

VILNIAUS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO ADMINISTRAVIMO FAKULTETAS

VERSLO VYSTYMO STUDIJŲ PROGRAMA

Magistrantės Ingos Basevičiūtės
MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

VYRESNIO AMŽIAUS MOTERŲ MOTYVAI IR IŠŠŪKIAI KURTI NUOSAVĄ VERSLĄ	MOTIVATIONS AND CHALLENGES OF OLDER WOMEN IN CREATING THEIR OWN BUSINESS
--	--

Darbo vadovė dr. doc. Erika Vaiginienė

Vilnius, 2025

TURINYS

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	3
ĮVADAS	4
1. TEORINIAI VYRESNIŲ MOTERŲ VERSLUMO MOTYVAI IR IŠŠŪKIAI KURIANT NUOSAVĄ VERSLĄ	6
1.1. Verslo sąvokos ir verslininkų tipų apžvalga	6
1.1.1 Verslininkų tipai.....	7
1.2. Motyvų skatinančių pradėti verslą apžvalga	10
1.1.2 Moterų įgalinimas	11
1.1.3 Faktoriai skatinantys kurti verslą	13
1.3. Iššūkiai verslo pradžioje.....	17
1.4. Motyvų ir iššūkių kuriant nuosavą verslą modelis.....	19
2. VYRESNIO AMŽIAUS MOTERŲ MOTYVŲ IR IŠŠŪKIŲ KURTI NUOSAVĄ VERSLĄ TYRIMO METODIKA	22
2.1. Tyrimo tikslas, modelis ir klausimai	22
2.2. Tyrimo organizavimas ir instrumentas.....	22
2.3. Informančių atranka ir tiriamos imties charakteristikos.....	26
2.4. Tyrimo ribotumas.....	27
3. VYRESNIŲ MOTERŲ MOTYVŲ IR IŠŠŪKIŲ KUERTI NUOSAVĄ VERSLĄ TYRIMAS.....	28
3.1. Empirinio tyrimo eiga	28
3.2. Empirinio tyrimo rezultatų analizė.....	29
3.2.1 Verslo kūrimo motyvai.....	29
3.2.2 Verslo kūrimo iššūkiai.....	31
3.2.3 Verslo sėkmė	33
3.3. Tyrimo rezultatų aptarimas	35
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....	37
LITERATŪRA IR ŠALTINIŲ SĄRAŠAS	40
SANTRAUKA.....	45
SUMMARY	46
1 priedas.....	47

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

Lentelės:

1 lentelė Motyvų pradėti verslą dėl galimybės ir būtinybės klasifikacija.....	15
2 lentelė Stūmimo (būtinybės) ir traukimo (galimybės) veiksmų klasifikacija	16
3 lentelė Giluminio interviu keturių žingsnių modelis	24
4 lentelė Papildomos temos naudingos interviu metu.....	29
5 lentelė Motyvacija kurti verslą.....	30
6 lentelė Iššūkiai kuriant verslą.....	31
7 lentelė Sėkmės faktoriai	34

Paveikslai:

1 paveikslas Keturi verslininkų tipai.....	8
2 paveikslas Verslininkų tipai	10
3 paveikslas Keturios dimensijos turinčios įtakos moterų verslumui	12
4 paveikslas Stūmimo ir traukimo modelis.....	14
5 paveikslas Iššūkiai kylantys kuriant nuosavą verslą	19
6 paveikslas Vyresnių moterų motyvai ir iššūkiai kuriant nuosavą verslą modelis	20
7 paveikslas Vyresnių moterų motyvai ir iššūkiai kurti verslą įgalinimo aplinkoje.....	21
8 paveikslas Tyrimo eiga	23
9 paveikslas Tyrimo rezultatus apibendrinanti schema	35

IVADAS

Darbo temos aktualumas. Visuomenei senstant ir ilgėjant gyvenimo trukmei, pastebimas užimtumo poreikis. Maždaug 16 procentų pasaulio gyventojų yra 55 metų ar vyresni, todėl verslumo tema vyresniame amžiuje yra susijusi su daugiau nei 1,2 milijardo žmonių (Maritz ir kt., 2020). Tyrimai rodo, kad sėkmingų pradedančių verslininkų vidutinis amžius yra 45 metai (Azoulay ir kt., 2020), apie trečdaliui įmonių vadovauja brandesnio amžiaus verslininkai, todėl laikoma, kad vyresnio amžiaus žmonių verslumas yra greičiausiai augantis verslumo sektorius (Maritz, Eager, De Klerk, 2021). Kadangi gyventojai gyvena ilgiau, yra sveikesni ir ilgiau išlieka aktyvūs, visuotinė senėjimo ir vėlyvos karjeros verslumo svarba vis labiau nagrinėjama politinėse diskusijose, taip pat mokslininkai aktyviau domisi vyresnio amžiaus verslininkų motyvais ir iššūkiais kuriant nuosavą verslą (Kenny ir Rossiter, 2018, Cahill ir Tuuli, 2013).

Nepaisant moterų verslininkų skaičiaus augimo Europos Sąjungos šalyse, verslininkų skaičius išlieka nedidelis, palyginus su vyrų verslininkų ir bendru moterų skaičiumi (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022). Tyrimai rodo, kad vyresnio amžiaus moterų įsitraukimas į verslą yra svarbus ne tik pačioms moterims, bet ir visai visuomenei, nes prisideda prie socialinės įtraukties, lyčių lygybės ir ekonominio aktyvumo didinimo (Choi-Allum, 2023). Tačiau šios moterys susiduria su iššūkiais, tokiais kaip: diskriminacija dėl amžiaus ir lyties, moters vaidmens visuomenėje stereotipai, nepakankamas pasitikėjimas savo jėgomis, ribota prieiga prie finansinių ir informacinių išteklių (Meliou ir Mallett, 2022). Šios srities tyrimai gali padėti sukurti veiksmingesnę ir palankesnę verslumo ekosistemą, kuri galiausiai būtų naudinga ir vyresnio amžiaus moterims, ir visai visuomenei. Moksliniais tyrimais pagrįstos žinios gali padėti kurti ir tobulinti programas, kuriomis siekiama skatinti vyresnių moterų verslumą, lyčių lygybę ir ekonominį įgalinimą. Išnagrinėjus vyresnio amžiaus moterų motyvus ir iššūkius kuriant nuosavą verslą, atliekant tarpdisciplinius tyrimus, galima giliau suprasti šios temos aktualumą.

Analizuojamos temos ištirimo lygis. Moterų verslumo tematika pasaulinėje mokslinėje literatūroje analizuojama nuo 1950 metų, tačiau akivaizdžiai didėjantis susidomėjimas matomas nuo 2006 metų (Cadella, Hernandez-Sanchez, Sanchez-Garcia, 2020). Pastarąjį dešimtmetį išleistuose moksliniuose straipsniuose dažniau analizuojamos besivystančios šalys, o apie moterų verslumą išsivysčiusiose šalyse kalbama ženkliai mažiau. Tačiau nepaisant geografinių aspektų vyresnio amžiaus moterys gali turėti išskirtinių motyvų ir aplinkybių, unikalios patirties, kas gali turėti įtakos jų apsisprendimui pradėti verslą vyresniame amžiuje. Taip pat susidomėjimą kelia iššūkiai su kuriais susiduriama. Taip pat vyresnio amžiaus moterų verslumo tema lietuvių mokslinės literatūros autorių darbuose beveik nenagrinėta.

Darbo naujumas. Ankstesni tyrimai parodė, kad vyresnio amžiaus moterys turi unikalių motyvų bei susiduria su išskirtiniais iššūkiais kuriant nuosavą verslą vyresniame amžiuje. Šis tyrimas padėtų dar labiau išplėsti ir atnaujinti turimas žinias apie vyresnių moterų verslumą, motyvus ir iššūkius. Gautos išvados gali praversti kuriant vyresnių moterų verslumo skatinimo priemones. O tai gali paskatinti sėkmingai kurti ir vystyti verslą, padidinti savarankiškumą bei ekonominę gerovę.

Darbo problema. Kokie motyvai ir iššūkiai kyla vyresnio amžiaus moterims kuriant nuosavą verslą.

Darbo tikslas. Išanalizuoti vyresnio amžiaus moterų kuriamo verslo motyvus ir iššūkius Lietuvoje, remiantis kokybinio tyrimo duomenimis.

Darbo uždaviniai:

1. Remiantis išanalizuota mokslinė literatūra, apibrėžti sąvokas, nustatyti vyresnio amžiaus moterų motyvus ir iššūkius kuriant nuosavą verslą.

2. Pagal surinktą informaciją sudaryti vyresnio amžiaus moterų motyvų ir iššūkių kuriant nuosavą verslą tyrimo modelį.

3. Išanalizuoti ir apibendrinti gautus rezultatus, pateikti išvadas ir pasiūlymus.

Darbo metodai. Mokslinės literatūros, statistikos duomenų, antrinių duomenų analizė, kokybinis tyrimas, paremtas giluminiais interviu su vyresnio amžiaus moterimis, įkūrusiomis savo verslą bei kokybinę gautų duomenų analizę.

Darbo apribojimai ir sunkumai. Vyresnių moterų verslumo tema Lietuvos mokslininkų darbuose yra nepakankamai išnagrinėta, trūksta 5-10 metų naujumo mokslinių duomenų. Tyrimas aprėpia nedidelę dalį tiriamųjų – interviu atlikti su keliomis informantėmis, todėl gauti rezultatai negali būti apibendrinami visai vyresnio amžiaus moterų populiacijai. Tyrimo metu surinkti duomenys priklauso nuo informančių atvirumo ir jų individualios patirties, kuri gali būti paveiktos subjektyvių vertinimų. Taip pat tyrimas apima tik Lietuvos kontekstą, todėl tarptautiniai skirtumai ar kultūriniai veiksniai nėra analizuojami. Galiausiai, pasirinktas kokybinis metodas leidžia gilintis į patirtis, tačiau riboja galimybę pateikti kiekybiškai pagrįstas išvadas.

Darbo struktūra. Pirmoje dalyje analizuojant mokslinę literatūrą ir šaltinius bus atskleidžiami vyresnių moterų motyvai ir iššūkiai kuriant nuosavą verslą. Antroje dalyje bus išdėstoma tyrimo metodologija. Trečioje dalyje bus nagrinėjami gauti tyrimo rezultatai. Darbo apimtis 46 psl. be priedų, darbe yra 7 lentelės, 9 paveikslai, naudota 46 literatūros šaltinių.

1. TEORINIAI VYRESNIŲ MOTERŲ VERSLUMO MOTYVAI IR IŠŠŪKIAI KURIANT NUOSAVĄ VERSLĄ

1.1. Verslo sąvokos ir verslininkų tipų apžvalga

Verslumo sąvoka kildinama iš angliško žodžio *entrepreneurship*, kuri suprantama kaip verslo sukūrimas prisiimant atsakomybes siekiant gauti pelną. Tačiau Lietuvos mokslininkai nesutaria dėl tikslaus vertimo ir sąvokos aiškinimo. Literatūroje galima rasti sąvoką verslumas, kuri verčiama iš angliško žodžio *entrepreneurship*, kitur galima rasti antreprenerystės sąvoką (Mažuolienė, 2020). Pasak Mažuolienės (2020) verslininkystė yra siejama su veiklos pobūdžiu, pajamų gavimo būdu ar principu, o antreprenerystė siejama su veiksmais, mąstysena, elgesiu ir gebėjimu pamatyti naujas galimybes. Tačiau pastarojoje sąvokoje nebeužsimenama apie pajamų gavimą. Tačiau šiame darbe verslumas bus suprantamas plačiai, kaip „asmens gebėjimas idėjas paversti veiksmais“ (European Commission, 2020). Verslumas apima mokėjimą atrasti galimybes, sugebėjimą kurti naujas idėjas, organizuoti tinkamą išteklių panaudojimą bei priimti strateginius sprendimus. Verslininkai pasižymi tokiais bruožais kaip kūrybiškumas, ryžtas, noras rizikuoti ir gebėjimas prisiimti atsakomybę (Mažuolienė, 2020). Verslumas svarbus ekonomikos augimui, inovacijų kūrimui, darbo vietų kūrimui. Tai skatina produktyvumą ir konkurenciją, todėl rinkai pateikiama naujų idėjų ir problemų sprendimų.

Mokslininkai pažymi, kad vyresnio amžiaus verslumas yra greičiausiai augantis sektorius (Maritz, Eager, De Klerk, 2021). Kadangi maždaug 16 procentų pasaulio gyventojų yra 55 metų ir vyresni, verslumo problemos vyresniame amžiuje tiesiogiai paliečia daugiau nei 1,2 milijardo žmonių (Maritz ir kt., 2020). Kai kurie tyrimai rodo, kad su amžiumi mažėja noras ir ketinimai pradėti verslą (Zhang, Acs, 2018, Bohlmann ir kt., 2017). Daugelis mano, kad verslumas yra labiau susijęs su jaunimu, tačiau tyrimai rodo, kad verslą sėkmingai pradedančiųjų verslininkų vidutinis amžius yra 45 metai (Azoulay ir kt., 2020). Įdomu, kad net trečdalis verslų priklauso 55 metų ir vyresniems verslininkams, kai tuo tarpu tik 15 proc. iš jų yra naujai sukurti verslai (Chase ir kt., 2014). Vyresnio arba brandaus amžiaus verslumas – tai procesas, kai 50 metų ir vyresni žmonės pradeda verslą (Maritz, Eager, De Klerk, 2021). Literatūros šaltiniuose brandaus amžiaus verslininkas dažnai vadinamas vyresniuoju verslininku, vėlyvu verslininku, trečio amžiaus verslininku, pilkuoju verslininku. Būtent verslumas vyresniame amžiuje gali sumažinti vyresnio amžiaus žmonių nedarbo lygį, prailginti darbingumą bei didinti vyresnių žmonių įsitraukimą.

Global Entrepreneurship Monitoring (GEM) paskelbtoje „2021/2022 Women's Entrepreneurship Report“ ataskaitoje pažymima, kad kiekvienoje apklaustoje šalyje moterys buvo

daug mažiau aktyvios versle nei vyrai. Didžiausi lyčių skirtumai buvo nustatyti mažesnes pajamas gaunančiose šalyse, o aukštesnių vidutinių pajamų šalyse moterys buvo arčiausiai lyčių lygybės. Taigi verslumas yra gyvenimo lygio kilimo veiksnys, o vyresnio amžiaus žmonių verslumas (brandaus amžiaus verslumas) suteikia visuomenei ekonominius ir socialinius pranašumus (Maritz, 2019). Verslumas brandžiam amžiuje aktualus ir dėl to, kad vyresnio amžiaus žmonės laikomi nepasiturinčiais dėl senėjimo, prastėjančios sveikatos (Kenny, Rossiter, 2018).

Vyresnio amžiaus moterų įsitraukimas į verslo kūrimą taip pati gali turėti labai svarbų indelį į ekonominį, socialinį ir politinį šalies gyvenimą. Ekonominis poveikis: vyresnio amžiaus moterys sudaro didelę gyventojų dalį, o jų verslumo veikla gali turėti teigiamą poveikį ekonomikai. Suprasdami motyvus ir iššūkius, politikos formuotojai ir paramos organizacijos gali sukurti tikslines iniciatyvas, palengvinančias sunkumus verslininkėms, skatinančias darbo vietų kūrimą, ekonomikos augimą ir didesnę vyresnio amžiaus moterų finansinę nepriklausomybę.

Įgalinimas ir gerovė: verslumas vyresnio amžiaus moterims gali suteikti tikslo, pasitenkinimo ir įgalinimo jausmą. Nustačius motyvus, skatinančius pradėti savo verslą, galime geriau suprasti, kaip verslumas gali teigiamai paveikti jų bendrą gerovę ir gyvenimo kokybę.

Lyties ir amžiaus skirtumai: vyresnio amžiaus moterys dėl lyties ir amžiaus gali susidurti su specifiniais iššūkiais ir šališkumu. Pavyzdžiui, ribota prieiga prie finansavimo, socialiniai stereotipai ir paramos tinklų trūkumas. Nagrinėdami šiuos iššūkius galime atskleisti unikalias kliūtis, su kuriomis susiduria vyresnio amžiaus moterys, ir stengtis sukurti labiau įtraukiančią ir palankesnę aplinką jų verslumo pastangoms.

Politikos ir paramos kūrimas: vyresnio amžiaus moterų verslo motyvų ir iššūkių tyrimai gali padėti plėtoti politikos gaires, programas ir paramos struktūras, pritaikytas jų specifiniams poreikiams. Tai gali apimti prieigos prie finansinių išteklių suteikimą, mentorystės galimybes, mokymo programas ir tinklų kūrimo iniciatyvas, kurios sprendžia nustatytus iššūkius ir palengvina jų, kaip verslininkų, sėkmę.

