Профессиональный опыт и образование основателей российских инновационных стартапов с позиции управления знаниями





В. Г. Беляков,
к. ю. н., доцент
belyakov_vg@mail.ru

Е. А. Заздравных,
преподаватель
evgeniy.zazdravnyh@mail.ru

Департамент менеджмента, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

Исследования проблем развития инновационного предпринимательства не всегда уделяют достаточное внимание уровню подготовки предпринимателей-инноваторов, необходимому для самостоятельного построения и развития бизнеса. С целью выявления дополнительных управленческих и инноваторских компетенций, необходимых для дальнейшего развития создаваемых инновационных предприятий, проведено исследование, которое базируется на обобщении профессионального и образовательного профилей российских основателей стартапов. Для этого было собрано 92 резюме предпринимателей, на основе которых обобщалась полученная информация. Результаты показали, что большинство из этих предпринимателей работают в сфере информационных технологий, обладают высшим образованием в области информационных технологий или математики и имеют опыт работы по найму в крупных компаниях, в том числе на руководящих позициях. Незначительная их часть получала знания в области управления инновационной фирмой, лишь только треть имеет степень MBA. На основе проведенного анализа делаются выводы об основных направлениях дальнейшей подготовки и переподготовки инновационных предпринимателей с позиций трансфера управленческих знаний и знаний в сфере инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновационные предприниматели; профессиональный опыт; образование; социальный капитал; управление знаниями.

Введение

В работах Арнольда Купера, получивших высокую оценку в зарубежной литературе по предпринимательству, указывалось, что носителями роста в современных экономиках становятся преимущественно малые фирмы. Существуют три основных фактора, которые могут объяснить их преимущества. Первый — высокая квалификация — наличие технологических знаний, креативность и способность видеть сущность задачи. Второй — отношение технического персонала к своей деятельности, выраженное в высокой мотивации, и третий — простая коммуникация и координация внутри фирм [15]. Указанные факторы зависят от личностных характеристик владельцев (создателей) предпринимательских структур, а также от стиля менеджмента и квалификации персонала данных фирм, которые в свою очередь влияют на экономическое развитие.

Количество малых фирм зависит от внутренних и внешних факторов, которые определяют наличие предпринимательских намерений и влияют на принятие решений о создании собственного бизнеса.

Внешние факторы — возможности и риски, оценка жизнеспособности и востребованности бизнес-модели, предпринимательская экосистема, культурные факторы.

Внутренние факторы — лидерские качества основателя, профессиональные (технические) компетенции [8]. Важную роль среди внутренних факторов, влияющих на принятие решений индивидами о создании собственного бизнеса отводится персональным характеристиками его мотивации, что обосновывается в исследовании [3]. Мотивация зависит от личности предпринимателя: его знаний, опыта, приобретенных на предыдущих местах работы, личных качеств. В исследовании, посвященном организационному управлению предприятиями ранних фаз развития [8] указывалось, что можно выделить несколько подходов к вопросу о мотивации предпринимателя к созданию собственного бизнеса. Психологический подход, при котором предпринимательские намерения являются следствием личных качеств предпринимателя. Поведенческий подход, который объясняет появление предпринимательских навыков в результате их нако-

пления в ходе жизненного опыта. В настоящее время в литературе [1, 7] преобладает смешанный подход. Не все личные качества имеют отношение к развитию инновационного предпринимательства и могут быть объектом эмпирического анализа.

Обратим внимание на образование и опыт работы предпринимателей. Обращение к указанным характеристикам представляет интерес поиска ответа на вопрос: требуется ли дополнительное образование для предпринимателя, и чему оно должно обучать? Эмпирический анализ характеристик (опыт работы и образование), которому посвящена настоящая работа, дает возможность установить приоритетные подходы к дополнительному образованию основателей бизнеса, необходимых для развития стартапов, а также описать «набор» новых управленческих и профессиональных знаний, которым важно обучать.

Создание и развитие инновационного бизнеса требует креативности, знаний и профессионального опыта. С другой стороны, создание любой бизнес-структуры требует менеджериальных (управленческих) знаний и опыта. Однако, это знания особого порядка. Предприниматель-инноватор совмещает две функции — он на начальных этапах может одновременно производить продукт или услуги, а также руководить созданным предприятием. Поэтому нужны особые управленческие и профессиональные знания. Создание стартапов и дальнейшее их развитие как инновационных предприятий определяется прежде всего, идеями, которые, по образному выражению П. Ромера есть рецепты, которые используются для трансформации вещей, чтобы создать большую ценность и богатство [11]. При этом важно уметь составлять стратегию воплощения в жизнь своих идей, чему не учат на MBA, так как такие программы развивают навыки управления в качестве наемного работника в существующих предприятиях.

