



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



МОНИТОРИНГ
ЭКОНОМИКИ
ОБРАЗОВАНИЯ

№ 1 (43)

ISSN 2782-5353

МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Факторы успеха
предпринимательских проектов
студентов и выпускников
российских вузов

ИНФОРМАЦИОННЫЙ
БЮЛЛЕТЕНЬ

№
2022



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



МОНИТОРИНГ
ЭКОНОМИКИ
ОБРАЗОВАНИЯ

№ 1 (43)

МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Факторы успеха
предпринимательских проектов
студентов и выпускников
российских вузов

ИНФОРМАЦИОННЫЙ
БЮЛЛЕТЕНЬ

МОСКВА 2023

УДК 316.74:378-057.875
ББК 60.56
Ф18

Редакционная коллегия:

Я. И. Кузьминов (главный редактор), Л. М. Гохберг, Н. Б. Шугаль

Авторы:

П. С. Сорокин, к. соц. н., заведующий Лабораторией исследований человеческого потенциала и образования Института образования НИУ ВШЭ;

Ю. А. Вятская, стажер-исследователь Лаборатории исследований человеческого потенциала и образования Института образования НИУ ВШЭ;

С. Е. Черненко, эксперт Лаборатории исследований человеческого потенциала и образования Института образования НИУ ВШЭ

Ф18 **Факторы успеха предпринимательских проектов студентов и выпускников российских вузов** : информационный бюллетень / П. С. Сорокин, Ю. А. Вятская, С. Е. Черненко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 32 с. – (Мониторинг экономики образования, ISSN 2782-5353 ; № 1 (43)). – 70 экз. – ISBN 978-5-7598-2747-4 (в обл.).

Информационный бюллетень посвящен анализу факторов, способствующих успеху предпринимательских проектов студентов и выпускников ведущих программ обучения предпринимательству. Оценивался вклад в успех через основные модели капиталов: связи, финансовые показатели, знания и навыки, личностные черты. Рассмотрено влияние неуспешного опыта, наличия предпринимателей среди близкого окружения, а также роль обучения предпринимательству. Исследование основано на данных четырех фокус-групп и 42 полуструктурированных интервью со студентами и выпускниками программ и курсов обучения предпринимательству, которые имеют опыт развития своего предпринимательского проекта. Данные были собраны в рамках проекта «Мониторинг экономики образования» в 2022 г. Анализ опирается на самооценку респондентов в отношении вклада различных факторов в их предпринимательский трек.

УДК 316.74:378-057.875
ББК 60.56

Публикация подготовлена в рамках проекта «Мониторинг экономики образования», реализуемого в соответствии с Тематическим планом научно-исследовательских работ и работ научно-методического обеспечения, предусмотренных Государственным заданием НИУ ВШЭ на 2022 год.

doi:10.17323/978-5-7598-2747-4
ISBN 978-5-7598-2747-4

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2023
При перепечатке ссылка обязательна



Содержание

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ АББРЕВИАТУРЫ	4
ВВЕДЕНИЕ	5
1. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА	7
1.1. Методика проведения фокус-групп	7
1.2. Методика проведения интервью	8
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ФОКУС-ГРУПП С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ	10
2.1. Ключевые характеристики участников фокус-групп	10
2.2. Формальное образование участников фокус-групп	11
2.3. Предпринимательские достижения	12
2.4. Признаки успешного проекта	14
2.5. Матрица капиталов	16
2.6. Наиболее эффективные образовательные практики	16
2.7. Влияние близкого окружения	17
2.8. Как поддерживать предпринимателей?	17
3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ	18
3.1. Ключевые характеристики респондентов интервью	18
3.2. Формальное образование респондентов	20
3.3. Статус респондентов	21
3.4. Обучение предпринимательству	21
3.5. Опыт реализации предпринимательского проекта	23
3.6. Первый опыт продажи	24
3.7. Опыт неудачи в предпринимательстве	24
3.8. Окружение предпринимателя	25
3.9. Работать по найму или предпринимателем?	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	27
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	30