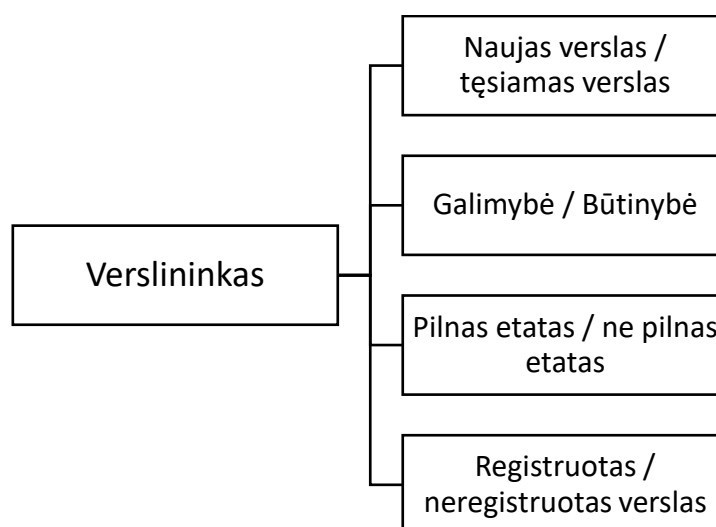
1.1.1 Verslininkų tipai

Atsižvelgiant į amžių, pradedantieji verslininkai renkasi skirtingas verslo sritis. 35 – 53 metų amžiaus pradedantieji verslininkai renkasi asmeninių paslaugų, mažmeninės prekybos, restoranų verslus, tuo tarpu 55 metų ir vyresni pradedantieji verslininkai renkasi aukštųjų technologijų gamybos, nekilnojamo turto, metalo ir mechanikos, sveikatos paslaugų verslo sritis (Chase ir kt., 2014). Taip pat pastebėta, kad priklausomai nuo amžiaus skiriasi verslininkų tikslai. Jaunesni ir vyresni verslininkai labiau siekia sukurti pokytį (t.y. labiau socialiai orientuoti), nei vidutinio amžiaus verslininkai (Brieger ir kt. 2020).

Pasak Ting Zhang (2019), kuris nagrinėjo baby boomer (kūdikių bumo) verslininkų 2006 – 2016 metais surinktus duomenis, padarė išvadą, kad verslininkai gimę nuo 1946 iki 1964 metų, nors ir gimę tame pačiame laikotarpyje, tačiau skiriasi pagal demografinius ir socioekonominius bruožus. Todėl kūdikių bumo kartos verslininkai gali būti skirstomi į skirtingus tipus, kurie pavaizduoti 1 paveiksle.

1 paveikslas

Keturi verslininkų tipai



Šaltinis: Zhang T., Acs Z., 2019.

Nauji verslininkai, tie kurie verslą pradeda pirmą kartą, kitaip nei tęsiantys verslą verslininkai, kurie turėjo verslą anksčiau. Tokie verslininkai dar skirstomi į tuos, kurie pradeda verslą siekdami realizuoti galimybę, o kiti iš būtinybės dėl geresnės karjeros alternatyvos, pavyzdžiui, buvo bedarbiais, išėję į pensiją ar nebegalėjo dirbti dėl tam tikrų priežasčių. Taip pat verslininkai gali būti skirstomi į tuos kurie dirba pilnu etatu (Lietuvoje 40 val. per savaitę) ir tuos, kurie dirba ne pilnu etatu, pavyzdžiui, dirba ir kitame darbe. Taip pat taip pat yra verslų, kurie įteisinti ir įregistruoti bei tie, kurie neįregistruoti.

Leveraging Singh ir DeNoble (2003) išskyrė bei aprašė vyresnio amžiaus asmenis pagal tipus: savininkai – vadybininkai, savarankiškai dirbantys asmenys ir priverstiniai verslininkai. Nors šis skirstymas yra pakankamai siauras, tačiau padeda paprasčiau suprasti verslininkų tipus bei motyvus kurti nuosavą verslą.

Savininkai – vadybininkai yra asmenys, kurie siekia ne tik turėti verslą, jį valdyti, bet ir samdyti darbuotojus savo verslui. Savininkai – vadybininkai linkę vertinti nepriklausomybę

(Croson ir Minniti, 2012), taip pat yra labiau linkę rizikuoti (Thurik ir kt., 2011). Be to manoma, kad pakantumas rizikai didėja su amžiumi.

Savarankiškai dirbantys asmenys yra tie, kuriems savarankiškas darbas yra pagrindinis tikslas, turima omenyje, kad tokio tipo verslininkai nėra linkę investuoti į verslą tiek, kad galėtų samdytų darbuotojus. Palyginus su prieš tai aprašytu tipu šie verslininkai nesiekia įgyvendinti į verslo augimą orientuotų strategijų ir yra labiau linkę gauti nematerialią naudą – lankstumą, savarankiškumą (Kelley ir kt., 2010).

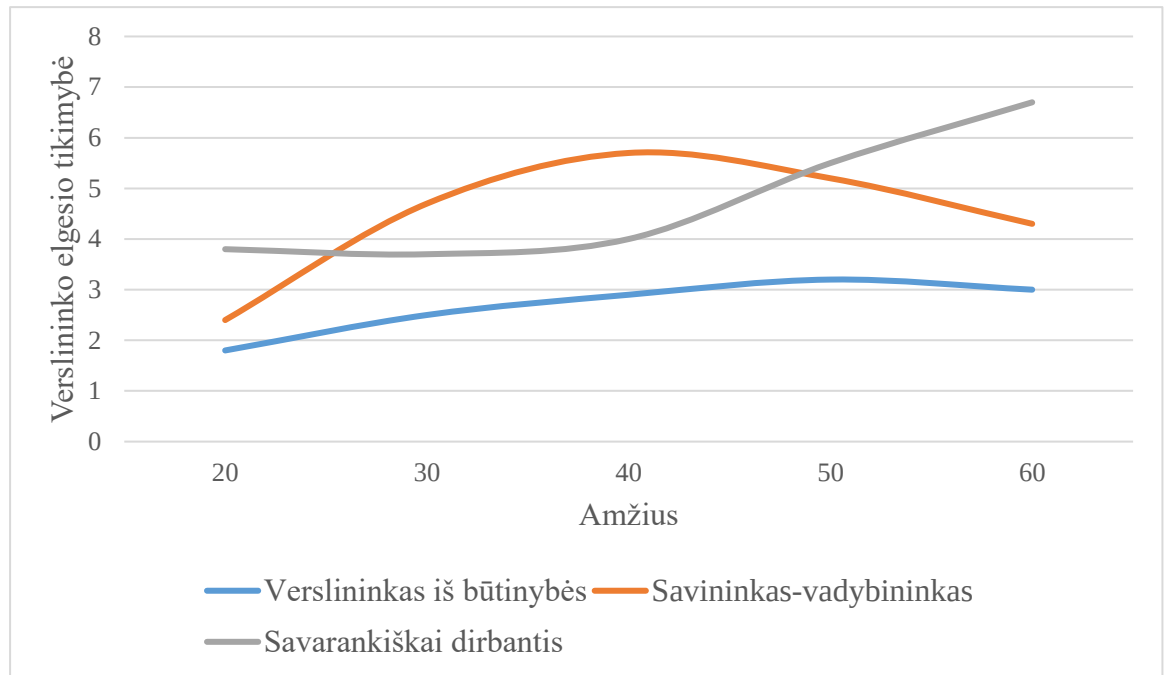
Priverstiniai verslininkai yra tie, kurie verslininkais tapo iš būtinybės, t.y. trūko samdomo darbo. Šie asmenys teikia pirmenybę samdomam darbui, tačiau yra pasirengę užsiimti verslu, kol atsiras samdomas darbas. Šio tipo verslininkai nelingę rizikuoti, neteikia pirmenybės savarankiškumui bei nesvarsto platesnių investavimo galimybių (Reynoldset ir kt., 2005).

Šių tipų skirstymo autorius pabrėžia, kad verslumo savybių yra ir daugiau, kad tyrimą reikėtų toliau tęsti, tačiau jau dabar galima pamatyti ryšį tarp amžiaus ir verslumo. Kautonen ir kt. (2013) atliko tyrimą, kuriame ieškojo ryšio tarp verslininko tipų ir amžiaus. Tyrimas buvo atliktas naudojant Europos sąjungos šalių, Norvegijos ir Islandijos duomenis, tyrė 18 – 64 amžiaus asmenis, taip pat į imti neįėjo asmenys, kurie yra verslininkais ilgiau nei 3 metus, nes tyrimu siekta nagrinėti ankstyvo verslumo elgesį.

Tad 2 paveiksle matoma, kad savininkų – vadybininkų, savarankiškai dirbančių asmenų ir priverstinių verslininkų ryšys tarp amžiaus ir verslininko elgesio tikimybės. Tad savininkų – vadybininkų verslininko elgesio tikimybė yra apverstos u raidės formos, tokie asmenys verslą dažniausiai verslą pradeda apie 45 metų amžiaus. Savarankiškai dirbantys asmenų verslininko elgesio tikimybė didėja su amžiumi. O priverstiniai verslininkai apskritai turi mažą norą, tikimybę pradėti verslą ir šis pasiskirstymas pagal amžių yra pakankamai tolygus. Labiausiai pasireiškia apie 50 – 60 metų, kai išeinama į pensiją, atleidžiama arba išeinama iš samdomo darbo dėl amžiaus ar sveikatos būklės.

2 paveikslas

Verslininkų tipai



Šaltinis: Kautonen ir kt., 2013.

Taigi, verslininkai pagal tipus gali būti skirstomi labai įvairiai. Tačiau svarbiausia yra išsiaiškinti ar verslininkas tokiu tampa pirmą kartą ar jau yra turėjęs verslą, tai išsiaiškinus galima nustatyti ar tai verslininkas iš būtinybės ar verslininkas iš galimybės. Toliau šiame darbe tai bus du pagrindiniai naudojami tipai. Taip pat svarbu, kad verslininko tipas gali priklausyti nuo amžiaus. Tad sąlyginai galima laikyti, kad priverstinis verslininkas yra verslininkas iš būtinybės, o savininkas – vadybininkas ir savarankiškai dirbantis asmuo yra verslininkas iš galimybės.

1.2. Motyvų skatinančių pradėti verslą apžvalga

Moterų verslumo skatinimo, pagalbos kuriant ir vystant verslą klausimai šiomis dienomis vis dar yra aktualūs. Daugiau dėmesio skiriama moterų verslumo skatinimo programoms, didinamas tokių programų finansavimas, kuriamos kitos pagalbos ir skatinimo priemonės ir galimybės, kaip pavyzdys moterų tinklai, kurio tikslas – skatinti moteris siekti verslo karjeros, tokių tinklų Lietuvoje priskaičiuojama virš dešimt (Mažuolienė, 2020). Nors Europos mastu moterys yra mažiau įsitraukusios į ankstyvos stadijos verslą – nuo to momento kai verslas dar yra steigimo stadijoje iki išvystymo kai verslas pradeda generuoti pelną – tačiau Lietuvoje šie rodikliai

yra žymiai aukštesni. Tad įdomu sužinoti kokie veiksniai gali lemti moterų motyvus pradėti ir vystyti verslą.

Tyrimai rodo, kad vyresnio amžiaus verslininkai sėkmingiau pradeda ir geriau valdo verslą (Maritz, Eager, De Klerk, 2021). 50 metų verslo įkūrėjas turi 1,8 karto didesnę tikimybę sukurti sėkmingą verslą, nei 30 metų pradedantysis verslininkas (Azoulay ir kt., 2020). Įrodyta, jog vyresnio amžiaus verslininkai savo verslui skiria mažiau laiko nei jaunesni verslininkai, tačiau yra produktyvesni, taip pat turi mažesnę nesėkmės baimę (Kenny ir Rossiter, 2018). Taip gali būti dėl to, kad jie turi daugiau žinių ir patirties (Gielnik ir kt., 2018), t.y. sukaupę didesnę socialinę, žmogiškųjų išteklių ir finansinę kapitalą (Azoulay P. ir kt., 2020). Vyresnio amžiaus verslininkai yra linkę priimti mažiau rizikingus sprendimus ir tai gali turėti įtakos verslo augimo potencialui (Maritz ir Eager, 2017).

Įrodyta, kad darbo patirtis samdomame darbe turi teigiamos įtakos vyresnio amžiaus žmonių verslumui. Tai yra svarus pagrindas, kuris palengvina ir paskatina perėjimą nuo samdomo darbo prie savarankiško darbo (Gielnik ir kt., 2018). Nustatyta, kad apmokamo darbo patirtis daro įtaką asmenų polinkiui verslumui (Maritz ir kt., 2015). Taip pat pastebima, kad daugelis vyresnio amžiaus verslininkų dirba pilno arba nepilno etato samdomą darbą ir kartu dirba savarankiškai. Tokie verslininkai vadinami hibridiniais verslininkais.

Apibendrinus Ting Zhang (2019) straipsnį „Eight types of „baby boomer“ entrepreneurs“ išskiriami tokie faktoriai, kurie padeda apsispręsti dėl darbo, išėjimo į pensiją ir poilsio: išsilavinimas, sveikata, nedarbo lygis, ankstesnė ir dabartinė verslumo patirtis, turtas, amžius, lytis, rasė, gyvenamoji vieta, atsakomybė už šeimą, vietinės ekonomikos sąlygos.

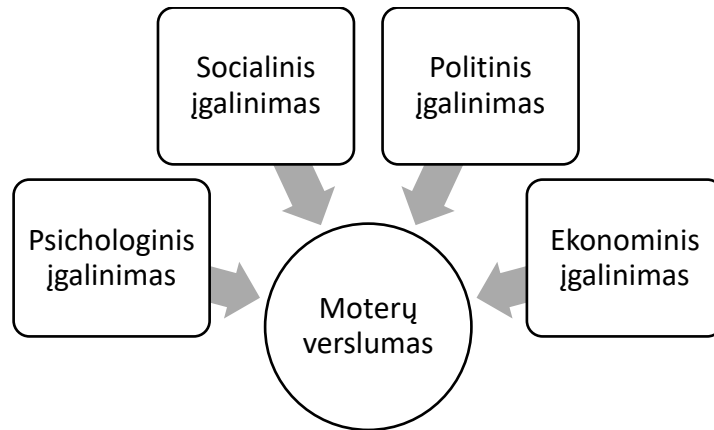
Nagrinėdami verslininkystės reiškinį ir verslininkų savybes, galimybes, veikimo principus srityje, kurioje jie dirba, galime pamatyti, kad moterų ir vyrų galimybės ir patirtys vystyti verslą yra skirtingos, nes susiduriama su skirtingais iššūkiais. Tyrimai rodo, kad moterys ir vyrai pradeda kurti verslą dėl skirtingų priežasčių: vyrai dėl didesnių pajamų, o moterys dėl lankstumo, kuris padės suderinti darbą ir šeimą (Bento, Shao, Sohail, 2021; Oladipo, Platt, Shim, 2023).

1.1.2 Moterų įgalinimas

Remiantis Hassan ir kt. (2022) pateiktu modeliu moterų verslumui įtakos turi keturios įgalinimo dimensijos.

3 paveikslas

Keturios dimensijos turinčios įtakos moterų verslumui



Šaltinis: Hassan, Sobaih, Eishaer, 2022.

Psichologinis įgalinimas susideda iš prasmės, kompetencijų, pasirinkimo ir poveikio (Tvarijonavičius, Bagdžiūnienė, 2013). Prasmė – tai jausti darbo tikslo vertę, paskirtį, kai išpildomi įsitikinimai ir vertybės. Kompetencija – tai įsitikinimas, kad turima pakankamai žinių ir įgūdžių. Pasirinkimas arba kitaip autonomija – kai turima įtakos savo veiklai, galima inicijuoti ir spręsti savarankiškai. Poveikis – žinojimas, kad galima turėti įtakos strateginiams, administraciniais ir kitiems veiklos rezultatams. Analizuojant literatūrą pastebėta, kad šis psichologinio įgalinimo elementų sąrašas nėra baigtinis, taip pat straipsniuose ne visados aiškiai apibrėžiamos elementų reikšmės. Tačiau bendram suvokimui kokią įtaką daro verslumui to užtenka.