Новый подход к дополнительному образованию важен для инновационной политики. Вопрос о траектории дальнейшего повышения их компетенций, содержании дополнительной подготовки применительно к инновационным предпринимателям, имеет значение и с позиций реализации отдельных положений национальной инновационной политики. Несмотря на то, что существует достаточное количество работ, нормативных документов посвященных различным аспектам государственного регулирования инновационной деятельности и государственной инновационной политике [5, 14], до сих пор нет понимая того, какие навыки необходимы, чтобы индивид смог заняться инновационным предпринимательством.

В «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р [26], в разделе V указан ряд мер, направленных на обучение инновационному предпринимательству. Важнейшими элементами такого обучения станет ориентация образовательных программ на обучение навыкам, необходимым для инновационной деятельности, включая аналитическое и критическое мышление, стремление к новому, способность к постоянному самообучению, готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, а также готовность к работе в высококонкурентной среде. В другой части этого же раздела подчеркивается необходимость стимулирования получения навыков инновационного предпринимательства посредством различных полидисциплинарных образовательных программ и проектной деятельности [27].

Для того чтобы эти меры принесли ожидаемый эффект важно и то, как их будут реализовывать. На наш взгляд, такие мероприятия должны базироваться на новом подходе к обучению и содержанию соответствующего образования. Он предполагает акцентирование внимания на повышении роли знаний для инновационных предпринимателей, что поможет им получить дополнительную экономическую выгоду, что обосновано в работах таких авторов как [6, 11, 13]. Остается не до конца понятным, как это сделать. Заметим, знания, образование предпринимателей важны для развития их предприятий, значит, они будут важны и для экономического роста, который стимулируется развитием малого и среднего предпринимательства.

Инновации и предпринимательство

Инновации представляют собой рыночную реализацию новой идеи, или, в более полном варианте, нового или улучшенного продукта, процесса, нового маркетингового метода, организационного метода в деловой практике [5].

В целях однозначного толкования термина «стартап» мы опираемся в тексте настоящей статьи на традиционное, распространенное на Западе понимание стартапа или стартап-компании (от англ. start-up — запускать). Под ним подразумевается компания с короткой историей операционной деятельности, созданная недавно и находящаяся в стадии развития или исследования перспективных рынков. Поэтому, например, у Стива Бланка стартап — временная структура, которая занимается поиском воспроизводимой, прибыльной, рентабельной бизнес-модели. Но существуют и другие подходы к стартапам, например, в России чаще всего стартап — вновь созданная организация, которая занимается разработкой новых товаров или услуг в условиях чрезвычайной неопределенности или компания, находящаяся в начальной стадии своей деятельности.

Следует подчеркнуть, что главное для стартапа — поиск масштабируемой прибыльной бизнес модели. При этом важны скорость и темп — неотъемлемые составляющие генетического кода стартапа. Темп роста финансовых показателей хорошего стартапа часто в 10 раз выше, чем у крупной компании [2]. Отсюда две важнейших характеристики стартапа: первая, решающая роль основателя, его профессиональный и образовательный уровень и, вторая, быстрая реакция на запросы потребителя, что можно сделать только при наличии гибкой системы создания, тестирования и реализации продукта. Известный специалист в области создания и функционирования стартапов Стив Бланк отмечал (подчеркивая различия между крупными

компаниями и стартапами), что первые «реализуют бизнес-модели, в которых потребители, их проблемы и желаемые характеристики продукта известны заранее, а условия функционирования стартапа диаметрально противоположны — он работает в режиме поиска, пытаясь найти воспроизводимую прибыльную бизнес модель». Поэтому размер и культура крупных компаний делают революционные инновации весьма затруднительными [2]. В работе [1] показано, что в основе различий между крупными и малыми фирмами лежат стимулы инновационной активности и риски. Крупные фирмы предпочитают избегать риски, присущие инвестированию в революционные открытия и исследования. Вместо этого они специализируются на пошаговых усовершенствованиях. Прорывные изобретения чаще всего делаются на небольших или вновь образованных предприятиях [18-20], готовых идти на риск.

Интерес исследований к стартапам как в России, так и за рубежом возник в последние десятилетия. Он во многом связан с изменениями в роли, которую стали играть малые инновационные компании в развитых экономиках. Инновационная активность в западных странах (США, Канада, страны Западной Европы) в 1960-1970-е гг. осуществлялась преимущественно в крупных компаниях. Такая ситуация была обусловлена высокой стоимостью исследований и разработок, которые не мог себе позволить малый и средний бизнес. С появлением доступных персональных компьютеров и последующим развитием информационных технологий ситуация изменилась — инновации стали чаще осуществляться среди малых фирм, количество которых начало увеличиваться. В результате, сегодня инновационная активность малых, как правило, молодых предприятий, в развитых странах не уступает крупным компаниям. Данный процесс изложен в классической за рубежом работе Золтана Акса и Дэвида Одриша [18-20].