Используемые аббревиатуры

- АНО** – автономная некоммерческая организация
- ВК** – Вконтакте
- ВЭБ.РФ** – Внешэкономбанк Российской Федерации
- ИП** – индивидуальный предприниматель
- ИТМО** – Институт точной механики и оптики
- МГИМО** – Московский государственный институт международных отношений
- МГТУ им. Н.Э. Баумана** – Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана
- МГУ им. М.В. Ломоносова** – Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
- Минобрнауки России** – Министерства науки и высшего образования Российской Федерации
- МИСИС** – Московский институт стали и сплавов
- МФТИ** – Московский физико-технический институт
- МЭО** – Мониторинг экономики образования
- НГУЭУ** – Новосибирский государственный университет экономики и управления
- НИУ ВШЭ** – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
- НИЯУ МИФИ** – Национальный исследовательский ядерный университет «Московский инженерно-физический институт»
- НТИ** – Национальная технологическая инициатива
- ООО** – общество с ограниченной ответственностью
- РАНХиГС** – Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
- ТПУ** – Томский политехнический университет
- ФК** – фокус-группа
- ФРПИ** – Фонд развития прикладных исследований
- MVP** – minimum viable product (минимально жизнеспособный продукт)



Введение

На сегодняшний день признано, что одним из главных результатов поддержки предпринимательства (через образовательные программы/курсы, бизнес-инкубаторы, технопарки и пр.) является наличие у студента/выпускника стартапа – нового проекта, технологической компании в стадии создания [Skala, 2019]. Создание стартапов – не единственный результат обучения или других компонентов предпринимательской поддержки. Наряду с этим важно развитие предпринимательского мышления, внедрение культуры предпринимательства и т. п. [Davey et al., 2016]. И все же в современных реалиях особое значение имеют именно проектные результаты студента или выпускника – наличие стартапа, а также его выживаемость в среднесрочной перспективе (1–3 года) [Fayolle et al., 2006].

В России созданию стартапов уделяется серьезное внимание. Об этом свидетельствует обширная система поддержки предпринимательства в вузах: проводятся специализированные курсы, программы обучения предпринимательству; вузами финансируется создание технопарков, акселераторов, коворкингов. В 2017 г. запущен федеральный проект «Стартап как диплом», нацеленный на развитие молодежного предпринимательства. По официальным данным, в нем участвуют уже 48 российских вузов разного профиля и статуса.

В связи с принимаемыми мерами поддержки важным вопросом становится эффективность и успешность предпринимательских проектов студентов. Об этом свидетельствуют и результаты исследования «Разработка и первичная апробация элементов инструментария для исследования проявления «агентности» среди учащихся (школьников и студентов), включая вопросы обучения предпринимательству», проведенного Лабораторией исследований

человеческого потенциала и образования Института образования НИУ ВШЭ в 2021 г. [НИУ ВШЭ, 2021].

В выборку вошли 428 студенческих проектов, информация о которых была получена от Минобрнауки России, АНО «Платформа НТИ», АНО «Университет 2035», Открытого университета Сколково. Каждый из проектов был проанализирован на предмет рыночной успешности. Критерии рыночной успешности следующие:

1. проект был действующим на момент исследования;
2. респондент был владельцем проекта;
3. проект получил инвестиции;
4. стоимость проекта оценивалась экспертами;
5. проект дошел до стадии продаж.

Реальная конверсия проектов оказалась довольно низкой: убедительные внешние подтверждения рыночной успешности имели только 14 из них [НИУ ВШЭ, 2022]. Это согласуется с результатами упомянутого выше исследования Лаборатории исследований человеческого потенциала и образования Института образования НИУ ВШЭ 2021 г., согласно которым успешные проекты встречаются довольно редко [НИУ ВШЭ, 2021]. Так, из проектов, представляемых 82 респондентами (все они имели предпринимательский опыт, были выпускниками программ обучения предпринимательству в вузах или в неформальном секторе), рыночным критериям успешности соответствовали лишь пять.

Важно понять, от чего зависит успех предпринимательского проекта. Для ответа на этот вопрос необходимо учитывать мнение самих предпринимателей.

Для проверки исследовательских гипотез о факторах предпринимательского успеха была разработана теоретическая модель – «матрица капиталов». Указанная матрица предполагает оценку роли социального капитала в виде

связей для предпринимателей [Yli Renko et al., 2001]. Кроме того, рассматривалась роль финансового капитала, навыков (человеческий капитал) и личностных характеристик в успехе проекта [De Clercq et al., 2009; Nabi et al., 2017; Zhang et al., 2021].

Ключевая цель настоящего исследования – выявление факторов, способствующих успеху предпринимательских проектов.

