Høgskolen i Hedmark. https://brage.inn.no/inn-xmlui/bitstream/handle/11250/133456/not06_2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
10. García-Ochoa, C. P., De Pablos-Herederó, C., & Blanco Jiménez, F. J. (2020). How business accelerators impact startup's performance: Empirical insights from the dynamic capabilities approach. *Intangible Capital*, 16(3), 107-125. <https://doi.org/10.3926/ic.1669>.
11. Giedraitis, A. ir Kasnauskė, J. (2022). Verslumo atmosferos gerinimas steigiant „startuolių“ (Start up) Lietuvoje. *Regional Formation and Development Studies*, 18(1), 51-65. <https://doi.org/10.15181/rfds.v18i1.1247>.
12. Girdauskienė, L., Venckuvienė, V., & Savanevičienė, A. (2015). Crowdsourcing as a key method for start-ups overcoming valley of death. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 795–800. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3p795>.
13. Haddad, H., Jörg W., Sebastian, H., Markus, B., & Helmut, K. (2020). Business Model Choice Matters: How Business Models Impact Different Performance Measures of Startups. 15th International Conference on Wirtschaftsinformatik, March 08-11, 2020, Potsdam, Germany. https://doi.org/10.30844/wi_2020_h4-haddad.
14. Hervé, F., & Schwiendbacher, A. (2018). Crowdfunding and Innovation. *Journal of Economic Surveys*, 32(5), 1514-1530. <https://doi.org/10.1111/joes.12274>.
15. Honjo, Y., Kwak, C., & Uchida, H. (2022). Initial funding and founders' human capital: An empirical analysis using multiple surveys for start-up firms. *Japan and the World Economy*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.japwor.2022.101145>.
16. Iruarrizaga, J., Saiz, M. (2013). The informal investment context: Specific issues concerned with business angels. *Investigaciones Regionales*, 26, 179-198. <https://www.researchgate.net/publication/286297309>.
17. Isharyadi, R., Sari, R. N., & Purwanto, P. (2022). Analysis of Development Stages and Digital Start-Up Success Factors. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6139>.
18. Ive, D. A. (2015). *Choose Your Startup: How to Fund Your Business: The 10 Ways Most Companies Fund their Start and Growth*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
19. Junge, L. B., Laursen, I. C., & Nielsen, K. R. (2022). Choosing crowdfunding: Why do entrepreneurs choose to engage in crowdfunding? *Technovation*, 111,(4):102385. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102385>.
20. Jurevičienė, D. ir Martinkutė, A. (2013). Rizikos kapitalo fondai: teoriniai aspektai. *Verslas: teorija ir praktika*, 14(2), 117–130. <https://doi.org/10.3846/btp.2013.13>.
21. Kerr, W. R., Nanda, R., & Rhodes-Kropf, M. (2014). Entrepreneurship as Experimentation. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 25-48. <https://doi.org/10.1257/jep.28.3.25>.
22. Laužikas, M., Miliute, A., Bilota A., Bielousovaite, D. (2017). Main development drivers of start-up companies within start-up ecosystems: the case of Lithuania. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 316-328. <https://doi.org/10.21272/mmi.2017.2-30>.
23. Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymas, 1998 m. lapkričio 24 d. Nr. VIII-935, galiojanti suvestinė redakcija (nuo 2024-06-01), <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.68516/asr>.