Если мы обратимся к отечественным данным, то выясняется, что инновационная активность в России до сих пор сосредоточена в крупных компаниях и слабо распространяется на малый и средний бизнес. В статистическом сборнике НИУ ВШЭ «Индикаторы инновационной деятельности-2016» [28] показано, что среди малых предприятий, численность работников которых менее 100 человек, около 5% осуществляют технологические, организационные и управленческие инновации (рис. 1). В то же время среди крупных организаций 71,4% проводят технологические инновации, треть — управленческие и 13,5% маркетинговые. Инновационная активность растет с увеличением размера предприятия.

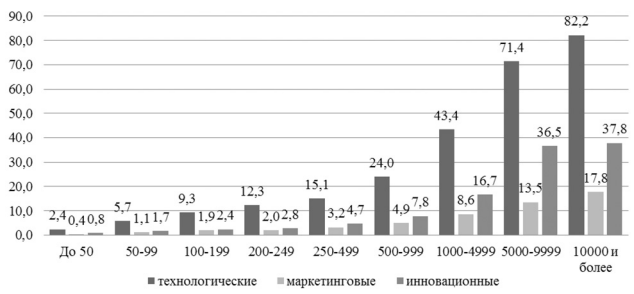


Рис. 1. Распределение инновационной активности по величине предприятий за 2014 г.

Источник: [28]

Роль трансфера знаний в развитии инновационного предприятия

В своих работах П. Друкер указывал, что в основе нововведений лежит знание, которое является не просто еще одним ресурсом того же порядка, что и традиционные факторы производства (труд, капитал и земля), а вообще единственным имеющим значение ресурсом [22]. Данный подход к знанию, как важнейшему ресурсу, приобрел еще большее значение с появлением в 1995 г. работы И. Нонаки и Х. Такеучи [9]. В ней отмечалось, что стоимость большей части продуктов и услуг в первую очередь определяется возможностью развития основанных на знании нематериальных активов, таких как технологические ноу-хау, дизайн продукции, маркетинговые исследования, внимание к клиенту, способность персонала к производительному труду и инновациям [9]. Исследования последних лет в области управления знаниями [6, 11, 13] показали, что знания и их практические применения лежат в самой основе современного экономического роста и процветания [13].

В работе Гранта, посвященной знаниевой теории фирмы автор, подчеркивая особенности явного и неявного знания[1], указывает, что основное различие между этими двумя видами знаний заключается в возможностях и механизмах их передачи (т. е. трансфера). Если для первого фундаментальным свойством является простота коммуникаций, то неявное знание можно обнаружить через его применение, его передача является медленной, дорогостоящей и ненадежной [6].

Профессиональный опыт и образование основателей стартапов: теоретический обзор

За рубежом создание стартапа требует готовности конкурировать с существующими компаниями, что подразумевает наличие профессиональных знаний и богатого отраслевого опыта. Поэтому состоявшиеся работники по найму — руководители разного уровня нередко продолжают карьеру в качестве предпринимателей. В качестве подтверждения данного тезиса приведем несколько зарубежных исследований. Анализ резюме польских предпринимателей показал, что наличие управленческого опыта и уникальных знаний способствуют развитию их предприятий [25]. Предприниматели Японии чаще осуществляют

[1] Фактически классификация Гранта (и некоторых других исследователей) знаний на явные знания («знания о»), т. е. кодифицированные, формализованные знания и неявные знания («знания как») не сильно отличается от классификации И. Нонака и Х. Такеучи. Они, подчеркивая различия между двумя типами знаний, указывали, что неформализованное знания в отличие от формализованных не могут быть легко изложены и распространены в виде чисел, формул, общих правил, а представляет собой, прежде всего опыт, навыки, умения.

инновации, если обладают опытом работы по найму в высокотехнологичных предприятиях и ученой степенью [23].

В то же время мало исследований на аналогичную тему, посвященных российским инновационным предпринимателям, несмотря на актуальность данной тематики. Зачастую они посвящены предпринимательству в целом, а не только тем, кто основал инновационные компании. Например, в работе [3] рассматриваются критерии принятия решения о выборе предпринимательства, которые охватывают пол, возраст, уровень образования, величину дохода, общий стаж работы и др. Автор делает вывод о важной роли социального капитала: наличие знакомств с предпринимателями способствует выбору в пользу этой профессии. Аналогичный вывод делается в исследовании [21].

С целью выработки рекомендаций по применению знаний, необходимых для предпринимателя-инноватора, укажем наработки исследователей в области управления знаниями [6, 11, 13]. Обратимся к основополагающим характеристикам (опыту работы и образованию) как первичным базовым условиям для создателя инновационного стартапа и охарактеризуем их с позиций управления знаниями. С этих позиций образование есть, прежде всего, передача явных знаний, в связи с чем оно должно быть наиболее приближенным к будущей сфере инновационной деятельности. Поэтому, например, в сфере высокотехнологичных стартапов в основном превалируют специалисты, получившие образование техническое или естественно-научное. Данное положение является, на первый взгляд, достаточно очевидным. Однако, как подчеркивал Ромер, академическая система замкнута на себя и продуцирует ученых и инженеров, которые являются просто копиями своих профессоров, которые зачастую не являются предпринимателями [11]. Таким образом, полученное профессиональное образование является лишь знаниевой базой для создателя стартапа, но в дальнейшем, для успешного развития бизнеса требуется постоянное накопление, усовершенствование и обновление этих знаний.