Dar painiau apibrėžiamos kitos įgalinimo dimensijos. Socialinis įgalinimas – tai savarankiškumo, galios, pasitikėjimo ar kitų priemonių (įrankių) kūrimo procesas, siekiant įgyvendinti pokyčius ir nutiesti kelią geresnei atečiai. Tad socialinio įgalinimo tikslas yra suteikti moterims, neturinčioms arba turinčioms ribotą prieigą prie išteklių, tapatybės, bendruomenės ir gerovės jausmą, kad jos galėtų klestėti, ir panaikinti sistemas, kurios laiko be reikalingų išteklių bei mažinti atskirtį. Politinis įgalinimas plačiąja prasme suprantamas kaip dalyvavimas sprendimų priėmimo procese, tai pagrindas kitų pasiekimų įtvirtinimui ir įteisinimui. Ekonominis augimas, pasak Dahlum ir kt. (2022), stipriai koreliuoja su politiniu įgalinimu, o politinis įgalinimas turi įtakos technologiniams pokyčiams. Lyčių lygybė ir moterų įgalinimas turi įtakos ekonomikai. Ekonominis įgalinimas orientuotas į asmenų ar bendruomenių ekonominės padėties ir finansinės nepriklausomybės gerinimą. Tai apima prieigos prie išteklių suteikimą, mokymą ir galimybes kurti pragyvenimo šaltinius, kaupti turtą ir pagerinti ekonominę gerovę.

Taigi visų šių dimensijų visuma yra susijusi ir turi įtaką moterų apsisprendimui kurti nuosavą verslą. Priklausomai nuo konteksto, literatūroje aptinkamos papildomos dimensijos, tokios kaip: organizacinis įgalinimas, bendruomeninis įgalinimas, lyčių įgalinimas, aplinkos apsaugos įgalinimas, skaitmeninis įgalinimas. Be jokios abejonės jos taip pat yra svarbios, tačiau sunku pasakyti ar vienos su kitomis nesutampa ir nesikartoja.

1.1.3 Faktoriai skatinantys kurti verslą

Mokslininkai nagrinėdami motyvus pradedant nuosavą verslą išskiria šešis veiksnius (Carter ir kt., 2003): inovacija, nepriklausomybė, pripažinimas, vaidmenys, finansinė sėkmė, savirealizacija, iš kurių nepriklausomybė, finansinė sėkmė ir inovacija yra pagrindiniai trys motyvai kurti nuosavą verslą. Globalios verslumo stebėsenos (angl. The Global Entrepreneurship Monitor) tyrime atliktame 2021 – 2022 metais naudojami keturi motyvai, kurie padeda apsispręsti pradėti verslą: 1) noras sukurti pokytį, 2) poreikis pratęsti šeimos verslo tradicijas, 3) noras praturtėti, 4) dėl darbo trūkumo. Žvelgiant į naujesnę mokslinę literatūrą skiriamos trys motyvų kategorijos: vidinė motyvacija, išorinė arba instrumentinė motyvacija, nepriklausomybės arba autonomijos poreikis, saugumo ir šeimos gerovės poreikis.

Vidinės motyvacijos motyvas apibūdinamas kaip veikla vykdoma dėl pasitenkinimo, o ne dėl materialių rezultatų. Todėl toks verslo kūrimas yra grįstas spontaniškumu, susidomėjimu, smalsumu ir dėl iššūkių. Išorinė arba instrumentinė motyvacija, atvirkščiai nei vidinė motyvacija, kalba apie įsipareigojimą veiklai, kurie leis pasiekti rezultatus. Tad veikla yra tik priemonė, ar instrumentas, norint pasiekti ką nors kito. Ne veikla motyvuoja asmenis, bet atlygio perspektyva arba blogos pasekmės baimė. Nepriklausomybės ir autonomijos poreikis skatina tuos, kurie kuria savo įmonę tam, kad būtų laisvi nuo visų išorinių suvaržymų, būtų nepriklausomi ir visiškai kontroliuotų savo gyvenimo darbą. Saugumo ir šeimos gerovės motyvas pats iš savęs pakankamai apibūdina, kad tokiame verslininkui svarbiausia pačio, šeimos ar bendruomenės gerovė.

Tad veiksniai, kurie daro įtaką moterų apsisprendimui pradėti nuosavą verslą yra skirtingi ir unikalūs. Tokie veiksniai gali būti suskirstyti į stūmimo ir traukos veiksnius (Marlow ir Carter, 2004; Janssen, Guyot, Lohest, 2023). Šių veiksnių teorija naudojama ir Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ataskaitose nuo 2002 m. Stūmimo veiksnys yra susijęs su neigiama aplinka, kuri verčia moterį siekti įgyvendinti verslo idėjas. Pavyzdžiui, atleidimas iš darbo, mažos pajamos, nepasitenkinimas darbu, tobulėjimo galimybių trūkumas, nelankstus darbo grafikas ir pan. GEM (2022) tokius verslininkus vadina būtinaisiais, kai kitos darbo galimybės yra netenkinančios arba jų iš vis nėra. Traukos veiksnys atsiranda kai norima pasiekti nepriklausomybę, savirealizaciją,

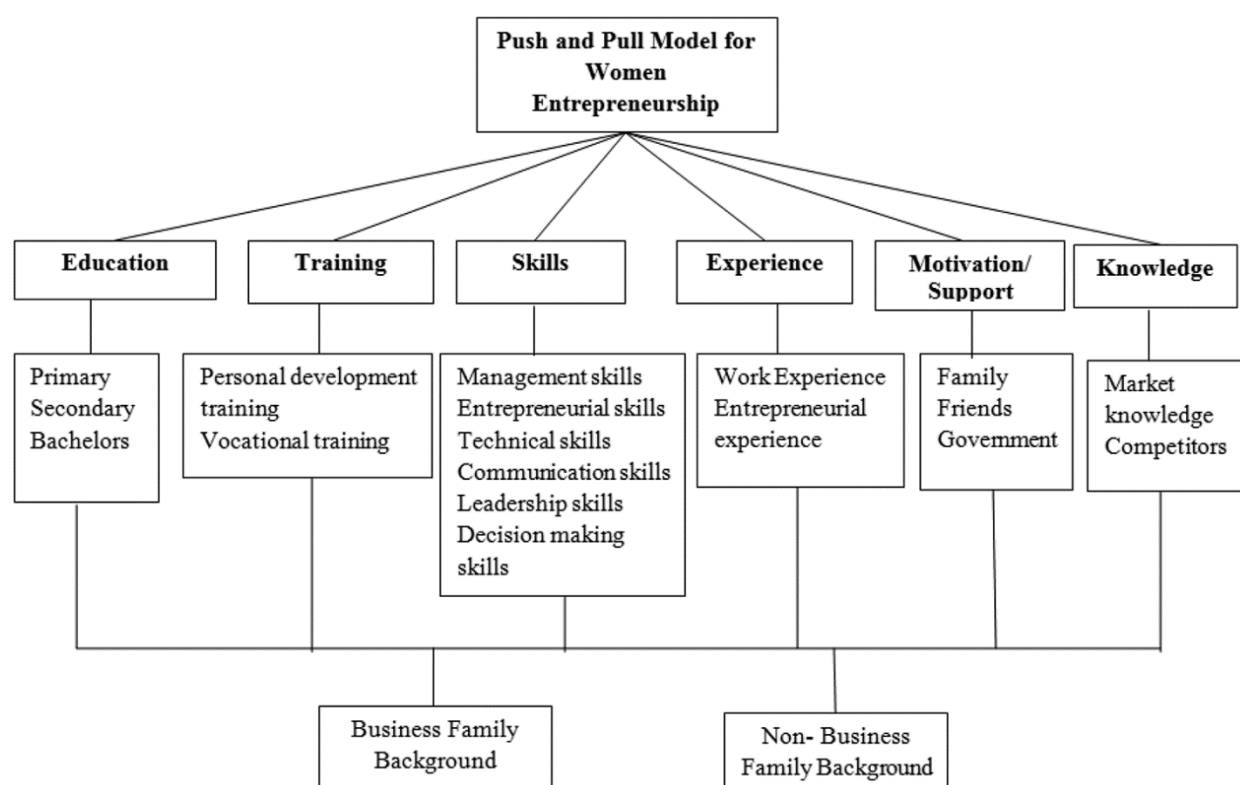
savarankiškumą, gerovę, aukštesnę socialinę padėti, turtus, galią ir išpildyti idėjas. GEM (2022) šią grupę verslininkų įvardija kaip verslininkus iš galimybės.

Mokslininkai nustatė, kad besivystančiose šalyse moteris motyvavo kurti nuosavą verslą tiek stūmimo, tiek traukimo veiksniai, tačiau išsivysčiusiose šalyse moteris motyvavo pasiekimai – traukos veiksniai (Matroushi ir kt., 2020). Taip pat stūmimo veiksniai – nuobodulys, nusivylimas, perspektyvų trūkumas, lankstaus darbo poreikis dėl įsipareigojimų šeimai – pasitaiko tarp moterų verslininkių (Orhan, Scott, 2001). Kiti mokslininkai įsitikinę, kad traukimo veiksniai dominuoja tarp moterų verslininkių (Hughes, 2003).

Matroushi ir kt. (2020) pasiūlė traukimo ir stūmimo veiksnių modelį (2 paveikslas), kuriuo siekta išsiaiškinti faktorius, kurie daro įtaką moterims verslininkėms.

4 paveikslas

Stūmimo ir traukimo modelis



Šaltinis: Matroushi ir kt. 2020.

Taigi stūmimo ir traukimo veiksniams įtakos turi šeši kriterijai: išsilavinimas, mokymas, įgūdžiai, patirtis, palaikymas (motyvacija) ir žinios. Šie kriterijai skirstomi į 19 subkriterijų. Išsilavinimas skirstomas į pradinį, pagrindinį, aukštąjį. Tačiau šis modelis Lietuvoje turėtų būti išdėstytas taip: vidurinis, specialus vidurinis, aukštesnysis, aukštasis koleginis, aukštasis

universitetinis išsilavinimas, kurį būtų galima skaidyti pagal įgautą laipsnį. Mokymas skirstomas į asmeninio tobulėjimo ir profesinį mokymąsi. Įgūdžiai skirstomi į: vadybos, verslo, techninius, komunikacijos, lyderystės, sprendimų priėmimo įgūdžius. Patirtis suprantama kaip samdomo darbo patirtis ar nuosavo verslo patirtis. Palaikymas (motyvacija) gaunama šeimos, draugų, vyriausybės, tačiau palaikymą gali suteikti ir ne vyriausybinių organizacijų, pavyzdžiui, bendruomenės, verslių moterų tinkai ir pan. Žinios susijusios su rinkos bei konkurentų pažinimu. Tyrime aiškintasi kokią įtaką turi šeimos verslo prielaida, todėl ši prielaida taip pat yra pateiktame modelyje.

Janssen, Guyot, Lohest (2023) darytame tyrime stūmimo veiksnių motyvus priskyrė prie verslininkų, kurie pradeda verslą iš būtinybės, tipo. Traukimo veiksnių motyvus priskyrė prie verslininkų tipo, kurie verslą pradeda dėl galimybių. Šį sutapatinimą mokslininkai naudoja dėl ankstesniuose tyrimuose rasto prilyginimo. Taip pat įdomu, kad šie mokslininkai nemato reikšmingo ryšio tarp verslininko amžiaus ir verslo kūrimo iš būtinybės, išsilavinimas vienodai veikia abu verslininkų tipus, verslių tėvų vaikai labiau linkę būti verslininkai iš galimybės nei iš būtinybės, o nedarbas yra vyraujantis faktorius tarp verslininkų iš būtinybės. Janssen, Guyot, Lohest (2023) pasiūlė motyvus, kuriuos suskirstė pagal būtinybės ir galimybės tipus, kurie išdėstyti 1 lentelėje.

1 lentelė

Motyvų pradėti verslą dėl galimybės ir būtinybės klasifikacija

Būtinybė	Galimybė
Pabėgimas nuo nedarbo	Uždirbti turtai
Prestižo įgavimas	Pajamų didinimas
Būti socialiai pripažintam	Savarankiškumas
Šeimos lūkesčių patenkinimas	Susikurti savo darbo vietą
Šeimos tradicijų pratęsimas	Nebeturėti vadovo
	Naujų prekių / paslaugų kūrimas
	Naujas gamybos procesas

Šaltinis: Janssen, Guyot, Lohest (2023).

Tokia klasifikacija yra geras pagrindas tolimesniems tyrimams, tačiau trūksta platesnio požiūrio ir įsigilinimo į platesnį kontekstą kokie veiksniai gali motyvuoti, paskatinti kurti nuosavą verslą. Taip pat amžius ir lytis turi įtaką šių veiksnių svarbai, todėl atlikus tyrimą būtų galima šią lentelę papildyti ar bent jau sudėti kitokia tvarka. Nes kiekvienas verslininkas yra unikalus ir

pavyzdžiui, pajamų didinimo motyvas jam gali būtų būtinas, o ne pasirinktinas. Taip pat motyvai gali skirtis priklausomai nuo socialinės, politinės, kultūrinės, ekonominės aplinkos.

Matroushi ir kt. (2020) taip pat motyvų klasifikaciją pagal stūmimo ir traukimo veiksnius. Tad aukščiau esančią lentelę galima papildyti taip:

2 lentelė

Stūmimo (būtinybės) ir traukimo (galimybės) veiksmų klasifikacija

Būtinybė	Galimybė
Pabėgimas nuo nedarbo	Uždirbti turtai
Prestižo įgavimas	Pajamų didinimas
Būti socialiai pripažintam	Savarankiškumas ir nepriklausomybė
Šeimos lūkesčių patenkinimas	Susikurti savo darbo vietą
Šeimos tradicijų pratęsimas	Nebeturėti vadovo
Aukštesnio išsilavinimo ir įgūdžių trūkumas	Naujų prekių / paslaugų kūrimas
Nepasitenkinimas darbu, profesija	Naujas gamybos procesas
Karjeros galimybių trūkumas	Asmeninis pasitenkinimas ir pasiekimai
Paramos iš šeimos, draugų, vyriausybės trūkumas	Ekonominė laisvė
Dalyvavimo versle patirties trūkumas	Asmeninių žinių panaudojimas
	Vyriausybės palaikymas
	Stereotipų apie moteris atmetimas
	Ankstesnis dalyvavimas šeimos versle

Šaltinis: Janssen, Guyot, Lohest (2023), Matroushi ir kt. (2020).

Taigi, įvairiuose šaltiniuose galima rasti daugybę motyvų, kurie skatina kurti nuosavą verslą. Tačiau juos galima skirstyti į dvi kategorijas, tai traukiančius ir stumiančius veiksnius. Šiuos veiksnius galima susitapatinti su verslininkų tipais: verslininkas iš būtinybės arba verslininkas iš galimybės. Literatūroje prieštaringai įvardijamas traukiančių ir stumiančių veiksmų skirstymas pagal faktorius. Todėl veiksmų klasifikavimas gali būti tęstinis ir pritaikomas prie reikiamos temos. Taip yra todėl, kad skiriasi atliktų tyrimų kontekstas, pagrindinė tyrimo problema. Mokslininkai šį klasifikavimą taiko moterims verslininkėms, tačiau jis gali būti pritaikomas ir verslininkams vyrams, nes trūksta faktorių susijusių su moterų stereotipais. Taip pat nėra konkrečių duomenų apie vyresnių moterų motyvus kuriant nuosavą verslą.

1.3. Iššūkiai verslo pradžioje

Europos Sąjungai priklausančiose šalyse moterys sudaro 52 proc. visų gyventojų, tačiau tik apie 34,4 proc. moterų turi savo verslą. Įvairiuose šaltiniuose teigiama, kad moterys kitaip nei vyrai, norėdamos pradėti verslą, susiduria su daugiau iššūkių. Pradedant nuo steigimo ir savo verslo vystymo, tiek derinant verslo ir šeimos įsipareigojimus (Oladipo, Platt, Shim, 2023). Oladipo, Platt, Shim (2023) įvardija dar kelis iššūkius su kurais susiduria moterys verslininkės: nepaisant technologinių pokyčių, kurie sumažina laiką praleista buityje, vaikų ir buities priežiūra sumažina moterų galimybes siekti karjeros. Tradiciniai lyčių vaidmenų įtaka silpsta, tačiau visuomenėje vis dar plačiai vyrauja stereotipai, kad moterys yra samdomos darbuotojos, o ne verslininkės. Todėl moterys linkusios ieškoti šios problemos sprendimų ir renkasi ne pilno etato darbą arba darbą iš namų bei moterys dažniau dirba namuose nei vyrai, ir kaip samdomos darbuotojos, ir kaip verslo savininkės Oladipo, Platt, Shim (2023).