24. Mitteness, C. R., Baucus, M. S., & Sudek, R. (2012). Horse vs. Jockey? How stage of funding process and industry experience affect the evaluations of angel investors. *Venture Capital*, 14(4), 241-267. <https://doi.org/10.1080/13691066.2012.689474>.
25. Mollick, E. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 29, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>.
26. OECD. (2015). *Entrepreneurship at a glance 2015*. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2015-en.
27. Padgureckienė, A. (2019). Effect of Risk Capital on Country's Competitiveness: Theoretical Aspects. *Professional Studies: Theory and Practice*, 6(21), 63–72. <https://svako.lt/uploads/pstp-2019-6-21-63-72.pdf>.
28. Pakšytė, I., & Jurevičienė, D. (2022). Study on the Eligibility of Venture Capital Funds in the United States Market. 12th International Scientific Conference, Business and Management 2022, May 12–13, 2022, Vilnius, Lithuania. <https://doi.org/10.3846/bm.2022.778>.
29. Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business.
30. Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). Startup Companies: Life Cycle and Challenges. Paper presented at the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2628861>.
31. Savanevičienė, A., Venckuvienė, V., & Girdauskienė, L. (2015). Venture Capital a Catalyst for Start-Ups to Overcome the “Valley of Death”: Lithuanian Case. *Procedia Economics and Finance*, 26, 1052-1059. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00929-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00929-6).
32. Sekliuckienė, J., Vaitkienė, R., & Vainauskienė, V. (2018). Organisational Learning in Startup Development and International Growth. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6, 125-144. <https://doi.org/10.15678/EBER.2018.060407>.
33. Skala, A. (2019). *Digital Startups in Transition Economies: Challenges for Management, Entrepreneurship and Education*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-01500-8>.
34. Skalicka, M., Zinecker, M., Balcerzak, A. P., & Michał B. P. (2023). Business angels and early stage decision making criteria: empirical evidence from an emerging market. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(1), 25-50. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2063920>.
35. Startup Lithuania. (2023). *Lietuvos startuolių apklausa, 2023 m. sausis*.
36. Ulc, J. (2021). Lifecycle of technology start-ups and characteristics of individual stages: New Theoretical Framework. In *Perspectives of Business and Entrepreneurship Development: Digital Transformation for Business Model Innovation*, (p.p. 170-182). Brno University of Technology, Faculty of Business and Management.
37. White, B.A., and Dumay J. (2018). The Angel Investment Decision: Insights from Australian Business Angels. *Accounting & Finance*. 60(3) 3133-3162. <https://doi.org/10.1111/acfi.12427>.
38. Zhang, B., Zhang, D., Wang, J., Huang, X. (2013). Does venture capital spur economic growth? Evidence from Israel. *Romanian Journal of Economic Forecasting*. 16(2), 115-128. https://ipe.ro/rjef/rjef2_13/rjef2_2013p115-128.pdf.
39. Zhou, M., Kartanaitė, I., Norvaišienė, R., Kovalov, B., & Krušinskas, R. (2023). Unicorns' growth and financial flexibility before and after the IPO. *Heliyon*, 9(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20313>.

OPPORTUNITIES FOR ATTRACTING ALTERNATIVE FUNDING SOURCES TO STARTUPS

**Izolda Skruibytė, Higher Education Institution / Klaipėdos valstybinė kolegija,
Neda Sartauskaitė, UAB Grant Thornton Baltic**

Summary

Startups are generally considered newly established, young, promising companies with high growth potential, characterised by innovativeness, technological attractiveness, and uniqueness. However, small startups are often faced with a lack of financing, the main reasons being insufficient collateral, high costs, high risks for the financier, and information asymmetry (AFI, 2020). As startups are mostly focused on the development and production of products directly related to

innovation and technological development, attracting sufficient funding is vital for the development and continuity of such businesses. According to Ive (2015), adequate funding helps to create a strategic advantage by enabling a product to enter the market quickly, grow, and further penetrate other markets. Many factors contribute to attracting the right financing. To convince investors to invest in young companies, startups need to be attractive, adequately convey the business idea and growth potential, provide a clear business model, and development strategy, and highlight other strengths of the company and other issues that are important for business success.

Failure to attract sufficient funding in time can lead to failure in implementing business ideas. The market today offers a wide range of traditional and alternative sources of finance. However, for startups seeking to bring unique products to market with both high growth potential and high business risk, not all sources of finance are available and effective. Assessing the financing options for startups can only be achieved by analysing the business financing instruments available on the market and identifying the startup-specific factors that influence the attraction of finance.

The object of the study is alternative sources of funding for startups.

The study aims to analyse alternative funding sources for startups by defining the concept of a startup and identifying the key characteristics of startups.

Objectives of the study:

1. Define the concept of startup and identify its essential characteristics.
2. Identify the factors influencing the attraction of funding sources to startups.
3. Analyse alternative funding sources for startups.

Research methods: analysis of scientific literature, content analysis of the document, analysis of statistical data, comparison, summarisation, and graphical representation.

The analysis of scientific papers and statistical data has shown that the product offered by a startup company must be not only distinctive and innovative but also useful, recognised, and valued by the consumer, otherwise it would be difficult for the start-up to create a competitive advantage. To penetrate the market, a start-up goes through a series of stages from idea generation, implementation, growth, and maturity, to exit or other business transformation.

A professional, creative, and efficient team, able to clearly outline the vision and strategy of the company and develop a clear business idea, is one of the most important factors in ensuring not only the success of the business but also the right business funding. To attract funding for start-up and expansion, startups need to gain the trust of investors, which can only be done with a detailed business plan and model, with possible alternatives in case of failure, with effective marketing, and with the use of modern means of communication.

There are many different sources of business finance in the economy, but not all of them are attractive to companies because of their availability at different stages of the business. In the early stages of a business, business founders primarily use their funds, those of family and friends. As startups, due to their inherent high risk, high growth potential, and other unique characteristics, also usually require significant capital at the early stage, the most attractive.

Keywords: startup, alternative funding sources, crowdfunding, business angels, venture capital funds.