Обратимся теперь к профессиональному опыту. С позиций трансфера знаний профессиональный опыт есть в значительной степени передача неявных знаний. Здесь необходимо учитывать важный момент — носителями знаниевых технологий являются не только компания в целом, но и сотрудники [6]. С этих позиций профессиональный опыт есть в значительной степени сконцентрированное накопленное неформализиванное (неявное) знание.

Наряду с неявным знанием, при переходе из работающих по найму в предпринимательство основатель бизнеса может располагать накопленным явным знанием: инструкции, макеты договоров, алгоритмы работы с клиентами и т. д. При этом необходимо учитывать, что часть такого ресурса может быть закрыта и является интеллектуальной собственностью компании. Кроме того, бывший работник по найму уходит в предпринимательство с определенным накопленным социальным капиталом: знакомствами с потенциальными клиентами, поставщиками, потенциальными инвесторами и т. д. Их легче приобрести в крупных фирмах, с которыми сотрудничает большее число лиц и других фирм. Поэтому крупные высокотехнологичные компании можно рассматривать как предпочтительные стартовые площадки для будущих предпринимателей [6, 11, 13]. Опираясь на работу [23], где авторы обосновывают пользу работы по найму в крупных высокотехнологичных компаниях для будущих предпринимателей, можно сделать вывод, что такой опыт увеличивает шансы создать устойчивое инновационное предприятие.

Можно предположить, что если переходят в предпринимательство менеджеры среднего и высшего звена, то они в новой фирме пытаются реализовать свой накопленный управленческий опыт, без учета того, что здесь должен быть управленческий подход иного порядка. В работе [1] указано, что есть различия между предпринимательской функцией и управленческой. Задача менеджера — отслеживать текущую эффективность продолжающихся бизнес-процессов. Задача инновационного предпринимателя — поиск новых идей и их реализации в практической деятельности.

Если переход из статуса наемного работника в статус предпринимателя осуществляют рядовые сотрудники, то управленческие знания и опыт практически отсутствуют, что также не является положительным моментом.

Поэтому можно сделать некоторые теоретические выводы. Во-первых, образование и стаж работы по специальности, желательно на управленческой должности, являются важнейшими базовыми характеристиками начинающего инновационного предпринимателя. Во-вторых, с позиций трансфера знаний оптимальным для инновационного предпринимателя является получение образования технического или естественнонаучного профилей и дальнейшая работа по специальности на руководящей должности в крупной высокотехнологической компании. Как во время обучения, так и во время работы по найму будущий основатель инновационного бизнеса может получить достаточно солидный «набор» знаниевых компетенций в виде явного и неявного знания, однако он будет вынужден эти компетенции наращивать.

Методология

Для проверки сформированных выше теоретических выводов было собрано 92 резюме предпринимателей, которые основали инновационные стартапы, преимущественно в сфере ИТ. Для формирования репрезентативной выборки мы отбирали предпринимателей случайным образом из шорт-листов, сформированных на основе поисковых запросов в сети LinkedIn.com.

Авторами собрана информация о профессиональном опыте предпринимателей до основания стартапа: сколько лет они работали в качестве работника по найму, сколько лет работали на руководящих позициях, в какой отрасли, сколько лет занимались предпринимательством, в какой отрасли. Также собрана информация о том, в каких городах они работали. Кроме того из резюме предпринимателей получена информация об уровне их образования: высшее (бака-

Таблица 1

Региональное и отраслевое распределение респондентов

Регионы:	Количество, ед.	Доля, %
Москва	39	42,4
Санкт-Петербург	29	31,5
Другие	24	26,1
Отрасли:		
ИТ (информационные технологии)	79	85,9
Телекоммуникации	2	2,2
Медицина и фармацевтика	4	4,3
Другие	7	7,6
Количество респондентов=92		

лавр, специалист, магистр, кандидат или доктор наук), средне-специальное, профессиональное и др., наличие бизнес-образования (степени MBA). Поскольку для успешной карьеры по найму, как, вероятно, и предпринимательства, может играть «качество» вуза, нами собрана информация о том, в какой стране и регионе было получено образование, в каком вузе (название) и по какой специальности.

Проверялось, совпадает ли полученная специальность в вузе с отраслевой принадлежностью (или специализацией) созданного стартапа. Аналогично проверялось, совпадает ли отраслевая принадлежность компаний, где до этого работал респондент с отраслью его стартапа.

В табл. 1 показана отраслевая принадлежность и региональное распределение респондентов. Большинство из них работают в Москве и Санкт-Петербурге и заняты в сфере информационных технологий.