В докладе рассмотрены следующие вопросы:

1. Что влияет на предпринимательский успех? Связи, финансовые показатели, знания и навыки или что-то другое?
2. Какую роль играет неуспешный опыт – тормозящую или мобилизующую?
3. Важен ли опыт неуспеха?
4. Как влияет семья и близкое окружение на предпринимателя?
5. Какова роль предпринимательского обучения в развитии проекта?
6. Какие ключевые рекомендации федеральных институтов развития по созданию условий для масштабирования выявленного позитивного опыта можно использовать организациям, ведущим обучение предпринимательству?



1. Методология и выборка

Для выявления факторов, влияющих на предпринимательский успех, было разработано четыре инструментария:

1. первичная анкета для знакомства с респондентами и выявления у них сколь-нибудь выраженных признаков успеха;
2. гайд фокус-группы для респондентов с более успешным опытом;
3. гайд фокус-группы для респондентов с менее успешным опытом;
4. гайд интервью для респондентов с предпринимательским опытом (как успешным, так и менее успешным).

Ниже представлена разработанная матрица капиталов, которая была включена в инструментарии исследования.

1. Социальный капитал (в том числе профессиональный) [Yli Renko et al., 2001; Baron, Markman, 2003].

Условно были выделены три типа связей:

- внешние рыночные связи – инвесторы, покупатели, заказчики, внешние партнеры [Lechner, Dowling, 2003];
- внутренние связи в проекте – команда проекта [Iacobucci, Rosa, 2010];

- сети профессиональной поддержки и экспертизы – наставники/менторы, преподаватели и т. п. [Chen et al., 2015].
2. Финансовый капитал (в любых формах – инвестиции международных/зарубежных фондов, вложения государственных структур и институтов развития внутри страны, частные инвестиции, кредитные средства, гранты, премии, стипендии, собственные средства, средства бизнес-ангелов) [De Clercq et al., 2009].
 3. Личные черты (самостоятельность, настойчивость, готовность к риску, креативность, умение брать на себя ответственность за других людей и их действия и т. п.) [Zhang et al., 2021].
 4. Навыки – узкоспециальные (планирование и управление проектами, бизнес-моделирование, проверка бизнес-гипотез, управление рисками, бухучет, знание Python и др.) и широкие (навыки ведения переговоров, умение работать в команде, готовить презентации и пр.) [Nabi et al., 2017].

1.1. Методика проведения фокус-групп

Фокус-группы были сформированы из числа финалистов Всероссийского конкурса молодых технологических предпринимателей, организованного Минобрнауки России при поддержке Фонда «Сколково» (Группа ВЭБ.РФ). Участники конкурса представляли разные российские вузы (подробнее см. раздел 3).

Отметим, что все участники выборки имеют опыт реализации собственного предпринимательского проекта, однако разной степени успешности (у одних проект только на стадии

запуска, у других – дошел до стадии продаж и прибыли). Задача стартовой анкеты (анкеты-знакомства) состояла в распределении участников на четыре фокус-группы (по две фокус-группы с респондентами, имеющими более успешный и менее успешный предпринимательский опыт).

Отметим, что понятие предпринимательского успеха крайне неоднородно, критерии успешности зависят от исследовательских школ. Например, для оценки успешности проекта

используют следующие параметры: прибыль, рост компании, производительность, создание рабочих мест, удовлетворенность предпринимательским проектом и пр. [Staniewski, 2016]. Между тем ключевыми являются именно финансовые показатели – прибыль и доход от продаж.

В настоящем исследовании под **успешным предпринимательским опытом** понимается предпринимательский проект, действующий в настоящее время, который запущен или находится в высокой стадии готовности, имеет опыт первых продаж. Под **менее успешным опытом** понимается опыт, связанный, с одной стороны, с существенными усилиями респондента по созданию и/или запуску предпринимательского проекта (в том числе в рамках специализированных национальных инициатив продвижения и поддержки предпринимательства), с другой – с неактивным или завершенным статусом проекта на момент проведения опроса (а также с отсутствием активного проекта, разрабатываемого в настоящее время).

Для распределения участников на фокус-группы в анкету-знакомство закладывались следующие ключевые вопросы:

1. вопрос о наличии предпринимательского проекта (есть / на паузе / никогда не было);
2. вопрос о стадии развития предпринимательского проекта:
 - 2.1. ранняя стадия развития (разработка идеи, формирование команды, создание MVP);
 - 2.2. проект в высокой степени готовности, но пока не запущен (MVP есть, но нет первых продаж и предзаказов / нет инвестиций);
 - 2.3. проект запущен, вышел на продажи, но не окупился (есть предзаказы / есть продажи, но проект пока не «вышел в ноль»);
 - 2.4. проект развивается («вышел в ноль» / в проекте есть прибыль / проект вышел

на новый раунд финансирования / иное);

- 2.5. проект завершен или поставлен на паузу (с указанием причины);
3. вопрос об опыте прошлых успешных проектов (были ли такие).