Tyrimai rodo, kad didžiausią diskriminaciją dėl amžiaus patiriama iki 18 metų ir virš 50 metų (Martin, 2020). Vyresnio amžiaus verslininkai susiduria su amžiaus diskriminacija ir stereotipais dėl įsipareigojimų vaikams bei senstantiems tėvams (Marchiondo, Gonzales, Ran, 2016). Nagrinėjant plačiau pastebėta, kad verslininkai, kurie įkūrė verslą iki 50 metų nejaučia jokių barjerų pradėti verslą, tačiau verslininkai, kurie susidūrė su diskriminacija dėl amžiaus bei jiems trūko verslumo patirties, pajautė didesnius iššūkius pradėti verslą. Tad galima teigti, kad turint verslumo patirties yra lengviau įkurti verslą sulaukus 50 ir daugiau metų. Maritz, Eager, De Klerk (2021) teigimu yra paplitusi vyresnio mažiau moterų verslininkų diskriminacija. Nustatyta, kad moterys visuose verslumo etapuose susiduria su suinteresuotųjų šalių ir platesnės visuomenės neigiamu požiūriu: nuo pradinės verslo idėjos kūrimo, iki verslo augimo ir plėtros, taip pat nustatyta, kad moterys rečiau gauna išorinį finansavimą (Maritz, Eager, De Klerk, 2021, Poczter, Shapsis, 2018). Be to, moteris stabdo žiniasklaidos siunčiama žinutė dėl sumenkinamų moterų verslumo pajėgumų, tai daro neigiama įtaka tiek moterų pasitikėjimui savimi, tiek sėkmės patikėjimu suinteresuotosioms šalims, pavyzdžiui investuotojams (Eager ir kt., 2020). Be viso to vyresnio mažiau moterų verslumo skatinimui didelę įtaką daro vyresnio amžiaus žmonių verslumo įgūdžių mokymo programų bei iniciatyvų skatinančių remti vyresnio mažiau verslininkus trūkumas (Caines ir kt., 2019).

Wu, Li, Zhang (2019) išskyrė 17 iššūkių kylančių moterims verslininkėms: moterų pramonės patirties trūkumas, visuomenės lūkesčiai, kad pagrindinis moterų vaidmuo yra vaikų priežiūra ir namų ūkio pareigos, nepalankus gyvenimo būdo pasirinkimas, mažiau tendencijų investuoti į darbuotojų mokymą ir tobulėjimą, diskriminacija, neigiamas požiūris į moteris, problemos, susijusios su vaikų priežiūra, nepakankamas švietimas ir mokymas, moterų

išnaudojimas, etninės ar religinės kliūtys, šeimos išpareigojimai, prieigos prie kapitalo trūkumas, prieigos prie verslo informacijos trūkumas, prieigos prie tinklų trūkumas, mažos galimybės gauti konsultacijas, trūksta kokybiškos verslo informacija, verslumo įgūdžių stoka. Tačiau abejotina, kad Lietuvoje vyresnės moterys susiduria etninėmis ir religinėmis kliūtimis bei prieiga prie verslo informacijos nėra ribojama, ją gali pasiekti kiekvienas žmogus nepaisant lyties. Taip pat prieiga prie tinklų nėra ribota, tik tiek, kad tokių tinklų nėra daug arba jie nelabai pritaikyti vyresnėms moterims verslininkėms.

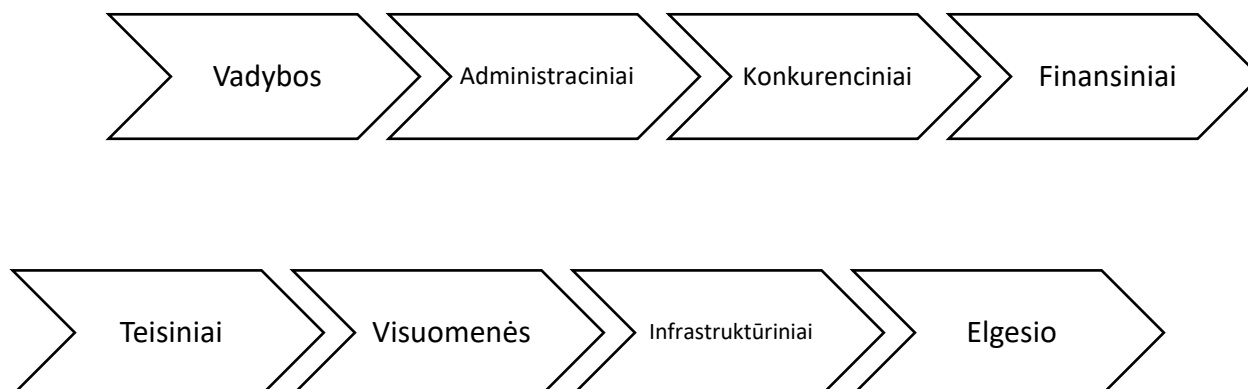
Urzelai ir kt. (2023) siūlo iššūkius skirstyti į tris grupes: visuomenės barjerai, infrastruktūriniai barjerai, elgesio barjerai. Visuomenės barjerai susideda iš pasitikėjimo savimi trūkumo, nesėkmės baimės, asmeninio požiūrio į riziką, ambicijų trūkumo, išsilavinimo skirtumų, tinklų trūkumo, žemesnis teisinių / ekonominių žinių lygio, mentorstės trūkumo, sunkumų dėl finansinės paramos prieigos, vyrų dominavimo, kultūrinių barjerų, šeimos barjerų, neigiamo požiūrio, darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyros, pavyzdžių trūkumo, diskriminacijos bei lyčių stereotipų. Infrastruktūriniai barjerai yra susiję su finansine parama, administracinėmis kliūtimis, išsilavinimo lygiu. Elgesio barjerai yra susiję su žemu savęs vertinimu ir veiksmingumu, nepasitikėjimu, polinkis mažiau rizikuoti, nepriimti rizikingų sprendimų, kuriems įtaką daro asmeninis augimas ir pasitikėjimo stiprinimas. Urzelai ir kt. (2023) teigimu visuomeninių barjerų kylantys iššūkiai lėmė infrastruktūrinius barjerus, tačiau švietimas gali atlikti labai svarbų vaidmenį mažinant elgesio barjerus.

Taigi apibendrinus, iššūkius stabdančius verslininkus kurti nuosavą verslą galima skirstyti į: vadybos barjerus, administracinius barjerus (administracinė našta, sudėtingas verslo registravimo procesas ir pan.), konkurencinius barjerus, finansinius barjerus, teisinius barjerus (Sulikashvili, Kizaba, Assaidi, 2020). Tačiau šis skirstymas atrodo siauras, nes neapima socialinių – kultūrinių barjerų, tokių kaip amžiaus diskriminacija, stereotipų ir pan.

Papildant Sulikashvili, Kizaba, Assaidi (2020) ir Urzelai ir kt. (2023) įvardijamų iššūkių skirstymą, juos galima išdėstyti taip: vadybos barjerus, administracinius barjerus, konkurencinius barjerus, finansinius barjerus, teisinius barjerus, visuomenės barjerai, infrastruktūrinius barjerai, elgesio barjerai, kurie išsidėsto 5 lentelėje.

5 paveikslas

Iššūkiai kylantys kuriant nuosavą verslą



Šaltinis: Sulikashvili, Kizaba, Assaidi (2020), Urzelai ir kt. (2023)

Taigi, akivaizdu, kad moterys verslininkės susiduria su unikaliais iššūkiais su kuriais vyrai verslininkai nesusiduria arba jų įtaka labai minimali. Atsižvelgus į atliktus tyrimu galima pastebėti, kad daugiausiai iššūkių kyla iš finansinių, visuomenės, infrastruktūros bei elgesio barjerų. Taip pat svarbu užakcentuoti, kad vyresnės moterys verslininkės papildomai susiduria su diskriminacijos dėl amžiaus, galimai iš to kylančiu savęs nuvertinimu ir su šeimos (nebe vaikų, o tėvų priežiūros) įsipareigojimais.

1.4. Motyvų ir iššūkių kuriant nuosavą verslą modelis

Apžvelgus mokslinę literatūrą ir išsiaiškinus verslininkų motyvus bei iššūkius kylančius kuriant nuosavą verslą, įsigilinus į vyresnių žmonių bei moterų verslininkų specifiką, galima kurti vyresnių moterų motyvų ir iššūkių kuriant nuosavą verslą modelį. Kuriame pagrindą sudaro verslininkų tipai iš kurių kyla motyvai skatinantys kurti nuosavą verslą ir iššūkiai kuriant nuosavą verslą. Kadangi literatūroje labai mažai informacijos susijusios su vyresnių moterų verslumo modeliais ir siekiant pamatyti svarbiausius motyvus bei iššūkius bei remiantis aukščiau atlikta analize galima sudaryti 6 paveiksle esantį modelį.

Modelyje naudojama verslininkės iš būtinybės bei verslininkės dėl galimybės tipai, kurie vėliau gali būti skirstomi į naujas ir ne naujas verslininkes, registruotų ir neregistruotų verslų savininkes, pilnu ir nepilnu etatu dirbančias verslininkes.

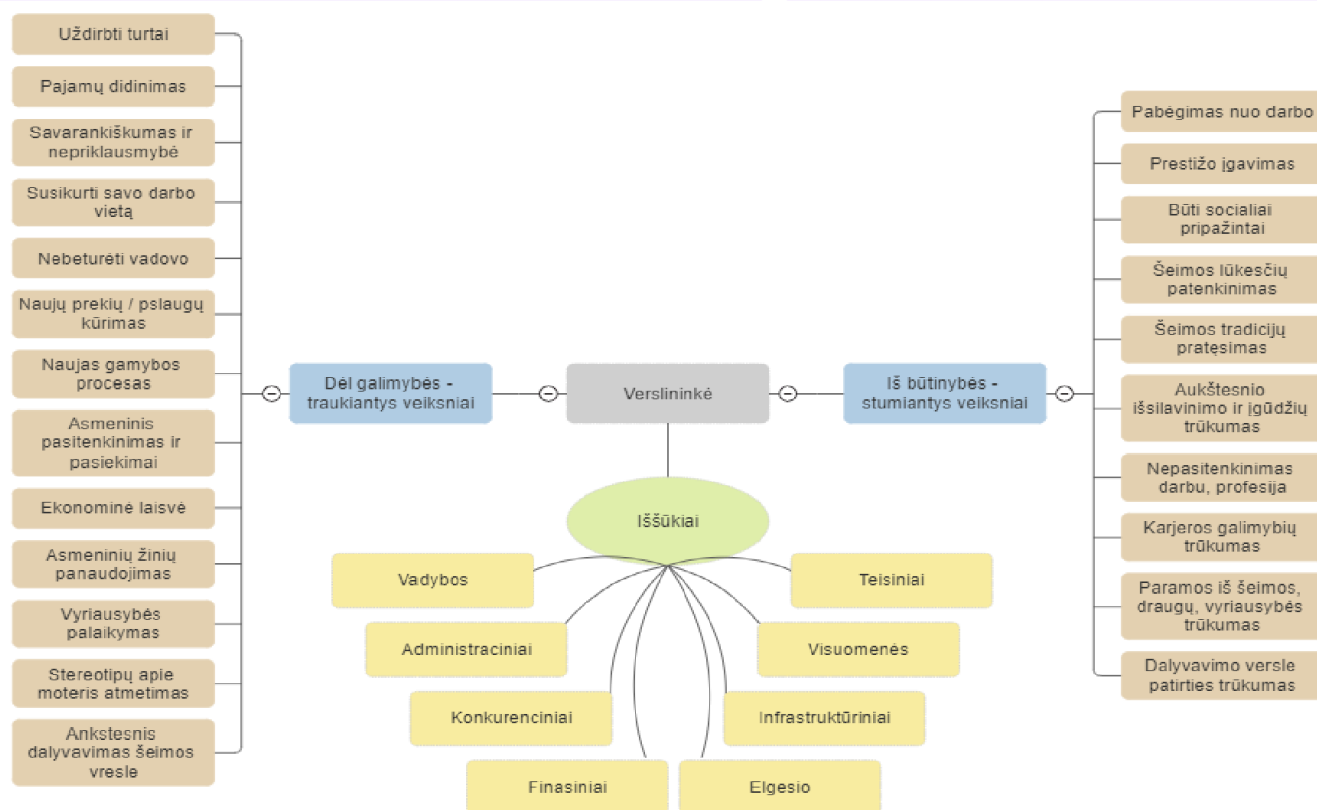
Atsižvelgiant į verslininkų tipus išskiriami stumiantys ir traukiantys veiksniai. Stumiantys veiksniai: pabėgimas nuo nedarbo, prestižo įgavimas, būti socialiai pripažintai, šeimos lūkesčių

patenkinimas, šeimos tradicijų pratęsimas, aukštesnio išsilavinimo ir įgūdžių trūkumas, nepasitenkinimas darbu, profesija, karjeros galimybių trūkumas, paramos iš šeimos, draugų, vyriausybės trūkumas, dalyvavimo versle patirties trūkumas. Traukiančių veiksmų yra žymiai daugiau: uždirbti turtai, pajamų didinimas, savarankiškumas ir nepriklausomybė, susikurti savo darbo vietą, nebeturėti vadovo, naujų prekių / paslaugų kūrimas, naujas gamybos procesas, asmeninis pasitenkinimas ir pasiekimai, ekonominė laisvė, asmeninių žinių panaudojimas, vyriausybės palaikymas, stereotipų apie moteris atmetimas, ankstesnis dalyvavimas šeimos versle. Šių veiksmų sąrašas turėtų šiek tiek pakisti atlikus tyrimą su vyresnio amžiaus moterimis verslininkėmis.

Be abejonės vyresnio amžiaus verslininkės susiduria su iššūkiais kuriant nuosavą verslą, šiuo iššūkiu galima suskirstyti į aštuonias grupes, šias grupes galima skaidyti į dar mažesnius elementus.

6 paveikslas

Vyresnių moterų motyvų ir iššūkių kuriant nuosavą verslą modelis



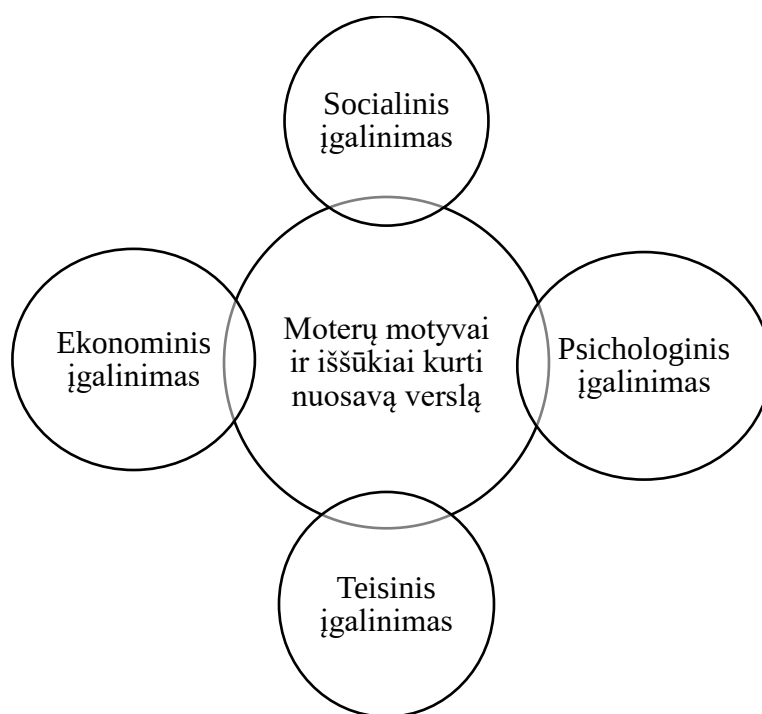
Šaltinis: sudaryta remiantis Janssen ir kt. (2023), Matroushi ir kt. (2020), Sulikashvili ir kt. (2020), Urzelai ir kt. (2023)

Taigi, šis modelis nors ir remiantis naujausia anksčiau analizuota literatūra, tačiau atrodo neišbaigtas, nes trūksta duomenų būtent apie vyresnių ir būtent moterų kuriant nuosavą verslą motyvus bei išskylančius iššūkius. Taip pat reiktų atsižvelgti į Lietuvos kontekstą bei aptarti motyvus ir specifinius iššūkius.

Tačiau apibendrinus šį modelį būtina nepamiršti, kad moterų verslumui įtakos darbo psichologinis, socialinis, teisinis ir ekonominis įgalinimas (7 paveikslas). Tikėtina, kad moterims besijaučiančioms labiau psichologiškai, socialiai, teisiškai ir ekonomiškai įgalintoms lengviau įžvelgti motyvus kodėl verta pradėti nuosavą verslą. Ir atvirkščiai moterys, kurios mažiau jaučiasi įgalintos dėl per mažo pasitikėjimo savimi, šeimos ir verslo derinimo iššūkių, gali jaustis neužtikrintos ir motyvai kurti verslą gali pavirsti į iššūkius. O iššūkius norint paversti galimybėmis būtinas moterų švietimas, priklausymas tinklams ir palaikymas tiek iš artimos aplinkos, tiek iš nevyriausybinių bei vyriausybinių institucijų. Be to tikėtina, kad su mažumi įgalinimo poreikis ir nauda tik didėja.