Анализ и обсуждение результатов

Результаты анализа резюме инновационных предпринимателей показали, что 90% предприниматели — мужчины, которые начинают бизнес в 30 лет (см. табл. 2), 73,9% работают в Москве, Санкт-Петербурге. Полученные результаты ниже среднего возраста типичного российского предпринимателя в «Глобальном мониторинге предпринимательства», который составляет 36 лет. В указанном мониторинге предприниматели заняты не только в ИТ, но и в производстве, торговле, строительстве и других отраслях, которые традиционно не являются инновационными [4].

Предпринимателями зачастую становятся, когда приобретен профессиональный опыт. Средний опыт работы предпринимателя в нашей выборке — 9,3 года, стандартное отклонение 4,9 лет, стаж работы самого молодого предпринимателя на момент создания стартапа — 1 года, самого «возрастного» — 21 год. При этом менее половины времени, проведенного в роли работника по найму, потрачено на управленческую работу (в роли ведущего сотрудника, в обязанности которого входит как создание продукта, так и руководство молодыми работниками, стажерами, а также в отдельных случаях в роли управленца более высокого порядка). Практически не встречались респонденты, которые покинули должности топ-менеджмента. Медианный управленческий опыт — 3,3 года, средний — 4,5 года при стандартном отклонении в 3,9 лет.

Анализ отраслевой принадлежности компаний, где ранее работали респонденты, показал связь их отраслевого опыта с отраслевой принадлежностью стартапов. Практически все респонденты в нашей выборке (79%) создали компании в сфере ИТ (см. табл. 1), до этого они также работали преимущественно в ИТ компаниях. Среди респондентов 75% ранее работали в компаниях, чья отраслевая принадлежность близка к отрасли, в которой работает предприниматель. Примечательно, что среди них меньше доля тех, кто пришел из отделов ИТ предприятий, которые работали в других отраслях: финансы, строительство, промышленность. При этом практически нет предпринимателей, кто ранее работал в сфере добычи, транспортировки, на государственной службе. Принимая во внимание возраст респондентов (30 лет) и их опыт (9,3 года) заметим, что они достаточно успешны и за 3-5 лет успевали дорасти до линейных или средних руководящий позиций. Это является своеобразным сигналом о высоком уровне их способностей. Вместе с тем, возможно, карьерному росту способствовало то, что многие из них рано начали работать — на последних курсах вуза.

Факт совмещения работы и учебы также является сигналом, что респонденты облают высоким уровнем способностей. В исследовании [12] авторы выдвигают гипотезу, что совмещают работу с учебой более способные студенты. Они аргументируют свою позицию тем, что среди студентов ведущих вузов, обучающихся

Таблица 2

Описательная статистика инновационных предпринимателей

	Медиана	Среднее	Ст. отклонение	Min	Max
Год основания стартапа	2013,5	2012,7	3,18	1994	2016
Пол основателя (мужской=1, женский=0)	–	0,90	0,30	–	–
Возраст	30	30,4	5,3	18	44
Образовательная специальность соответствует отрасли созданного предприятия или близка к ней (да=1, нет=0)	–	0,75	0,44	–	–
Профессиональный опыт (опыт работы по найму и не по найму), лет	9	9,3	4,9	1	21
Опыт управленческой работы (по найму), лет	3,3	4,5	3,96	0	13
Опыт предпринимательства (есть=1, нет=0)	–	0,35	0,48	–	–
Опыт предпринимательства, лет	3,5	5,9	5,2	0	21
Отрасль организации, где респондент работал по найму, близка к отрасли созданного им предприятия или совпадает с ней (да=1, нет=0)	–	0,75	0,44	–	–
Количество респондентов=92					

на бюджетных местах и участвующих в научной деятельности, больше занятых на рынке труда, чем среди студентов обычных вузов и самостоятельно оплачивающих свое обучение. Кроме того, они отмечают, что важную роль играет финансовая мотивация. Студенты, которые не получают финансовую помощь от родителей, с большей вероятностью выходят на рынок труда. Другая мотивация — приобретение профессионального опыта, поскольку образование не является ясным сигналом для потенциального работодателя о компетенциях выпускника. В конце концов, замечают авторы, совмещение работы и учебы незначительно сказывается на успеваемости студентов.

Среди изученных нами предпринимателей большинство работали во время учебы в вузе, поэтому можно сделать вывод, что они также были заинтересованы в приобретении профессионального опыта и обладают высоким уровнем способностей, т. е. у них была мотивация получить не только теоретические образование, но и практический опыт (табл. 3). В пользу последнего факта говорит то, что предприниматели зачастую поступают в ведущие московские или петербургские вузы, или зарубежные университеты. Следовательно, проходят через серьезный конкурс при приеме и успешно заканчивают данные вузы. Кроме того, они по окончании вуза нередко попадают в известные компании, где также присутствует высокий конкурс при отборе, что дополнительно подтверждает уровень их способностей и объясняет быстрый карьерный рост. Данный тезис согласуется с другим исследованием [21].