Так, в фокус-группы с успешным предпринимательским опытом были отобраны респонденты, у которых в настоящее время есть предпринимательский проект, проект уже запущен, а в прошлом был опыт предпринимательской деятельности. В фокус-группы с менее успешным предпринимательским опытом отбирались респонденты, у которых предпринимательский проект был, но в настоящее время закрыт или поставлен на паузу, в прошлом предпринимательского опыта не было.

Гайд для фокус-групп с успешным предпринимательским опытом состоял из пяти блоков:

1. знакомство с респондентами (образование, возраст, статус);
2. факторы, влияющие на успех и предпринимательские достижения;
3. роль социального и финансового капитала в предпринимательстве;
4. наиболее эффективные образовательные практики;
5. условия предпринимательской деятельности в современных реалиях и практики поддержки предпринимателей.

Гайд для фокус-групп с менее успешным предпринимательским опытом содержал те же ключевые блоки, а также вопросы, касающиеся неуспешного предпринимательского опыта и причин неуспеха.

Выборка для участия в четырех фокус-группах включала 25 респондентов: 13 – с успешным предпринимательским опытом, 12 – с менее успешным. Фокус-группы были асинхронного типа и проводились онлайн в Telegram-чатах [Лебедев, 2010; Лонго, 2010].

1.2. Методика проведения интервью

Задача интервью заключалась в том, чтобы подробнее узнать о предпринимательском опыте и опыте предпринимательского обучения. Гайд интервью состоял из трех блоков:

1. предпринимательский опыт (успешный и неуспешный, подробный разговор о текущем проекте);

2. обучение предпринимательству и его роль в жизни респондента (форматы / практики обучения, в частности роль наставника);
3. общие вопросы – личностные характеристики, влияние окружения, мотивация респондента. Использовался метод полуструктурированного интервью.

Формирование выборки для интервью

База участников интервью была сформирована из шести источников (табл. 1):

- 1. финалисты Всероссийского конкурса молодых технологических предпринимателей (организован Минобрнауки России при поддержке Фонда «Сколково» (Группа ВЭБ.РФ)). Участники конкурса представляли разные российские вузы (подробнее см. раздел 3). К исследованию также привлекались выпускники, проходившие обучение предпринимательству в формальном (программы вузовского образования) и неформальном (программы за рамками вузовского образования) секторах образования.
- 2. Бизнес-инкубатор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ);
- 3. Московский физико-технический институт (МФТИ);
- 4. Томский политехнический университет (ТПУ);
- 5. Открытый университет Сколково;
- 6. Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ).

Общая выборка составила 50 респондентов, из которых восемь были исключены из анализа

по причине высокой специфичности, поскольку их опыт касался обучения работе на фондовом рынке. Таким образом, в итоговую выборку вошли 42 респондента.

Табл. 1. Состав выборки для интервью (человек)

Канал формирования выборки	Численность респондентов
Финалисты Всероссийского конкурса молодых технологических предпринимателей	17
Бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ	5
МФТИ	13
ТПУ	3
НГУЭУ	2
Открытый университет Сколково	2
Всего	42

Источник: НИУ ВШЭ, интервью учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

2. Результаты фокус-групп с предпринимателями

В четырех фокус-группах приняли участие 25 человек. Отметим, что респонденты не знали о том, в какие фокус-группы они определены – успешные или менее успешные. Это было

сделано намеренно, чтобы исключить влияние фактора успешности на ответы. Ниже представлены ключевые результаты анализа.

2.1. Ключевые характеристики участников фокус-групп

В табл. 2 показаны ключевые данные респондентов, участвующих в фокус-группах.

Как показал анализ фокус-групп, среди респондентов с успешным опытом больше мужчин, тогда как с менее успешным опытом – больше женщин (две женщины из 13 респондентов в успешных фокус-группах, 8 из 12 – в менее успешных). Средний возраст различается незначительно: 24 и 22 года соответственно. Среди респондентов с успешным опытом больше тех, кто получил высшее образование (7 из 13 против 4 из 12 в менее успешных фокус-группах).