7 paveikslas

Vyresnių moterų motyvai ir iššūkiai kurti verslą įgalinimo aplinkoje



2.VYRESNIO AMŽIAUS MOTERŲ MOTYVŲ IR IŠŠŪKIŲ KURTI NUOSAVĄ VERSLĄ TYRIMO METODIKA

2.1.Tyrimo tikslas, modelis ir klausimai

Empirinio tyrimo tikslas: išsiaiškinti kas motyvuoja ir kas kelia iššūkius apsisprendžiant kurti nuosavą verslą. Tyrimo rezultatai padės suprasti pagrindines priežastis, kurios lemia vyresnių moterų apsisprendimą įsteigti nuosavą verslą bei su kokiomis problemomis susiduriama steigiant verslą Lietuvoje.

Tyrimo objektas: motyvai ir iššūkiai kurti nuosavą verslą.

Tyrimo uždaviniai:

- 1) išsiaiškinti nuo ko priklauso vyresnių moterų apsisprendimas kurti nuosavą verslą;
- 2) nustatyti motyvus pradėti nuosavą verslą vyresnėms moterims;
- 3) nustatyti iššūkius pradedant nuosavą verslą vyresnėms moterims;
- 4) išskirti kokios sąlygos reikalingos norint įkurti sėkmingą verslą moterims vyresniame amžiuje.

Siekiant atskleisti vyresnio amžiaus moterų motyvus ir iššūkius kurti nuosavą verslą pasirinkta atlikti kokybinį tyrimą. Šis tyrimo metodas apima ilgalaikį objekto tyrimą, kurio tikslas yra suprasti objektą, jo elgesį ir kt. (Kardelis, 2016). Siekiama atskleisti, kaip vyresnio amžiaus moterys pačios suvokia savo verslumo patirtį. Taikyta kokybinė metodologija leidžia gilintis į šios specifinės grupės motyvacines ir socialines reikšmes, išreiškiamas pasakojimuose (Creswell, Poth, 2018). Taip pat kokybinis tyrimas yra lankstus, naudojami stebėjimo, interviu bei dokumentų analizės metodai (Bitinas ir kt., 2008). Viena dažniausiai kokybiniams tyrimams naudojamų interviu formų yra individualus kokybinis interviu. Taigi kokybinis tyrimas pasirinktas atsižvelgiant į tyrimo tikslą ir keliamus klausimus bei siekiant detalai išanalizuoti temą.

2.2.Tyrimo organizavimas ir instrumentas

Duomenų rinkimo metodu pasirinktas kokybinis tyrimo metodas ir giluminis nestruktūrizuotas interviu, nes jo paskirtis – aprašyti objektą. Šis metodas pasirinktas todėl, kad padeda giliau išsiaiškinti informantų elgesio modelius ir jų priežastis, motyvaciją, ketinimus.

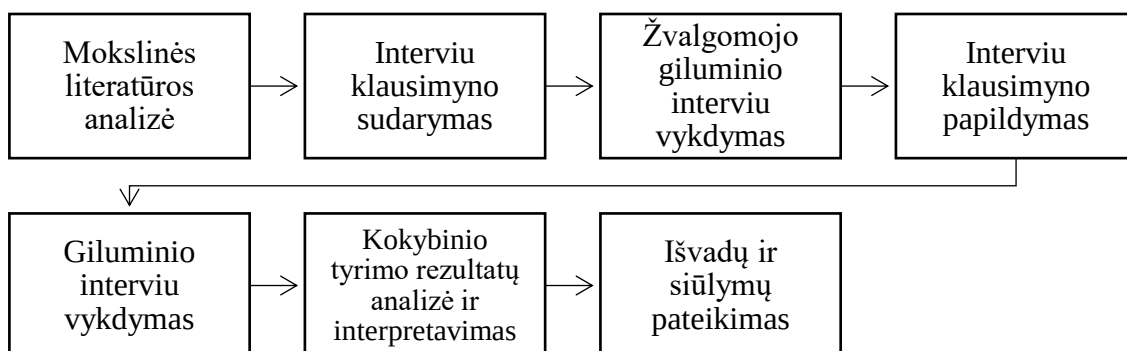
Giluminis interviu suteikia galimybę tyrėjui gilintis į specifines temas, užduoti papildomus klausimus ir stebėti neverbalinius signalus, kurie gali praturtinti gaunamą informaciją. Atsižvelgiant į kitus jau atliktus tyrimus vyresnių moterų verslumo tema, pastebėta, jog duomenų rinkimui pasirinkti taip pat kokybinio tyrimo metodai. Kitaip gauti išsamią informaciją apie informantų patirtis, nuomones ir motyvus gali būti sudėtinga, dėl tyrimo metodo ribotumo. Giluminio interviu metodo svarbiausi bruožai yra įsigilinimas, išklausinėjimas per atvirus, papildomus klausimus (Kardelis, 2016). Patartina interviu vykdyti dviem etapais: pirmiau vykdyti žvalgomąjį giluminį interviu ir įvertinus gautus duomenis bei papildžius interviu metu naudotus klausimus jau galima vykdyti pagrindinį tyrimą. Tačiau įžvelgiami ir šio metodo trūkumai: sudėtinga interviu pradžia, galimas neteisingas gautų duomenų interpretavimas, redagavimas, kodavimas ir analizė, taip pat galimas subjektyvus tyrėjo vertinimas, o gauti duomenys nėra statistiškai patikimi (Cohen, Manion, 1989). Taip pat gali būti sunkiai numatoma interviu eiga dėl tyrėjui nežinomų aplinkybių ar tyrimo dalyvių savybių (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016).

Duomenų rinkimui naudojamas instrumentas – nestruktūrizuotas klausimynas, kuris yra lankstus ir gali keistis priklausomai nuo interviu eigos: gali kisti klausimų tvarka, gali būti pridėti nauji klausimai arba nebeklausoma tų klausimų, kurie nebereikšmingi arba tiriamoji(-asis) atsakė anksčiau. Laisvos struktūros klausimynas – neįspraudžia tyrimo dalyvių į griežtus klausimų rėmus, o tai padidina galimybes sužinoti naujas ir netikėtas idėjas, patirtį, požiūrius (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016). Visi klausimai yra atviro tipo, siekiant suteikti galimybę ir neapriboti laisvės pateikti jų nuomone svarbią informaciją. Tikintis gauti įdomius ir nelauktus atsakymus (Alvesson, 2011). Tačiau išlaikant tyrimo tikslą ir su juo susijusius klausimus.

Tyrimo eiga. Tyrimas vykdytas nuo 2024 m. kovo 11 d. iki 2024 m. balandžio 30 d. vadovaujantis tyrimo eiga, kuri pateikiama 8 paveiksle. Giluminio interviu eiga planuojama remiantis keturių žingsnių modeliu, kuris pateikiamas 3 lentelėje.

8 paveikslas

Tyrimo eiga



Tyrimas pradedamas nuo mokslinės literatūros analizės, kurios metu siekiama įsigilinti į nagrinėjamą temą, nustatyti tyrimo spragas bei suformuluoti tikslingus klausimus (Flick, 2014). Toliau pereinama prie interviu klausimyno sudarymo, kuris remiasi tiek teoriniais pagrindais, tiek tyrimo tikslais (Kvale & Brinkmann, 2009). Žvalgomieji giluminiai interviu padeda patikrinti klausimų tinkamumą bei suteikia galimybę patobulinti klausimyną, prieš pradedant pagrindinį duomenų rinkimą. Vėliau vykdomi giluminiai interviu, kurie leidžia surinkti detalią, kontekstinę informaciją apie tiriamą reiškinį. Galiausiai atliekama kokybinė duomenų analizė ir interpretacija, siekiant išryškinti reikšmingus rezultatus bei pateikti išvadas ir siūlymus, kurie būtų paremti empiriniais duomenimis (Mayring, 2014).

3 lentelė

Giluminio interviu keturių žingsnių modelis

Prieš pokalbį	Susitikimas su tyrimo dalyviu ir pokalbis ir (ar) apsikeitimas informacija prieš prasidedant interviu
Interviu pradžia („apšilimas“)	Interviu pokalbio pradžia, kuri leidžia tyrimo dalyviui apsiprasti ir įsijausti į interviu situaciją
Pagrindiniai interviu klausimai	Esminė, ilgiausia interviu dalis, svarbiausi klausimai
Interviu užbaigimas	Interviu pokalbio apibendrinimas, nuoseklus baigiamųjų klausimų uždavimas

Šaltinis: Gaižauskaitė, Valavičienė (2016)

Pirmoje interviu dalyje pasisveikinama su informante(-u) bei prisistatoma, paaiškinamas tyrimo tikslas. Aptariami pagrindiniai etikos principai, paaiškinamos interviu įrašymo sąlygos ir gauto įrašo panaudojimo klausimai bei gaunamas sutikimas naudoti gautą įrašą tolimesnei duomenų analizei.

Antroje dalyje išsiaiškinami reikalingi demografiniai duomenys, kurie padėtų geriau suprasti tiriamąjį bei pereinama prie „apšilimo“ klausimų. Šie klausimai paprastai yra platūs ir bendri, skirti pokalbiui užmegzti, paliečiantys interviu temą ir leidžiantys tyrimo dalyviui pasiruošti ir pasijusti patogiau, priprasti prie interviu įrašymo įrangos bei tyrėjo (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016).

Svarbiausioje – trečioje dalyje pereinama prie pagrindinių tyrimo klausimų, kurie iš anksto apgalvoti ir sugrupuoti į kategorijas, kurios skaidomos į mažesnes grupes. Tad interviu metu pradžioje klausiama bendresnių klausimų, o tada užduodami konkretesni klausimai

įsigilininimui ir detalizavimui. Patton (2002) rekomenduoja klausti apie dabartį, tada pereiti į praeitį, o tik tada užduoti klausimus apie ateitį.

Paskutinėje ketvirtyje dalyje palengva užbaigiamas interviu ir apibendrinama gauta informacija. Paprašoma informantės(-o) pateikti baigiamuosius komentarus. Padėkojama tyrimo dalyviui ir atsisveikinama.

Remiantis giluminio interviu keturių žingsnių modeliu giluminio interviu planas galėtų būti toks:

1. pasisveikinimas, tyrėjo prisistatymas;
2. interviu temos ir tikslo, eigos pristatymas;
3. sutikimo dalyvauti tyrime gavimas;
4. iškilusių klausimų atsakymas;
5. interviu įrašo pradžia;
6. interviu pradžia, „apšilimas“;
7. pagrindinis interviu;
8. interviu užbaigimas, apibendrinimas;
9. padėkojimas tyrimo dalyviui už interviu, interviu pabaiga;
10. interviu įrašo pabaiga;
11. atsisveikinimas.

Tyrimui parengtas pusiau struktūruotas interviu klausimynas (žr. 1 priedą), sudarytas iš 5 pagrindinių klausimų grupių, orientuotas į vyresnio amžiaus moterų sprendimą kurti nuosavą verslą, jų motyvaciją, iššūkius ir verslo sėkmės suvokimą. Klausimynas sudarytas remiantis mokslinės literatūros analize apie moterų verslumą, motyvus kurti nuosavą verslą, kylančius verslo kūrimo iššūkius. Klausimai buvo skirstyti į temines grupes:

1. identifikaciniai klausimai, skirti gauti bendrą informaciją apie informantę ir jos verslą;
2. apsisprendimo kurti verslą veiksniai, padedantys išsiaiškinti sprendimo pradėti verslą motyvus;
3. motyvuojantys veiksniai, įskaitant asmenines savybes, socialinę aplinką ir paramą;
4. ribojantys veiksniai ir iššūkiai, susiję su visuomeniniais stereotipais, patirtomis kliūtimis;
5. verslo sėkmės suvokimas, kuriame siekiama suprasti, kaip motyvacija susijusi su verslo sėkme ir kaip moterys apibrėžia sėkmę savo kontekste.

Kiekvienam pagrindiniam klausimui buvo numatyti papildomi klausimai, leidžiantys gilintis į pokalbį ir geriau atskleisti tiriamųjų patirtis. Klausimynas nebuvo naudojamas nuosekliai

– interviu metu buvo vadovaujamas lankstumu, leidžiant informantėms kalbėti laisvai, taip, kad būtų išgirsta autentiška jų patirtis (Kvale & Brinkmann, 2009).

2.3. Informančių atranka ir tiriamos imties charakteristikos

Oficialiosios statistikos portalo 2022 m. sausio 1 d. duomenimis, Lietuvoje veikė 113 516 ūkio subjektai. Tačiau sunku rasti naujų duomenų kiek iš Lietuvoje veikiančių ūkio subjektų priklauso vyresnėms moterims. Nepaisant nežinomos generalinės aibės, giluminiam interviu tyrimo imtis renkama nedidelė, nes tokios apklausos metu informantai prilyginami „ekspertams“ iš kurių išgaunama kiek įmanoma daugiau informacijos.

Pasirinkta imtis: 10 moterų, kurių amžius yra 50 ir daugiau metų, atrinktos naudojant netikimybinę parankią atranką bei sniego gniūžtės metodus. Imtis yra pakankama dėl duomenų prisotinimo (Guest, Bunce, Johnson, 2006). Tai reiškia, kad nauji interviu nebeatnešė naujos teminės informacijos. Informantėms nustatyti kriterijai: turi turėti nuosavą verslą, kurį pradėjo kurti būdamos vyresniame amžiuje t.y nuo 50 metų. Taip pat verslas turi būti naujai užregistruotas arba tęsiamas po 5 metų pertraukos. Tačiau nėra būtina atsižvelgti į vyresnės moters darbo krūvį t.y. ar dirbama pilnu etatu bei verslo gyvavimo trukmę.

Giluminis interviu paprastai užtrunka apie 40 min. Jei interviu trumpesnis t.y. užtrunka apie 10 – 15 min. jis laikomas nepilnai įgyvendintu ir nepatikimu. Taip pat pageidautina, kad interviu vyktų ramioje patalpoje, kurioje nebūtų trukdoma pašalinių asmenų. Vidutinė interviu trukmė apie 60 min.

Interviu metu, atvykus pas informantę, buvo trumpai pristatomas atliekamas tyrimas, interviu klausimai, atsiklausama dėl pokalbio įrašymo, sutikus – interviu įrašinėjamas diktofonu. Interviu įrašai vėliau transkribuoti.

Tyrimo duomenų analizė. Duomenų analizė buvo atliekama taikant indukcinę kokybinės turinio analizės strategiją, kuri leidžia temoms ir kategorijoms kilti tiesiogiai iš surinktų interviu duomenų (Mayring, 2014). Indukcinis būdas pasirinktas dėl to, kad tyrimo tikslas – atskleisti vyresnio amžiaus moterų verslumo motyvus ir iššūkius – yra orientuotas į naujų įžvalgų išgavimą iš informančių patirties, o ne į jau esamų teorinių modelių tikrinimą. Pasirinkta kokybinės turinio analizės metodas – dažnai taikomas analizuojant giluminių interviu metu surinktus duomenis. Turinio analizė yra nuoseklus informacijos tyrimo metodas, kuris atskleidžia priežastis, sąsajas (Creswell, 2009). Duomenų analizės tikslas – iš surinktų duomenų atskirti pagrindines mintis bei duomenis (Creswell, 2009). Pasak Mayring (2014), kokybinė turinio analizė grindžiama empiriniu pagrindu, todėl kiekviena išvada ar interpretacija turi būti aiškiai

paremta konkrečiais duomenų fragmentais. Taip užtikrinamas analizės patikimumas ir skaidrumas, o gautos išvados tampa pagrindu siūlymams.

2.4. Tyrimo ribotumas

Siekiant išsiaiškinti vyresnių moterų motyvus ir iššūkius kuriant nuosavą verslą susidurta su tinkamų, kriterijus atitinkančių informančių trūkumu. Tačiau „sniego gniūžtės“ metodas padėjo atrasti daugiau tyrimui tinkamų informančių. Šis atrankos būdas – dažnas kokybiniuose tyrimuose, ypač kai tiriama specifinė arba sunkiau pasiekiamą populiaciją (Etikan, Alkassim & Abubakar, 2016). Tačiau nors šis metodas yra veiksmingas tiriant specifines grupes, jis gali kelti atrankos šališkumo riziką, nes dalyviai dažnai rekomenduoja panašius į save asmenis (Noy, 2008). Kadangi giluminis interviu gali trukti apie 40 min. informantės sunkiai arba nenoriai skiria tam laiko, kelis kartus atidėjo susitikimus. Gauti tyrimų rezultatai negali būti apibendrinami visoms vyresnio amžiaus moterims Lietuvoje, nes kokybinis tyrimas nesiekia statistinio reprezentatyvumo (Creswell, Poth, 2018). Tam būtini platesnės imties tiek kiekybiniai, tiek mišrūs tyrimai, kurie leistų įvertinti tyrimo rezultatų apibendrinamumą bei pritaikomumą platesniame kontekste.