Несмотря на инновационных характер создаваемых стартапов, среди основателей мало лиц с научной степенью или опытом работы в науке (НИИ или вузы). Это может быть связано с разницей в культуре академических и коммерческих организаций. В исследовании [16] автор обосновывает, что предпринимателями могут стать в академической среде, при этом они должны обладать как исследовательскими навыками, так и деловыми качествами, опытом прикладных исследований и консультаций для реального сектора экономики. Это предполагает умение находить клиентов, заключать с ними контракты и т. д. Однако многие отечественные вузы и НИИ не обладают богатым опытом работы с коммерческими предприятиями, ориентируясь только на исследования и образование. Тогда как многие современные предприятия перешли на уровень постиндустриальной экономики и заинтересованы в других специалистах и ином подходе к взаимодействию между наукой и реальным сектором экономики. М. Р. Шиверских пишет, что предпринимательство экономики знаний предполагает больший акцент на творчество и управленческую составляющую нового бизнеса, а не технологическую, как это было ранее [16].

Таблица 3

Образование предпринимателей

Уровень образования:	Количество, ед.	Доля, %
без высшего образования	1	1,1
Бакалавр	10	10,9
Специалист	30	32,6
Магистр	39	42,4
Научная степень (кандидаты и доктора наук, PhD)	12	13,0
MBA, краткосрочные курсы в бизнес-школе	12	13,0
Регион получения образования:		
Москва	39	42,4
Санкт-Петербург	29	31,5
Другие	24	26,1
Регион получения образования совпадает с местонахождением стартапа (да=1, нет=0)	0,72	0,45
Количество респондентов=92		

Существующая разница в отечественной академической и бизнес-среде говорит о том, что научному работнику или преподавателю вуза сложно приобрести компетенции для предпринимательства, в первую очередь социальный капитал. Поэтому сегодня для того, чтобы обладателям научных степеней, студентам и выпускникам стать предпринимателями, необходимо получить опыт работы в коммерческих организациях, которые могут эти компетенции предложить. Альтернативой служит вовлеченность вуза в совместные проекты с предприятиями реального сектора экономики. В исследовании [17] показано, если университет способствует приобретению социального капитала через содействие появлению профессиональных контактов между студентами и предпринимателями, то среди выпускников становится больше предпринимателей. Из этой работы следует, что приобретение профессионального опыта студентами и преподавателями восполняет отсутствие таких мероприятий. Важно, чтобы такой социальный капитал приобретали не только опытные исследователи, но и аспиранты, молодые ученые, возраст и профессиональный опыт которых достаточен для создания предпринимательства. Лица старшего возраста менее мотивированы к столь кардинальной смене профессии, о чем говорится в работе [24]. Длительный опыт работы по найму, как и учебы, снижает мотивацию выбирать предпринимательство. Этот тезис подтверждает и наша выборка: мало респондентов, которые проработали больше 10 лет в качестве наемного работника и стали предпринимателями.

Практически все респонденты обладают высшим образованием (бакалавр, специалист, магистр), зачастую они учились в России и в том же городе, где не только продолжили работать, но и создали свою компанию. Специальность по диплому практически во всех случаях совпадает с отраслевой принадлежностью предпринимателя. В особенности это актуально для тех, кто работает в сфере информационных технологий, связи и телекоммуникаций. Таким образом, предпринимателями становятся лица зачастую с техническим или естественнонаучным образованием, полученным в больших городах с развитой деловой средой и достаточно большим числом международных компаний по сравнению с регионами России. В этой связи можно сделать вывод, что важна среда, в которой они обучаются — много сильных студентов, известных и успешных предприятий, есть возможность приобрести опыт работы или обучения за рубежом.

Ситуация отличается для тех, кто обладает управленческим, экономическим образованием (не MBA). Их специальность по диплому зачастую не совпадает с отраслевой принадлежностью стартапа. Несмотря на то, что такие лица обладают знаниями о том, как развивать бизнес, отсутствие навыков создания готовых услуг, к примеру, консультационных, приводит к тому, что они становятся предпринимателями в других отраслях.

Заметим, что наличие бизнес-образования среди инновационных предпринимателей не распространено. Примечательно, что обладатели степени MBA, полученной в бизнес-школе (МШУ «Сколково», зарубежные бизнес-школы) зачастую встречается у обладателей дипломов в сфере экономики, управления или гуманитарных наук. Среди обладателей технического или естественно научного образования таких намного меньше. Низкую востребованность бизнес-образования среди выпускников технических специальностей-предпринимателей можно объяснить тем, что начинающие предприниматели не создают настолько крупные стартапы, что им требуются подобная подготовка. В то же время достаточно необычно выглядит факт, что MBA получают лица с экономическим, управленческим или гуманитарным образованием. Вероятно, для них это не столько возможность улучшить знания, сколько шанс найти единомышленников или обрести полезные знакомства в бизнес-школе, что поможет в развитии (или создании) бизнеса.