Обучение предпринимательству для всех респондентов оказалось не самой частой практикой: такой опыт есть у 5 из 13 в успешных фокус-группах и у 6 из 12 в менее успешных. Если рассматривать формальный статус респондентов, то два человека указали статус самозанятого, большинство успешных людей определили себя в качестве предпринимателей (5 из 13). У менее успешных картина иная: в качестве предпринимателей себя идентифицируют только двое и никто не имеет формального статуса самозанятого, при этом большинство

Табл. 2. Ключевые характеристики участников фокус-групп

Критерии	Респонденты фокус-групп с более успешным опытом	Респонденты фокус-групп с менее успешным опытом
Численность респондентов, чел.	13	12
Распределение по полу, чел.:		
• мужчины	11	4
• женщины	2	8
Возраст, лет:		
• средний	24	22
• максимальный	36	27
• минимальный	19	18

Табл. 2 (окончание)

Критерии	Респонденты фокус-групп с более успешным опытом	Респонденты фокус-групп с менее успешным опытом
Статус полученного образования, чел.:		
• есть оконченное высшее образование	7	4
• на разных стадиях получения высшего образования	6	8
Наличие предпринимательского образования, чел.:		
• получали	5	6
• не получали	8	6
Формальный статус, чел.:		
• предприниматели	5	2
• наемные работники	5	7
• самозанятые	2	–
• не работают	1	–
• студенты	–	2
• нет однозначного ответа	–	1

Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

являются наемными работниками. Таким образом, успешные чаще идентифицируют себя в качестве предпринимателей. Это согласуется с результатами прошлогоднего исследования Лаборатории исследований человеческого потенциала и образования Института

образования НИУ ВШЭ [НИУ ВШЭ, 2021]. Низкая доля респондентов с менее успешным опытом, идентифицирующих себя в качестве предпринимателя, может быть связана с неуспешностью текущего предпринимательского опыта.

2.2. Формальное образование участников фокус-групп

В фокус-группах приняли участие представители разных вузов и регионов, что делает выборку более вариативной, а следовательно, снижает возможность однородности ответов (карта вузов во всех фокус-группах оказалась крайне разнообразной – был зафиксирован только один повтор вуза). Это крайне важно, поскольку все респонденты фокус-групп – участники конкурса Сколково. Всего в исследовании приняли участие 24 вуза (табл. 3). В фокус-группах

с успешным опытом вузов больше, чем респондентов, поскольку обучение по программам бакалавриата и магистратуры могло проходить в разных образовательных организациях. Специальности также представлены в широком диапазоне – от искусствоведа до помощника машиниста. Это говорит о заинтересованности в предпринимательстве не только студентов, которые поступают на специализированные программы (такие программы были

только у двоих из 25) или выбирают специальности, смежные с предпринимательством (например, экономику). Полученные данные могут быть подтверждением актуальности обучения

предпринимательству на разных специальностях, а не только на экономических и технологических, что подводит к тезису об универсальности предпринимательства.

Табл. 3. Вузы, которые представляют участники фокус-групп

Респонденты фокус-групп с успешным опытом	Респонденты фокус-групп с менее успешным опытом
Университет Иннополис	Новосибирский государственный аграрный университет
Алтайский государственный аграрный университет	Финансовый университет при Правительстве РФ
Михайловская военная Артиллерийская академия	Ростовский государственный университет путей сообщения
Рыбинский государственный авиационный технический университет им. П.А. Соловьева	Северный государственный медицинский университет
Институт современного искусства	Сеченовский университет
Красноярский институт железнодорожного транспорта	Смоленский государственный медицинский университет
Санкт-Петербургский государственный технологический институт	Южно-Уральский государственный университет
Национальный исследовательский университет ИТМО (ранее – Институт точной механики и оптики)	Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.
Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова	Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова
Тольяттинский государственный университет	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Новосибирский государственный технический университет	Московский государственный университет пищевых производств
Новосибирский государственный аграрный университет	
Обнинский институт атомной энергетики НИЯУ МИФИ	
Российская академия народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС)	

Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

2.3. Предпринимательские достижения

В качестве предпринимательских достижений респонденты могли отмечать как получение гранта, так и предложение о сотрудничестве, заключение договора о сотрудничестве, запуск массового производства продукта. При этом

интересно отметить, что для респондентов успехом может являться не прибыль, а привлечение денег, выигранный грант, сам факт сотрудничества и проявления интереса со стороны инвесторов.