3. VYRESNIŲ MOTERŲ MOTYVŲ IR IŠŠŪKIŲ KUERTI NUOSAVĄ VERSLĄ TYRIMAS

3.1. Empirinio tyrimo eiga

Empirinis tyrimas buvo atliekamas 2024 metų balandžio – gegužės mėnesiais. Tyrimo informantėmis buvo pasirinktos vyresnio amžiaus moterys, kurio sukūrė nuosavą verslą. Tyrimo metu buvo apklausta 10 verslininkių. Atrenkant informantes buvo atsižvelgiama į atrankos kriterijus: turi turėti nuosavą verslą, kurį pradėjo kurti būdamos vyresniame amžiuje t.y nuo 50 metų, verslas turi būti naujai užregistruotas arba tęsiamas po 5 metų pertraukos.

Su informantėmis dėl interviu buvo tariamasi gyvai arba telefono skambučiu. Informantės iš anksto buvo informuotos apie interviu temą, todėl galėjo pasiruošti plačiau atsakyti į keliamus klausimus. Tačiau 3 kalbintos informantės atsisakė dalyvauti tyrime.

Visoms informantėms siūlyta interviu atlikti patogioje vietoje – jų darbo ar namų (informantei pačiai pasisiūlius) aplinkoje bei patogiu laiku. Giluminiai interviu truko nuo 32 min. iki 1 val. 5 min. Visi interviu buvo įrašomi į diktofoną, vėliau pokalbiai buvo transkribuojami. Transkripcijos atliktos pažodžiui. Tyrimo etika buvo užtikrinama laikantis Lietuvos mokslinių tyrimų etikos gairių: informantėms pateikta informacija apie tyrimo tikslą, gautas žodinis sutikimas, pokalbiai anonimizuoti. Naudoti pseudonimai, asmens duomenys ir įmonių pavadinimai tyrime nepateikiami, siekiant išsaugoti konfidencialumą. Toks susitarimas su informantėmis dėl konfidencialumo leido tyrime dalyvavusioms moterims laisvai reikšti savo mintis, išsiplėsti ties kai kuriais klausimais, mažiau jaudintis.

Interviu pradžioje pagal giluminio interviu planą su informantėmis buvo aptariamos taisyklės, interviu eiga, informuojama dėl trukmės ir gautų rezultatų naudojimo tikslų. Tai leido informantėms plačiau susipažinti su tyrimo tikslu, ko pasėkoje buvo sumažinta įtampa, padidintas pasitikėjimas ir atvirumas.

Atlikus pirmąjį žvalgomąjį interviu paaiškėjo, kad interviu klausimyną galima papildyti temomis apie motyvus kurti nuosavą verslą (pateikiama 4 lentelėje) bei emocijas. Pagal temas ir raktinius žodžius interviu metu formuluoti klausimai ir gauti atsakymai bus naudingi tyrimo analizei ir tikslesnėms išvadoms formuluoti.

4 lentelė

Papildomos temos naudingos interviu metu

Nr.	Tema	Raktiniai žodžiai
1.	Motyvacija	Pinigai, laisvė, saviraiška
2.	Palaikymas	Šeimos, draugų, vyriausybės, visuomenės
3.	Verslo pasirinkimas	Įgūdžiai, žinios, susidomėjimas
4.	Įgūdžiai	Iš šeimos, artimos aplinkos, iš darbovietės
5.	Sėkmė	Likimo dovana, sunkus darbas
6.	Emocijos	Džiaugsmas, pasididžiavimas, nusivylimas, liūdesys, pyktis

3.2. Empirinio tyrimo rezultatų analizė

Duomenų analizė atlikta taikant kokybinę turinio analizę, remiantis indukciniu požiūriu (Mayring, 2014). Teminės kategorijos išskirtos pagal pasikartojančius informančių atsakymus, leidžiančius atskleisti jų motyvaciją, iššūkius ir verslo sėkmės suvokimą. Tyrimo analizė paremta stūmimo ir traukos modeliu (Matroushi ir kt. 2020), kuris paaiškina, ar verslumo sprendimus skatina stumiančios ar traukiančios aplinkybės.

3.2.1 Verslo kūrimo motyvai

Analizuojant gautus duomenis moterų motyvacija kurti verslą vyresniame amžiuje tema, informantės dažnai akcentavo vidinius motyvus, tokius kaip norą realizuoti save ir įgyvendinti svajones, tęsti profesinę veiklą taip, kaip norisi pačioms, būti finansiškai nepriklausomoms. Kai kurios dalyvės teigė, jog verslumas buvo natūralus gyvenimo etapas po aktyvaus darbo rinkoje, tuo tarpu kitos teigė, jog tik sulaukusios vyresnio amžiaus atrado drąsos imtis savo idėjų įgyvendinimo.

Analizuojant motyvaciją, taip pat išryškėjo stūmimo veiksniai, t.y. verslo kūrimą paskatino išorinės aplinkybės – darbo netekimas, amžiaus diskriminacija, darbdavių ir bendradarbių požiūris ir nepasitenkinimas esamu darbu. Šie veiksniai vertė moteris ieškoti alternatyvių pragyvenimo

būdų. Stūmimo/traukos modelio (Matroushi ir kt. 2020) taikymas analizėje leido atskirti, kada verslumo sprendimas buvo paremtas asmeniniu siekiu, o kada – iš būtinybės. Tyrimo rezultatai pateikiami 5 lentelėje.

5 lentelė

Motyvacija kurti verslą

Kategorija	Subkategorija	Veiksniai	Analitiniai vienetai
Motyvai	Traukiantys veiksniai	Savirealizacija	„Senai norėjau dirbti su gėlėmis“ (I2).
		Darbų tąsa – žinių panaudojimas	„Norėjau veikti kažką, kas tikrai man patiktų – turėjau žinių, reikėjo tik drąsos“ (I5).
		Finansinė nepriklausomybė	„Gaunamas atlyginimas manęs netenkino, o žinojau, kad ir toliau pardavimai mažės“ (I3).
		Asmeninis pasitenkinimas	„<...> patinka kai klientai mane pagiria ir sugrįžta po kurio laiko“ (I2). „Sulaukiu daug gražių komentarų po nuotraukomis, kurias keliu į socialinius tinklus“ (I9).
	Stumiantys veiksniai	Darbo netekimas	„Ilgai galvojus, pati išėjau iš darbo“ (I3).
		Diskriminacija	„Žinojau, kad mano metų – sunku susirasti darbą, o juo labiau provincijoje“ (I7).
		Darbdavių požiūris	„Darbdavys dažnai neigiamai pakomentuodavo vyresnio amžiaus bendradarbius kai jie negirdėdavo“ (I5). „Direktorė aiškiai leido suprasti, kad mano amžius jau per senas jų tempui.“ (I8)
		Nepasitenkinimas esamu darbu	„Vis užsimindavo etatų ir atlyginimų mažinimu“ (I8).
		Psichologinis spaudimas esamame darbe	„Bendradarbių veiduose mačiau nusivylimą, kad kažko nemoku, tačiau patys nepadėjo greičiau susigaudyti <...>“ (I7).

Atsižvelgiant į GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022) pateiktus motyvus kurti verslą: 1) noras sukurti pokytį, 2) poreikis pratęsti šeimos verslo tradicijas, 3) noras praturtėti, 4) dėl darbo trūkumo – šio tyrimo informančių motyvacija daugiausia atitiko trečią ir ketvirtą kategorijas. Dalis informančių verslą pradėjo kaip sprendimą, kuriuo siekia užsitikrinti finansinį stabilumą: „pradėjau dirbti sau, nes ankstesniam darbe gavau reikiamus įgūdžius ir žinias bei pamačiau, kad galiu užsidirbti“ (I1), „galiu prisidurti prie atlyginimo“ (I7). Kitos verslą rinkosi kaip alternatyvą esamo darbo netekimui: „galėjau rinktis dirbti žemesnėse pareigose arba išeiti iš darbo“ (I3). Poreikis pratęsti šeimos verslo tradicijas, informantams buvo neaktualus, nes nei viena

netęsė darbo šeimos versle, visos verslą kūrė savarankiškai. Pastebėtina, kad norą kurti socialinį pokytį, kuris GEM (2022) klasifikacijoje siejamas su „transformuojančiu“ verslumu, informantės išreiškė tik netiesiogiai – per norą būti pavyzdžiu kitiems ar teikti reikalingas paslaugas bendruomenei. Tai leidžia manyti, kad motyvai šioje grupėje yra mišrūs, apimantys tiek ekonominį išlikimą, tiek saviraiškos poreikį, kaip dažnai akcentuojama moterų verslumo tyrimuose (GEM, 2022).

Analizė parodė, kad vyresnio amžiaus moterys verslą dažniausiai pradėjo vedamos vidinių motyvų, tokių kaip savirealizacijos troškimas, noras likti aktyvioms, panaudoti sukauptas žinias. Kai kurios informantės nurodė, kad verslo kūrimas buvo reakcija į išorines aplinkybes, pavyzdžiui, darbo praradimą ar diskriminaciją.

3.2.2 Verslo kūrimo iššūkiai

Kaip rodo atlikto tyrimo rezultatai, vyresnio amžiaus moterys verslo kūrimo etape susiduria su įvairiomis problemomis ir kliūtimis. Informantėms buvo užduotas klausimas, su kokiomis problemomis jos susidūrė pradėdamos savo verslą. Gauti duomenys leido išskirti pagrindinius iššūkius, kurie išskaidomi į penkias subkategorijas: žinių trūkumas, darbuotojų/tiekėjų/klientų paieška, finansų trūkumas, kritika ir konkurencija, taip pat dalies informančių teigė nesusidūrusios su kliūtimis. Rezultatai pateikiami 6 lentelėje.

6 lentelė

Iššūkiai kuriant verslą

Kategorija	Subkategorijos	Analitiniai vienetai
Iššūkiai	Žinių trūkumas	„Nemokėjau net deklaracijos užpildyti, tai gerai, kad vaikai užpildė“ (I8). „Labai daug skaičiau, internete, visokiuose forumuose, daug padėjo draugė <...>. Bet pati viena – niekaip“ (I9). „Yra daug projektų, programų, bet vis pamatydavau per vėlai“ (I7).
	Psichologiniai barjerai (baimė pradėti verslą)	„nebuvo tikra ar pasiseks“ (I7). „(aut.past. prieš pradedant verslą) ilgai nemiegojau, vis galvojau, svarsčiau ar verta“ (I9).
	Darbuotojų, partnerių, klientų paieška	„Iš pradžių buvo sunku, bet turėjau klientus iš seniau, kuriems nesvarbu iš kurios darbovietės mokau anglų kalbos“ (I1).

	Finansų trūkumas	„Iškilo klausimas – o ką aš darysiu jei neuždirbsiu tiek, kad save išlaikyčiau ir dar patalpas, mokesčius sumokėčiau“ (I2). „Pradžiai skolinausi iš brolio. Tada bandžiau gauti paramą iš NMA“ (I6).
	Kritika ir negatyvus požiūris	„Buvo sunku gauti reikiamą informaciją dėl finansų tvarkymo iš moters konsultantės“ (I1). „Šeima palaikė, giminės – tai nelabai, vis sakė, kad kas čia mano bus“ (I2).
	Konkurencija	„Savo feisbuko puslapį esu „užprivatinusi“, kad bendradarbiai nepasakytų vadovui“ (I1). „Daug konkurentų, juk kaimiškas kraštas“ (I7).

Pagrindinis iššūkis daugeliui informančių buvo finansų trūkumas. Kaip atskleidžia tyrimo duomenys ir literatūros analizė, vyresnio amžiaus moterys verslo kūrimo metu dažnai susiduria su finansiniais iššūkiais, kuriuos lemia pvz., ribotos santaupos ir išankstinis bankų nusistatymas prieš vyresnio amžiaus pareiškėjus ar stereotipinis požiūris į jų verslo potencialą. Šiuos aspektus atspindi tyrimo dalyvių pasakojimai apie sudėtingas derybas su finansinėmis institucijomis bei būtinybę pasitelkti asmenines santaupas ar šeimos narių paramą verslo pradžiai. Tai leidžia teigti, jog amžius gali tapti reikšmingu barjeru finansavimo prieigai. Tai patvirtina ir literatūros šaltiniai – anot Maritz, Eager ir De Klerk (2021), vyresnio amžiaus moterys visais verslumo etapais susiduria su suinteresuotųjų šalių nepasitikėjimu, dėl ko jos rečiau gauna išorinį finansavimą. Tai patvirtina informančių patirtis: „parduotuvės įrengimui pasiėmiau paskolą, nedidelę, tačiau reikėjo pateikti daug dokumentų pagrindimui“ (I2), „projekto reikalavimai tokie, kad su amžiumi gali gauti vis mažiau balų“ (I7).

Baimė pradėti verslą buvo įvardyta kaip dažna kliūtis. Informantės pažymėjo, kad nuo mažens buvo ugdomas požiūris, kad „geras darbas“ yra stabilus samdomas darbas, o ne savarankiška ir rizikinga veikla. Kaip teigia Zhang T., Acs Z. (2018) nesėkmės baimė yra viena dažniausių priežasčių, kodėl žmonės nepradeda savo verslo.

Verslo idėjos neturėjimas taip pat įvardijamas kaip kritinis veiksnys kodėl nedrįstama pradėti kurti nuosavą verslą ar net verslo nesėkmę. Idėja – tai starto taškas, nuo kurio priklauso tolimesnis verslo vystymasis. „tai mano svajonė, kurią ilgai svarsčiau, lyginau su kitais, galų gale išsikėliau tikslą ir jo siekiu“ (I5).

Dar vienas svarbus faktorius – galimybių sumenkinimas dėl amžiaus. Informantės patyrė nusivylimą kai amžius lėmė mažesnes galimybes ne tik gauti papildomą finansavimą, bet konkuruoti su jaunesniais verslininkais. Didžioji dalis informančių nesijaučia stiprios reklamuojant savo verslo produktus socialiniuose tinkluose, nesijaučia pakankamai

kompetentingos, yra mažiau įgudusios naudotis naujomis technologijomis, todėl „feisbuką valdo dukra, ji ten moka geriau, žino kada įkelti nuotraukas, atrašo klientams“ (I7).

Nepaisant identifikuotų sunkumų, viena informantė nurodė, kad reikšmingų problemų neturėjo „Viskas buvo gerai, kai myli savo darbą, tai sunkumų nėra“ (I5). Tokį atsakymą galima sieti su palankiomis aplinkybėmis, tokios kaip ankstesnė profesinė patirtis, palaikymas, aiškus planas, jau turimas klientų tinklas, kurie dalinasi rekomendacijomis ir asmeniai būdo bei charakterio bruožai.

Apibendrinant, empirinio tyrimo rezultatai atskleidžia daugialypes problemas, su kuriomis susiduria vyresnio amžiaus moterys verslo kūrimo metu. Šios problemos atitinka literatūroje identifikuotas kliūtis – tiek individualaus, tiek sisteminio pobūdžio. Nepaisant to, tyrimas taip pat atskleidė, kad tinkamos asmeninės savybės, palaikymas iš artimos aplinkos bei visuomenės ir pozityvi ankstesnė patirtis gali žymiai palengvinti verslo kūrimo procesą.

Interviu metu informantės įvardijo įvairius sunkumus: finansavimo galimybių stoką, bankų nenorą suteikti paskolas vyresnio amžiaus žmonėms, technologinius barjerus – ypač susijusius su skaitmeninėmis priemonėmis ir rinkodara socialiniuose tinkluose. Daugelis moterų nurodė, kad teko mokytis savarankiškai, dažnai remtis vaikų ar draugų pagalba.

Socialiniai ir kultūriniai stereotipai sudarė papildomas kliūtis. Informantės pabrėžė, kad visuomenėje dažnai abejojama vyresnio amžiaus moterų verslumo potencialu, joms tenka įveikti išankstines nuostatas apie amžių, energiją, gebėjimą prisitaikyti prie naujų sąlygų. Tokiame kontekste labai svarbi tapo emocinė stiprybė, palaikymas, tikėjimas savo idėja ir atkaklumas.