Заключение

Можно сделать некоторые выводы.

Во-первых, для обеспечения эффективной государственной политики в сфере инновационного предпринимательства важную роль должны играть меры популяризации инновационного предпринимательства, направленные, в том числе, на обучение и дополнительную подготовку начинающих предпринимателей.

При этом для предпринимателей необходимы программы, направленные на приобретение или повышение уровня знаний, необходимых для инновационного предпринимателя. Такие программы должны учитывать новейшие разработки в области теории фирмы, управления знаниями, защиты интеллектуальной собственности, поскольку предприниматель-инноватор должен совмещать управленческую функцию и функцию инновационного предпринимателя. Как справедливо отметил в свое время Стив Бланк, для начинающих предпринимателей-инноваторов важно освоить «науку управления собственной компанией» [2]. В то время как традиционные программы подготовки менеджеров ориентируются на выпуск управленцев для работы в средних и крупных корпорациях по найму.

Во-вторых, данные программы могут быть востребованы в случае, когда начинающий предприниматель поймет экономическую выгоду от полученного знания. Кроме того, в этих программах необходимо делать упор как на явные знания, так и на неявные (неформализованные) знания. Анализ данных подтвердил, что традиционная управленческая подготовка (в том числе MBA) не всегда является привлекательной для молодых предпринимателей не только в силу денежных и временных затрат, но и в силу неясности экономической выгоды от полученных знаний.

В-третьих, анализ данных показал, что социальный капитал играет важную роль для выбора предпринимательской деятельности. При этом ценность обучения предпринимательству — не только приобретение теоретических знаний, но и знакомств с партнерами, потенциальными клиентами, поставщиками, работниками, инвесторами и лицами, у которых близкие бизнес-интересы. В этой связи наряду с профессиональным опытом и предпринимательским образованием следует учитывать в качестве площадок для наработки социального капитала те же самые программы обучения инновационному предпринимательству, бизнес-объединения, бизнес-акселераторы.

В качестве одного из возможных институтов реализации образовательных программ для предпринимателей могут выступать бизнес-акселераторы — интенсивные программы развития стартапа и обучения его основателей в короткие сроки (до 6 месяцев). Акселераторы обеспечивают стартапам экспертную поддержку, обеспечивают освещение в СМИ, предоставляют предпосевные инвестиции в обмен на долю в проекте для инвестора, а также выводят их на стадию презентации инвесторам. Среди российских акселераторов наиболее известны GenerationS, API Moscow, FastLaneVentures, Яндекс. Фабрика. Возможность организации акселераторов на базе существующих вузов создает необходимые условия для приобретения предпринимательских навыков и знаний в сфере инноваций не только для желающих заняться предпринимательством, а также для студентов, аспирантов, преподавателей. Это с одной стороны может мотивировать их заниматься предпринимательством, а с другой — может повысить интерес бизнеса к деятельности вузов.

В качестве рекомендации будущим отечественным предпринимателям, укажем на важность профессионального образования и навыков в соответствующей сфере. Эти факторы являются необходимым, но недостаточными для успешного развития инновационного предприятия. В целях минимизации рисков такой предприниматель должен стремиться к овладению знаниями в области с условным названием «управление собственным инновационным бизнесом». В основе создания бизнеса, его развития и роста лежит креативная идея, поэтому профессиональных знаний, опыта работы не всегда хватает для выработки или обнаружения, а главное — успешной реализации такой идеи. Реализация идеи требует знаний рынка и знаний в области фирмы. Вероятно, что российским студентам, стремящихся реализовать себя в бизнесе можно рекомендовать вначале найти хорошую работу по найму по специальности, приобрести минимальный профессиональный и управленческий опыт, после этого переходить к созданию собственной фирмы. Однако разработкой собственной бизнес-идеи и ее осмыслением можно заниматься фактически с самого раннего возраста.