Оценки предпринимательских достижений оказалась крайне неоднородными. Так, из 13 респондентов, имеющих успешный опыт, семь назвали своими главными достижениями финансовые (заработок, привлечение инвестиций, получение грантов), трое – сбор команды, еще двое – участие в конкурсе технологических предпринимателей:

«Главным моим достижением в сфере предпринимательства считаю свою команду. Я собрал отличных ребят, которые четко знают нашу цель, и мы идем к ней вместе!»

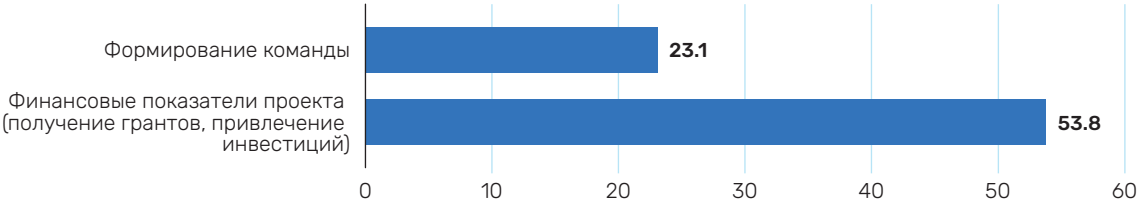
(Сколково ФК, 2¹)

В фокус-группах, объединивших респондентов с менее успешным опытом (всего 12 человек), финансовые достижения косвенно фигурируют только у одного: он отметил, что смог привлечь покупателей к проекту. Пять участников выделили в качестве достижения участие в конкурсе Сколково, еще четверо – собранную команду. Подобные различия объясняются

принципами формирования выборки: к категории успешных были отнесены респонденты с действующим предпринимательским проектом, который вышел на рынок и имеет продажи (или имевшие успешный предпринимательский опыт в прошлом); в категорию менее успешных попали те, у кого проект на паузе или уже завершен (в прошлом успешного проекта не было), а потому финансовые достижения не были для них главными – проекты не доходили до стадии продаж. Между тем ответы респондентов с успешным бэкграундом подтвердили гипотезу о важности финансового фактора при оценке предпринимательской деятельности.

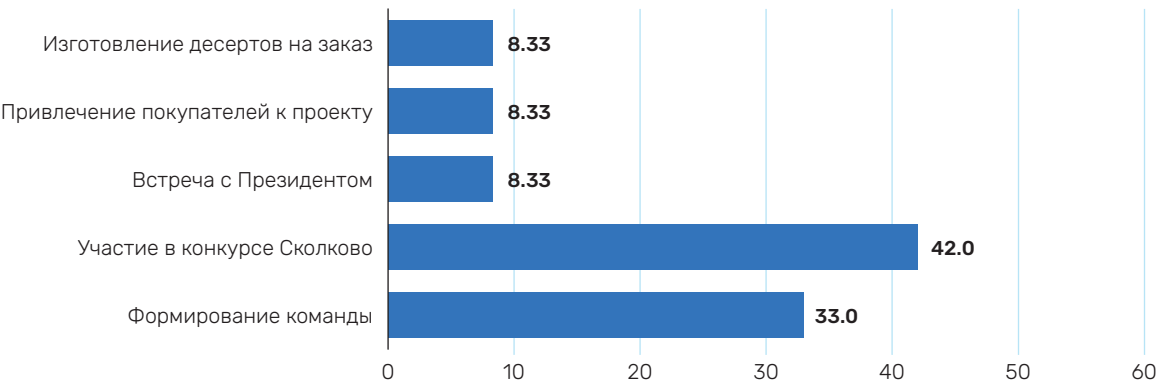
Однако, несмотря на различия, для всех участников фокус-групп важным показателем предпринимательских достижений является набор команды и работа с ней (рис. 1, 2). Эти данные согласуются с результатами исследований, проведенных ранее [Bernhardt et al., 2017].

Рис. 1. Наибольшие предпринимательские достижения респондентов с более успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

Рис. 2. Наибольшие предпринимательские достижения респондентов с менее успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

¹ Здесь и далее – код респондента.