3.2.3 Verslo sėkmė

Dauguma informančių sėkmę supranta ne vien per pajamas ar augimą, bet kaip vidinį pasitenkinimą ir galimybę realizuoti save. Maritz, Eager ir de Klerk (2021) pažymi, kad vyresnių verslininkų sėkmės vertinimas dažnai grįstas subjektyviais kriterijais – asmenine gerove, socialiniu vertinimu ir gyvenimo prasmės reikšmingumu: „man patinka padėti“ (I1), „džiaugiuosi, kad įrodžiau ir sau, ir kitiems, kad galiu kažką daryti“ (I7).

Iš informančių atsakymų galima išskirti sėkmę lėmusius faktorius:

1. Turimos žinios ir įgūdžiai;
2. Asmeninių būdo ir charakterio savybės;
3. Šeimos ir aplinkos palaikymas;
4. Finansinė grąža.

7 lentelė

Sėkmės faktoriai

Kategorija	Subkategorijos	Analitiniai vienetai
Sėkmės faktoriai	Turimos žinios ir įgūdžiai	„Turėjau žinių, reikėjo tik drąsos“ (I5).
	Asmeninės būdo ir charakterio savybės	„Neturiu laiko bijoti“ (I4). „visad sugalvodavau kaip užsidirbti“ (I7).
	Šeimos ir aplinkos palaikymas	„Gera, kad turiu palaikymą iš šeimos“ (I1). „Pas mane dirba mano dukra, tai ji daug padeda“ (I3).
	Finansinė grąža	„Užsidirbu pakankamai, tai manu, sėkmingas verslas“ (I6). „Pradėjau nuo keliasdešimt eurų prisidėjimo prie atlyginimo, dabar būna, kad užsidirbu ir du atlyginimus“ (I9).

Tiek teoriniai, tiek empiriniai tyrimai pabrėžia, kad ankstesnė profesinė patirtis ir įgytos žinios yra vienas iš stipriausių veiksnių, lemiančių verslumo sėkmę. Pasak Shane (2003), žinios leidžia atpažinti verslo galimybes, o tai yra būtina sąlyga inovatyviam verslui. Tai ypač aktualu vyresnio amžiaus verslininkėms, kurios remiasi sukaupu socialiniu bei žmogaus kapitalu.

Asmens bruožai, tokie kaip atkaklumas, pasitikėjimas savimi, lankstumas ir rizikos tolerancija yra vieni reikšmingiausių sėkmės faktorių. Ypač moterų verslumo tyrimuose pabrėžiama, kad psichologinis įgalinimas daro didelę įtaką sprendimui kurti verslą ir jį plėtoti (Hassan, Sobaih, Eishaer, 2022). Tolesnėje analizėje išskirtos informančių asmeninės savybės, padėjusios įveikti iššūkius: atkaklumas, atsakomybė, gebėjimas prisitaikyti, pasitikėjimas savimi. Keli atvejai parodė, kad moterys iš pradžių dvejojo dėl savo kompetencijų, bet sulaukusios pirmų teigiamų rezultatų įgavo drąsos ir ryžto toliau plėtoti veiklą.

Šeimos palaikymas (finansinis, emocinis ar logistinis) turi tiesioginį poveikį moters gebėjimui išlaikyti ir vystyti verslą, ypač kai tenka derinti darbo ir asmeninio gyvenimo vaidmenis. Tačiau net ir šiais atvejais moterys dažnai pabrėždavo, kad pradžioje jautėsi vienišos, sprendimus teko priimti savarankiškai. Tai rodo, kad moterų verslumo paramos infrastruktūra Lietuvoje vis dar neišplėtotą ir reikalauja daugiau tikslinių programų.

Sėkmės matavimas per pajamų augimą, pelningumą ar finansinę nepriklausomybę vis dar išlieka vienas iš svarbiausių vertinimo kriterijų, ypač tarp mažų individualių verslų kūrėjų (Malesu M. L., Syrovatka P., 2025). Finansinė grąža yra ne tik motyvacinis veiksnys, bet ir praktinis sėkmės indikatorius.

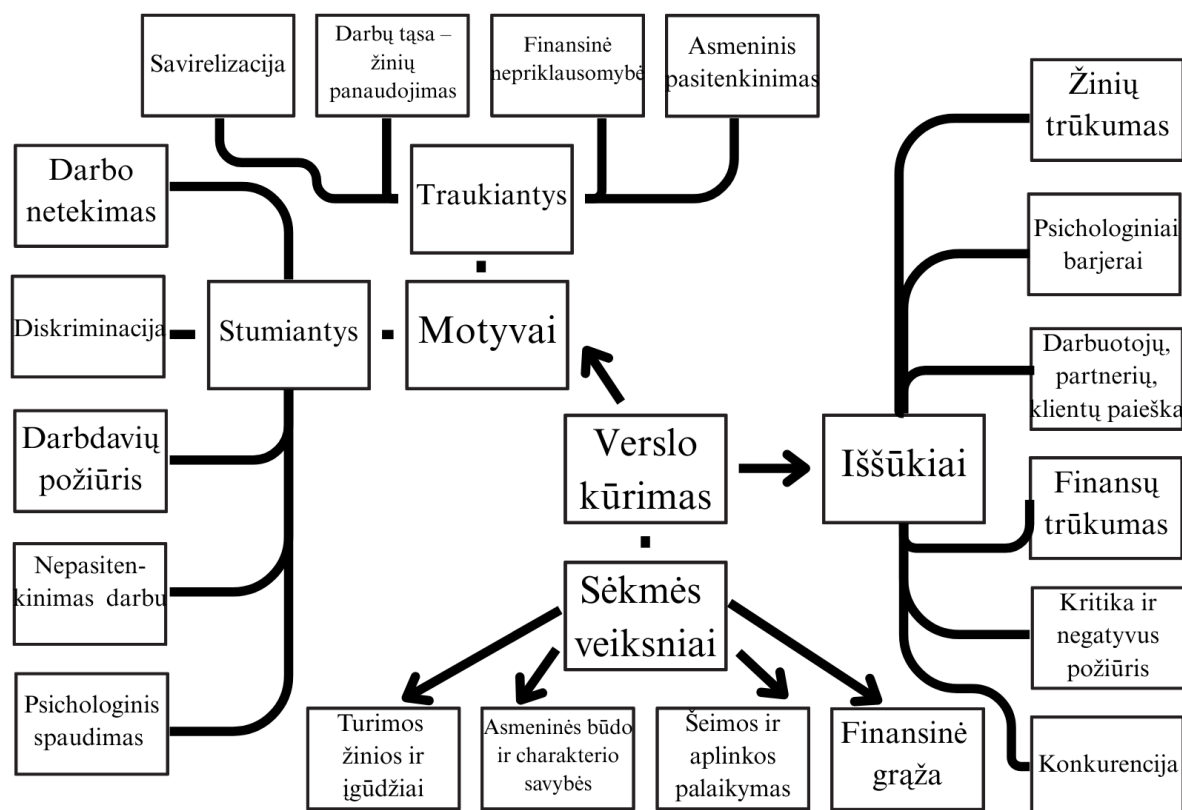
Turinio analizė taip pat leido išskirti simbolinius ir kultūrinius aspektus: kai kurios moterys savo verslą siejo su gyvenimo ciklo pokyčiais (vaikų išėjimu, pensija), interpretavo verslą kaip

naują savirealizacijos etapą, kuris nepriklauso nuo amžiaus. Tai patvirtina, kad verslumas gali būti viena iš socialinio įgalinimo formų.

3.3. Tyrimo rezultatų aptarimas

9 paveikslas

Tyrimo rezultatus apibendrinanti schema



Empiriniai duomenys patvirtina ir išplečia teorinėje dalyje pristatytus modelius, atskleidžiant, kaip motyvų ir barjerų derinys veikia vyresnių moterų verslumą Lietuvoje. Stumiančių ir traukiančių motyvų teorija (GEM 2022) numato, jog verslo sprendimus lemia tiek traukiančios „galimybių“ jėgos, tiek stumiančios „būtinybės“ jėgos. Tyrimo dalyvės atspindi abi puses: neretai verslą informantės pradėjo reaguodamos į darbo rinkos atstūmimą – pavyzdžiui, patirtą diskriminaciją, bet kartu siekė galimybės realizuoti sukaupą patirtį ir įgūdžius, priimti savarankiškus sprendimus bei užsitikrinti finansinę nepriklausomybę. Tokia motyvų struktūra leidžia patvirtinti, kad vyresnių moterų verslumo sutampa su tarptautinėje literatūroje apibrėžta stumiančių ir traukiančių motyvų teorija.

Tyrimo duomenys taip pat parodė, jog barjerai – finansavimo ribotumas, naujų technologijų žinių spragos, amžiaus diskriminacija ir socialiniai stereotipai – ne tik egzistuoja

teoriniuose aprašymuose (Maritz ir kt. 2020), bet ir praktiškai veikia vyresnio mažiau moterų verslumo plėtrą. Informantės stengiasi perprasti skaitmeninius įrankius ir paneigti stereotipus, kuriuos išreiškė tiek verslo partneriai, tiek aplinkiniai. Tačiau šie barjerai yra daugiau nei pavieniai atsitiktiniai sunkumai – jie vyrauja vyresnių moterų socialiniame kontekste ir formuoja verslo sprendimus.

Empiriniai duomenys patvirtina, kad moterys savo ankstesnę profesinę patirtį vertino kaip pagrindinį konkurencinį pranašumą, o šalia to — asmenines savybes (atkaklumą, kūrybiškumą, norą rizikuoti). Be to, šeimos narių ir vietos bendruomenės parama pasirodė esanti ne tik emociškai, bet ir praktiškai reikšminga. Galiausiai, dalyvių sėkmės suvokimas – apibrėžiamas ne tik kaip pelno augimas, bet ir kaip sklandus kasdienis verslo procesas bei vidinis pasitenkinimas – praplečia tradicinę ekonominę sėkmės paradigmos ribą ir patvirtina holistinį požiūrį.

Apibendrinant, tyrimas ne tik patvirtina teorinius motyvų ir barjerų modelius, bet ir juos praturtina konkrečiais Lietuvos konteksto duomenimis. Analizė atskleidžia, kad vyresnių moterų verslumas yra daugialypis reiškinys, apimantis tiek vidinius, asmeninius, tiek išorinius – aplinkos veiksnius. Šie rezultatai pabrėžia, jog vyresnių moterų verslumo skatinimas turi būti orientuotas: į strateginę sistemos paramą (finansavimą, skaitmeninių įgūdžių ugdymą) ir į psichosocialinį įgalinimą (mentorystę, stereotipų mažinimą, bendruomenių tinklų stiprinimą). Tai padėtų vyresnio amžiaus moterims sėkmingai kurti ir plėtoti savo verslus.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

1. Verslininko sąvoka aiškinimas yra painus, tačiau pažvelgus plačiai, galima pasakyti, kad verslininkas yra tas, kuris sugeba idėjas paversti veiksmais. Verslininkai gali būti skirstomi į įvairias grupes, priklausomai nuo tikslo, verslo charakteristikų. Tačiau galima sutikti su verslininkų skirstymu kai verslas kuriamas iš būtinybės ir kai kuriamas dėl galimybių. Tokių verslininkų tipus lengviau atpažinti per motyvus kuriant nuosavą verslą. Tad verslininkas iš būtinybės turės stumiančius motyvus, verslininkas dėl galimybių dažniau turės traukiančius motyvus. Stūmimo ir traukimo veiksniams įtakos turi šeši kriterijai: išsilavinimas, mokymas, įgūdžiai, patirtis, palaikymas (motyvacija) ir žinios, kuriuos galima skirstyti į dar smulkesnes kategorijas. Kalbant plačiau apie moterų verslumą galima pastebėti įgalinimo svarbą, pagrindinės įgalinimo dimensijos yra socialinis, politinis, ekonominis ir teisinis įgalinimas. Trūkstant vyresnių moterų įgalinimo, verslininkės gali susidurti su iššūkiais kuriant nuosavą verslą. Iššūkius galima suskirstyti į kelias kategorijas: vadybos barjerus, administracinius barjerus, konkurencinius barjerus, finansinius barjerus, teisinius barjerus, visuomenės barjerus, infrastruktūrinius barjerus, elgesio barjerus. Išanalizavus mokslinę literatūrą ir kitus duomenis galima sukurti vyresnių moterų kuriant nuosavą verslą motyvų ir iššūkių modelį.

2. Remiantis tyrimo rezultatais, galima pateikti kelias pagrindines išvadas, kurios padeda išsamiau suprasti vyresnio amžiaus moterų verslumo motyvus ir iššūkius kuriant nuosavą verslą: Motyvacija kurti verslą vyresniame amžiuje dažniausiai kyla iš traukos veiksnių. Dauguma tiriamųjų nurodė, kad sprendimą pradėti verslą lėmė noras realizuoti save, likti aktyvioms po profesinio gyvenimo arba įprasto darbo etapo, taip pat siekis pritaikyti sukauptą patirtį. Tokios motyvacijos formos patvirtina stūmimo/traukos modelio tinkamumą, kur motyvai siejasi su savęs įprasminimu ir socialiniu aktyvumu.

3. Pastebėta, kad stūmimo veiksniai taip pat daro reikšmingą įtaką verslumo sprendimui. Kai kurios informantės pabrėžė, kad verslą pradėjo netekusios darbo, patyrusios diskriminaciją dėl amžiaus. Ši išvada atskleidžia, kad vyresnio amžiaus moterys neretai verslumą pasirenka kaip adaptacijos arba išgyvenimo strategiją, kai darbo rinka jų nepriima.

4. Verslo kūrimo iššūkiai buvo įvairialypiai. Didžiausią įtaką darė ribotas finansavimas – informantės susidūrė su sunkumais gaunant paskolas, trūko finansinės pagalbos pradžioje. Technologinių įgūdžių stoka taip pat pasirodė esanti reikšminga kliūtis, ypač siekiant vystyti verslą šiuolaikinėje skaitmeninėje erdvėje. Be to, vyresnio amžiaus moterys susidūrė su visuomenės požiūriu ir stereotipais, kurie mažina jų pasitikėjimą savimi.

5. Sėkmės samprata tiriamųjų tarpe buvo daugiausia orientuota į vidinius veiksnus. Nors kai kurios informantės įvardijo finansinę grąžą, dauguma labiau akcentavo galimybę daryti tai, kas patinka, būti savarankiškomis, turėti lankstų darbo grafiką ir teigiamą klientų vertinimą. Šios išvalgos leidžia daryti prielaidą, kad vyresnių moterų verslumo sėkmė dažniau suvokiama per psichologinę ir socialinę prizmę nei per finansinius rodiklius.

6. Sėkmingo verslo veiksniai buvo susiję su asmeninėmis savybėmis: atkaklumu, drąsa, atsakomybe, gebėjimu prisiimti riziką ir pasitikėjimu savimi. Dauguma informančių pabrėžė, kad be artimųjų ar šeimos palaikymo jos nebūtų galėjusios tęsti veiklos. Taip pat akcentuota ankstesnio profesinio gyvenimo įtaka – turėtos žinios ir patirtis leido sėkmingiau pereiti į verslumą.

Šio tyrimo rezultatai atskleidžia, kad vyresnio amžiaus moterų verslumas Lietuvoje vis dar yra problematiškas. Informančių patirtys rodo, kad jų poreikiai yra specifiniai ir dažnai nepatenkinami standartinėmis verslumo skatinimo priemonėmis. Tai rodo būtinybę formuoti specializuotą politiką, orientuotą į šios grupės verslo plėtros galimybes. Atsižvelgiant į gautus tyrimo rezultatus pateikiamos rekomendacijos:

1. Politikos formuotojams:

1.1 Sukurti specializuotas finansinės paramos priemones vyresnio amžiaus verslininkėms, pavyzdžiui: lengvatinės paskolos, subsidijuojamos konsultacijos.

1.2 Vystyti viešosios politikos priemones, kurios mažina diskriminaciją pagal amžių, pavyzdžiui, numatyti paskatas įmonėms bendradarbiauti su vyresnėmis verslininkėmis.

2. Verslumo skatinimo organizacijoms:

2.1 Kurti mentorystės programas, kuriose vyresnės moterys galėtų dalintis patirtimi tarpusavyje ir su jaunesnėmis verslininkėmis.

2.2 Organizuoti mokymus, orientuotus į technologinius įgūdžius ir skaitmeninio verslo pagrindus, adaptuotus vyresnio amžiaus grupėms.

3. Švietimo ir žiniasklaidos sektoriui:

3.1 Skatinti pozityvią žiniasklaidos komunikaciją apie vyresnio amžiaus moterų verslumą, pateikiant daugiau sėkmingų pavyzdžių istorijų.