Список использованных источников

1. У. Баумоль. Микротеория инновационного предпринимательства/Пер. с англ. Ю. Каптуревского, под ред. Т. Дробышевской. М.: Издательство Института Гайдара, 2013.
2. С. Бланк, Б. Дорф. Стартап. Настольная книга основателя (The Startup Owner's Manual). М.: Альпина Паблишер, 2014.
3. О. Р. Верховская. Факторы нарождающегося предпринимательства: особенности России//Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: «Менеджмент». № 2. 2009. С. 32-52.
4. О. Р. Верховская, М. В. Дорохина, А. В. Сергеева. Глобальный мониторинг предпринимательства: Россия 2013. СПб.: ВШМ СПбГУ, 2013.
5. О. Г. Голиченко. Основные факторы развития национальной инновационной системы: уроки для России. Центральный экономико-математический институт РАН. М.: Наука, 2011.
6. Р. М. Грант. К знаниевой теории фирмы. В кн. «Управление знаниями: хрестоматия»/Пер. с англ. под ред. Т. Е. Андреевой, Т. Ю. Гутниковой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2009.
7. П. Друкер. Бизнес и инновации/Пер. с. англ. К. Головинский. М: Вильямс, 2007.
8. И. А. Коршунов, О. С. Гапонова. Организационное управление предприятиями ранних фаз развития. М.: РИОР; ИНФРА-М, 2016.
9. И. Нонака, Х. Такеучи. Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. М.: Олимп-Бизнес, 2011.
10. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ (ред. от 22.12.2014 г., с изм. от 20.04.2015 г.) «О науке и государственной научно-технической политике».
11. П. М. Ромер. Экономика знаний. В кн. «Управление знаниями: хрестоматия»/Пер. с англ. под ред. Т. Е. Андреевой, Т. Ю. Гутниковой. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2009.
12. С. Ю. Рощин, В. Н. Рудаков. Совмещение учебы и работы студентами российских вузов//Вопросы образования, № 2, 2014. С. 152-179.
13. Д. Д. Тис. Получение экономической выгоды от знаний как активов: «Новая экономика», рынки ноу-хау и нематериальные активы//Российский журнал менеджмента, № 1, 2004. С. 95-120.
14. А. Г. Фонотов, Е. А. Кашинова. Национальная инновационная система России: состояние и перспективы развития//Инновации, № 11, 2015. С. 25-29.
15. А. Ю. Чепуренко. Что такое предпринимательство и какая политика в отношении предпринимательства нужна России? (Заметки на полях работ современных зарубежных классиков)//Журнал Новой экономической ассоциации, № 2, 2012. С. 102-124.
16. М. Р. Шиверских. Взаимодействие предпринимательской и академической культуры в экономике знаний//Вопросы образования, № 4, 2010. С. 70-85.
17. Г. В. Широкова, Т. В. Цуканова, К. А. Богатырева. Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательскойсамоэффективности// Вопросы образования, № 3, 2015. С. 170-207.
18. Z. J. Acs, D. B. Audretsch. An Empirical Examitaion of Small Firm Growth//Economic Letters. Vol. 25, issue 4. 1987. P. 363-366.
19. Z. J. Acs, D. B. Audretsch. Innovation, Market Structure, and Firm Size//The Review of Economics and Statistics. Vol. 69, issue 4. 1987. P. 567-574.
20. Z. J. Acs, D. B. Audretsch. Small-Firm Entry in US Manufacturing// Economica. Vol. 56, issue 222. 1989. P. 255-265.
21. S. Djankov, E. Miguel, Y. Qian, G. Roland, E. Zhuravskaya. Who are Russia's Entrepreneurs?//Journal of European Economic Association, Papers and Proceedings. Vol. 3, issue 2-3. 2005. P. 587-597.
22. P. F. Drucker. Post — Capitalist Society. Oxford, Oxford Butterworth Heinemann, 1993.
23. M. Kato, H. Okamuro, Y. Honjo. Does founders' human capital matter for innovation? Evidence from Japanese start-ups// Journal of Small Business Management. Vol. 53, issue 1. 2015. P. 114-128.
24. M. R. Marvel. Human Capital and Search-Based Discovery: A Study of High Tech Entrepreneurship//Entrepreneurship Theory and Practice. Vol. 37, issue 2. 2011. P. 1042-2587.
25. M. W. Staniewski, K. Janowski, K. Awruk. Entrepreneurial personality dispositions and selected indicators of company functioning//Journal of Business Research. Vol. 69, issue 5. 2016. P. 1939-1943.
26. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 г. № 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.»//СПС КонсультантПлюс.
27. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. //СПС КонсультантПлюс.
28. Н. В. Городникова, Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, И.А. Кузнецова и др. Индикаторы инновационной деятельности-2016: статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ, 2016. — 320 с.

Professional experience and education of Russian startups founders: knowledge management analysis

V. G. Belyakov, Candidate of Sciences in Law, associate professor.

E. A. Zazdravnykh, lecturer.

(Department of Management National Research University Higher School of Economics, Saint-Petersburg)

There is a gap in knowledge in studies in innovative entrepreneurship development regarding the required level of education for innovative Russian entrepreneurs, which is necessary for independent business development in Russia. This paper attempts to find out extra managerial and innovative skills that are useful for further development of new innovative enterprises. To do this we made a survey of professional experience and education of Russian startup founders. We collected 92 CVs, which are our base for this research. Results are following: the majority of innovative entrepreneurs work in IT, they have a higher educational degree in Computer Science and Mathematics, and they have a professional experience including managerial one in large firms. The minority have an education related to innovative entrepreneurship and a third have MBA degree. Finally, we made conclusions about the further education of innovative entrepreneurs, which is based on knowledge management theories.

Keywords: innovative entrepreneurs; professional experience; education; social capital.