2.4. Признаки успешного проекта

Для респондентов из успешных фокус-групп ключевыми признаками успешности проекта являются прибыль/выручка (указали семь человек из 13), а также тот факт, что бизнес помогает окружающим, решает чью-то проблему (5) (рис. 3). Среди менее успешных респондентов наиболее важными оказались востребованность продукта на рынке и прибыльность

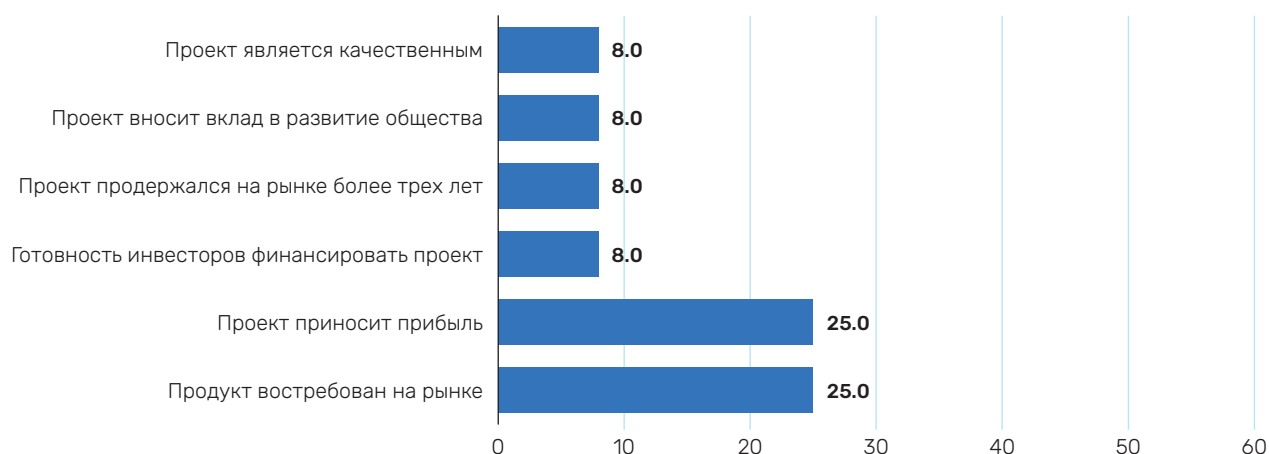
проекта – эти признаки указали три человека из 12 (рис. 4). Таким образом, все участники фокус-групп считают признаком успешности прибыль проекта, но для респондентов с успешным опытом крайне важна еще и его социальная миссия. Это коррелирует с нарастающим по всему миру трендом социального предпринимательства [Fomina, Chahine, 2019].

Рис. 3. Признаки успешного проекта для респондентов с более успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

Рис. 4. Признаки успешного проекта для респондентов с менее успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

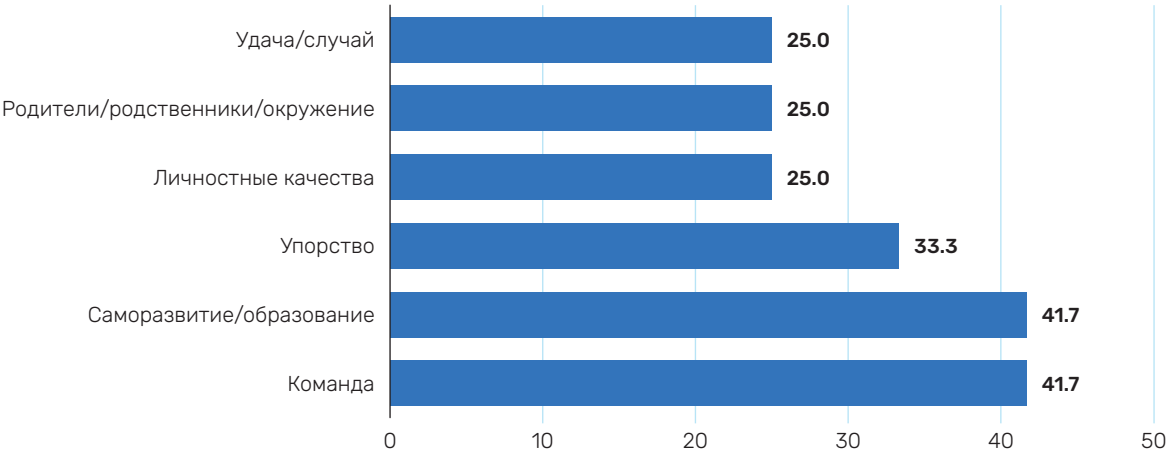
«Я не просто хочу делать аппараты, которые кровь забирают, моя суперцель – стать примером молодым предпринимателям, показать, что можно со студенческой скамьи просто взять и сделать киберпанк, что можно на этом вот «пепелище», как его характеризуют многие либеральные предприниматели крутые, сделавшие состояние в нулевых, десятых годах, – Тиньков, Чичваркин, построить крутой высокотехнологичный бизнес. Что можно такую

выкатить телегу, чтобы западные компании сами ломали голову, как это купить, чтобы под свои санкции не попасть.»