3.2 Suteikti galimybę vyresnio amžiaus moterims mokytis finansinio raštingumo.

3.3 Įtraukti verslumo temas į neformaliojo švietimo programas vyresnio amžiaus grupėms, akcentuojant ne tik ekonominę, bet ir socialinę naudą.

4. Tyrėjams:

4.1 Atlikti platesnės imties tyrimus, naudojant kiekybinius metodus, siekiant identifikuoti statistiškai reikšmingas tendencijas.

4.2 Išplėtoti stūmimo ir traukos veiksnių teorinį modelį Lietuvos socialinio ir kultūrinio konteksto pagrindu, įtraukiant lyties ir amžiaus analizę.

Apibendrinant galima teigti, kad vyresnio amžiaus moterų verslumas yra svarbi, tačiau vis dar nepakankamai išnaudojama socialinė ir ekonominė niša, kuriai reikia tikslingų priemonių, akademinio dėmesio ir ilgalaikių politinių sprendimų.

LITERATŪRA IR ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

- Azoulay P., Jones B. F., Kim J. D., Miranda J. (2020). *Age and high-growth entrepreneurship*. Žiūrėta 2023-06-27. Prieiga internetu: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/aeri.20180582>
- Bae T. J., Qian S., Miao C., ir Fiet J. O. (2014). *The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254. Žiūrėta 2023-05-24. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/259623606_The_Relationship_between_Entrepreneurship_Education_and_Entrepreneurial_Intentions_A_Meta-Analytic_Review
- Bento P., Shao L., Sohail F. (2021). *Gender Gaps in Time Use and Entrepreneurship*. Žiūrėta 2023-08-15. Prieiga internetu: <https://steg.cepr.org/sites/default/files/2021-09/Faisal%20Sohail%20Paper.pdf>
- Bitinas B, Rupšienė L, Žydzūnaitė V. (2008). *Kokybinių tyrimų metodologija*. Vadovėlis vadybos ir administravimo studentams. Klaipėda: S. Jokudžio leidykla-spaustuvė.
- Briege SA, Bāro A, Criaco G, Terjesen SA. *Entrepreneurs' age, institutions, and social value creation goals: A multi-country study*. Žiūrėta 2023-06-07. Prieiga internetu: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-020-00317-z#Sec2>
- Bohlmann C, Rauch A, Zacher H. (2017) *A lifespan perspective on entrepreneurship: Perceived opportunities and skills explain the negative association between age and entrepreneurial activity*. Žiūrėta 2023-08-15. Prieiga internetu: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1038416220978971>
- Caedella G. M., Hernandez-Sanchez B. R., Sanchez-Garcia J. C. (2020). *Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature*. Žiūrėta 2023-06-07. Prieiga internetu: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01557/full>
- Chase JP M. ir kt. (2014). *Gender, age, and small business financial outcomes*. 2014. Žiūrėta 2023-06-07. Prieiga internetu: <https://www.jporganchase.com/corporate/institute/document/institute-report-small-business-financial-outcomes.pdf>

- Choi-Allum L. (2023). *Older Women Entrepreneurs Are Driven by Want Rather Than Need*. Žiūrėta 2025-03-11. Prieiga internetu: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10737094/>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., Poth Ch. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Croson, D., & Minniti, M. (2012). *Slipping the surly bonds: The value of autonomy in self-employment*. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 355–365 psl.
- Cohen, L., Manion, L., Morrison K. (2007). *Research Methods in Education*. London: Routledge.
- Etikan, I., Alkassim, R. S., Abubakar, S. (2016). Snowball Sampling: A Non-Probability Sampling Technique. *International Journal of Social Sciences and Humanities Research*, 227–233 psl.
- European Commission (2020). *Social enterprises and their ecosystems in Europe*. Žiūrėta 2023-05-24. Prieiga internetu: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081>
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. London: SAGE Publications.
- Gaižauskaitė I., Valavičienė N. (2016). Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu. Žiūrėta 2024-04-18. Prieiga internetu: <https://cris.mruni.eu/server/api/core/bitstreams/6bc9b0c7-425b-4420-a2cd-e6ec2d12736a/content>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/22. Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity*. London: GEM, 24 psl.
- Gielnik M. M., Zacher H., Wang M. (2018). Age in the Entrepreneurial Process: The Role of Future Time Perspective and Prior Entrepreneurial Experience. Žiūrėta 2023-09-02. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/324201205_Age_in_the_Entrepreneurial_Process_The_Role_of_Future_Time_Perspective_and_Prior_Entrepreneurial_Experience
- Guest, G., Bunce, A., Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability*. *Field Methods*, 18(1), 59–82. Žiūrėta: 2025-05-12. Prieiga internetu: <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Hassan O., Sobaih A. E., Eishaer I. (2022). *The Impact of Women's Empowerment on Their*

- Entrepreneurship Intention in the Saudi Food Industry*. Žiūrėta 2023-06-27. Prieiga internetu: <https://www.mdpi.com/1911-8074/15/12/571>
- Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
- Kautonen T., Down S., Minniti M., 2013. *Ageing and entrepreneurial preferences*. Žiūrėta 2023-06-25. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/236902847_Ageing_and_Entrepreneurial_Preferences#pdf
- Kelley, D., Bosma, N., & Amorós, J. E. (2010). *Global entrepreneurship monitor 2010 global report*. Wellesley: Babson College.
- Kenny B., Rossiter I. (2018). *Transitioning from unemployment to self-employment for over 50s*. Žiūrėta 2023-06-27. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/345683228_Transitioning_from_unemployment_to_self-employment_for_over_50s
- Malesu M. L., Syrovatka P. (2025). *Critical success factors for small and medium sized businesses: a PRISMA-based systematic review*. Žiūrėta 2025-05-23. Prieiga internetu: <https://fbj.springeropen.com/articles/10.1186/s43093-025-00458-1>
- Kvale, S., Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. London: SAGE Publications.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Žiūrėta: 2025-05-11. Prieiga internetu: <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/39517>
- Maritz A., Eager B. (2017). *Senior entrepreneurship themes: An Australian perspective*. Žiūrėta 2023-07-20. Prieiga internetu: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=1ccb4895-e44e-460b-8668-60fb20c2b6d4%40redis>
- Maritz A. (2019). Senior entrepreneurship perspectives in Australia. Iš M. Backman, C. Karlsson, & C. Kekezi (Eds.), *Handbook of research on entrepreneurship and aging*. Edward Elgar Publishing, 352 – 369 psl. Žiūrėta 2023-06-29. Prieiga internetu: <https://doi.org/10.4337/9781788116213>
- Maritz A., Perenyi A., de Waal G., Buck C. (2020). *Entrepreneurship as the unsung hero during*

- the current COVID-19 economic crisis: Australian perspectives. Žiūrēta 2023-06-27. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/342043380_Entrepreneurship_as_the_Unsung_Hero_during_the_Current_COVID-19_Economic_Crisis_Australian_Perspectives
- Maritz A., Eager B., De Klerk S. (2021). *Entrepreneurship and self-employment for mature-aged people*. Žiūrēta 2023-06-27. Prieiga internetu: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1038416220978971>
- Matroushi H., Jabeen F., Matloub A. ir Tehsin M. (2020), „Push and pull model of women entrepreneurship: empirical evidence from the UAE“, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 11 No. 3, psl. 588-609. Žiūrēta 2023-06-29. Prieiga internetu: <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2017-0020>
- Mažuolienė J. (2020). *Moteryų antreprenerystės formavimasis lyčių lygybės politikos kontekste*. Žiūrēta 2023-06-27. Prieiga internetu: <https://vpa.ktu.lt/index.php/PPA/article/view/25126>
- Meliou E., Mallet O. (2022), *Negotiating Gendered Ageing: Intersectional Reflexivity and Experiences of Incongruity of Self-Employed Older Women*. Žiūrēta 2025-03-11. Prieiga internetu: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0950017021994489>
- Noy, C. (2008). Sampling Knowledge: The Hermeneutics of Snowball Sampling in Qualitative Research. *International Journal of Social Research Methodology*, 327–344 psl.
- Oladipo O., Platt K., Shim H. S. (2023). *Female entrepreneurs managing from home*. Žiūrēta 2023-08-09. Prieiga internetu: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-022-00713-7>
- Reynolds, P. D., Bosma, N. S., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I. ir kt. (2005). *Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231 psl.
- Sulikashvili, N., Kizaba, G., & Assaidi, A. (2021). Motivations and barriers of entrepreneurs in Moscow and the Moscow region. *Business: Theory and Practice*, 22(2), 256-266 psl. Žiūrēta 2023-08-14. Prieiga internetu: <https://doi.org/10.3846/btp.2021.13112>
- Shane S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship: The Individual–Opportunity Nexus. *International Small Business Journal*. SAGE Publications, 206-216 psl.
- Thurik, R., Hartog C., Stam E., & van Stel A. (2011) *Ambitious Entrepreneurship and Macro-*

Economic Growth. Iš: M.Minniti (Ed.) *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from GEM Data*, Oxford University Press, 11-30 psl.

Tvarijonavicius M., Bagdžiūnienė D. (2013). *Darbuotojų psichologinis įgalinimas: lietuviškojo tyrimo metodo psichometrinės charakteristikos*. Žiūrėta 2023-08-14. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/330697770_DARBUOTOJU_PSICHOLOGINIS_IGALINIMAS_LIETUVISKOJO_TYRIMO_METODO_PSICHOMETRINES_CHARACTERISTIKOS

Urzelai B., Caple L., Watkins S. (2023). Female Entrepreneurs' Motivations, Intentions and Barriers in Higher Education: A Case Study from Team Academy Bristol. Žiūrėta 2023-08-16. Prieiga internetu: https://www.researchgate.net/publication/370750299_Female_Entrepreneurs'_Motivations_Intentions_and_Barriers_in_Higher_Education_A_Case_Study_from_Team_Academy_Bristol

Wu J., Li Y., Zhang D. (2019). Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. Žiūrėta 2023-08-10. Prieiga internetu: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-019-00570-z#Sec13>

Zhang T., Acs Z. (2018). *Age and entrepreneurship: nuances from entrepreneur types and generation effects*. Žiūrėta 2023-08-09. Prieiga internetu: <https://www.jstor.org/stable/45107048>

Zhang T. (2019). *Eight types of "baby boomer" entrepreneurs*. Žiūrėta 2023-08-14. Prieiga internetu: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1038416218810220#fig1-1038416218810220>

VYRESNIO AMŽIAUS MOTERŲ MOTYVAI IR IŠŠŪKIAI KURTI NUOSAVĄ VERSLĄ

Inga Basevičiūtė

Magistro baigiamasis darbas

Verslo vystymo programa

Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas

Darbo vadovė – doc. Dr. E. Vaignienė

Vilnius, 2025

SANTRAUKA

46 puslapiai, 7 lentelės, 9 paveikslai, 46 literatūros šaltiniai.

Šio magistro darbo tikslas – išanalizuoti motyvus, iššūkius ir sėkmės veiksnius, būdingus vyresnio amžiaus (55 m. ir vyresnėms) moterims, kurios Lietuvoje pradėjo savo verslą. Darbą sudaro trys pagrindinės dalys: literatūros analizė, tyrimas, grindžiamas giluminiais interviu ir jo rezultatai, išvados ir rekomendacijos.

Darbe pateikiama teorinė apžvalga, kurioje remiamasi stumiančių ir traukiančių motyvų teorija ir lyčių aspektus nagrinėjančiais verslumo tyrimais, bei empirinis tyrimas, paremtas dešimčia atliktų giluminių interviu. Interviu įrašai transkribuoti pažodžiui ir analizuoti indukcinės kokybinės turinio analizės metodu.

Rezultatai atskleidė, kad dauguma dalyvių verslą rinkosi siekdamos finansinės nepriklausomybės arba dėl darbo rinkos ribojimų, atitinkant „praturtėjimo“ ir „būtinybės“ kategorijas pagal traukiančių ir stumiančių veiksnių modelį. Nei viena moteris neįvardijo šeimos verslo tęstinumo motyvo. Pagrindiniai kliūčių veiksniai buvo ribotas prieinamumas prie kapitalo, technologinių įgūdžių spragos ir amžiaus diskriminacija. Svarbiausi sėkmės veiksniai – ankstesnės žinios ir įgūdžiai, asmeninės savybės ir saviraiška, palaikymo tinklai bei apčiuopiami finansiniai rezultatai. Sėkmė vertinta tiek per sklandų verslo veikimą, tiek per vidinį pasitenkinimą.

Tyrimas parodė, kad vyresnių moterų verslumui Lietuvoje stiprinti būtinos specializuotos finansinės priemonės, individualizuota mentorystė ir skaitmeninių įgūdžių mokymai, kartu su viešosiomis kampanijomis stereotipams paneigti.

MOTIVATIONS AND CHALLENGES OF OLDER WOMEN IN CREATING THEIR OWN BUSINESS

Inga Basevičiūtė

Master thesis

Business development master study programme

Vilnius University, Faculty of Economics and Business Administration

Supervisor – assoc. prof. E. Vaiginienė

Vilnius, 2025

SUMMARY

46 pages, 7 charts, 9 pictures, 46 references.

The aim of this master's thesis is to analyze the motivations, challenges and success factors of older women (aged 55 and over) who have started their own businesses in Lithuania. The work consists of three main parts: literature analysis, research and its results, conclusions and recommendations.

It combines a theoretical review—drawing on push–pull theory, and gendered entrepreneurship research—and an empirical study based on ten in-depth interviews. Data were transcribed verbatim and analyzed through inductive qualitative content analysis.

Findings show that most participants were driven by financial independence or labor-market exclusion, aligning with GEM's “enrichment” and “necessity” categories. Major obstacles included limited access to capital, technological skills gaps, and age discrimination. Key success factors encompassed prior knowledge and skills, personal resilience and self-expression, supportive networks, and measurable financial returns. Participants defined success by both smooth operations and intrinsic satisfaction.

The study concludes that enhancing older women's entrepreneurship requires targeted financial instruments, tailored mentoring, and digital-skills training, alongside public campaigns to challenge stereotypes. Future quantitative research should validate these insights and explore how gender–age intersections shape entrepreneurial choices.

Giluminio interviu klausimynas:

Vardas Pavardė	Verslo apibūdinimas (verslo šaka, verslo vystymo trukmė, verslo dydis)	Klausimo tikslas
		Identifikuoti informantą
Pagrindiniai klausimai	Papildomi klausimai	
Papasakokite kaip ir kodėl įvyko apsisprendimas kurti nuosavą verslą?	Kiek metų darbo patirties turite? Kuo dirbote ankstesniame darbe? Ar jūsų šeimos nariai turi/turėjo nuosavą verslą? Koks tai verslas? Papasakokite apie savo ankstesnį darbą – kokie aspektai ten Jus (ne)tenkino? Kodėl nusprendėte kurti verslą? Kokią įtaką Jūsų sprendimui turėjo artimųjų, draugų ar kolegų palaikymas? Kaip reagavo aplinka, kai nusprendėte pradėti verslą?	Identifikuoti apsisprendimo veiksniai.
Kokie motyvai ir elgesys skatina kurti nuosavą verslą vyresniame amžiuje?	Kas paskatino Jūsų verslumą? Kaip jautėtės pradėdama savo verslą? Kokios asmeninės savybės padėjo kurti verslą? Kokios išorinės skatinimo priemonės motyvavo? Kas padėjo kurti verslą?	Išsiaiškinti motyvuojančius veiksniai.

	Kaip pasikeitė Jūsų savivertė ar savęs suvokimas pradėjus verslą? Kaip didintumėte vyresnių moterų įsitraukimą į verslą?	
Kaip iššūkiai ir visuomenės normos trukdo vyresnio amžiaus moterims kurti nuosavą verslą?	Su kokiais iššūkiais teko susidurti kuriant verslą vyresniame amžiuje? Ar buvo momentų, kai galvojote viską mesti? Kas padėjo to išvengti? Kas labiausiai demotyvavo pradėti verslą? Kaip sprendėte problemas ar nesėkmes, su kuriomis susidūrėte? Kaip dabar reaguotumėte į buvusius iššūkius?	Išsiaiškinti ribojančius veiksnius.
Kaip motyvai pradėti nuosavą verslą daro įtaką verslo sėkmei?	Kas Jums asmeniškai reiškia sėkmingas verslas? Ar laikote savo verslą sėkmingu? Kodėl? Ką rekomenduotumėte daryti norint sėkmingai pradėti verslą? Į ką svarbu atsižvelgti planuojant kurti nuosavą verslą?	Suprasti verslo sėkmės ir motyvų ryšį.