(Скольково ФК, 20)

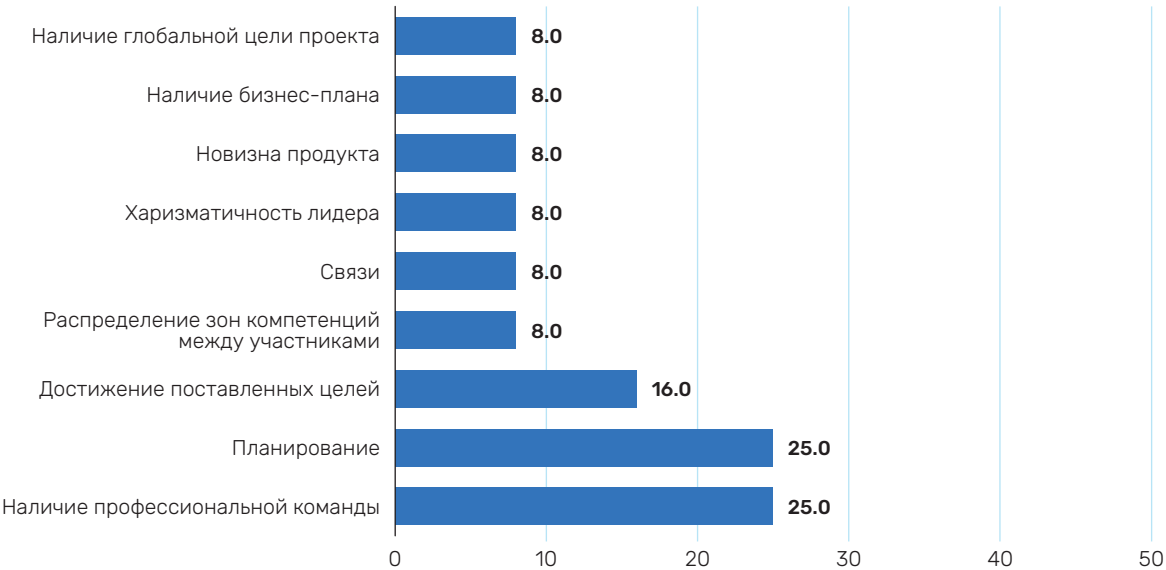
Респондентам также задавался вопрос о том, что помогло им добиться успеха. Самым важным для всех фокус-групп оказался фактор команды. Среди респондентов с успешным опытом его выделили пять человек из 13, с менее успешным – 3 из 12 (рис. 5, 6). Все участники

Рис. 5. Важные факторы личного успеха для респондентов с более успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

Рис. 6. Важные факторы личного успеха для респондентов с менее успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

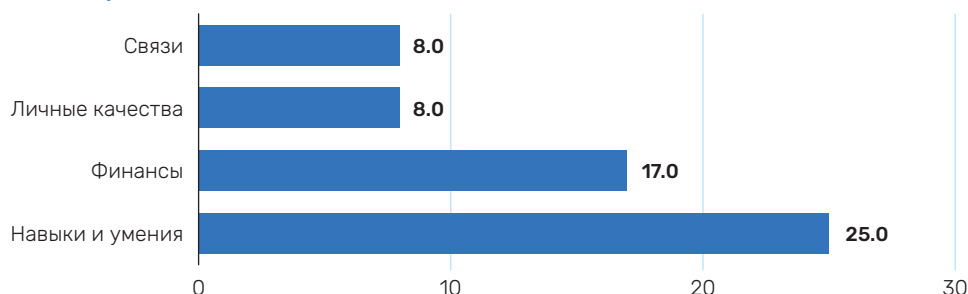
фокус-групп выделяли роль команды. Таким образом, роль команды для предпринимателя вновь оказалась высокой. Данный вывод является важным, его можно рекомендовать к использованию в методических разработках программ и курсов по обучению предпринимательству.

Респондентам с менее успешным опытом дополнительно задавался вопрос о том, чего им не хватило для успеха предпринимательского проекта (рис. 7). Наиболее часто

упоминались навыки и умения (назвали три респондента из 12). Среди дефицитных выделялись навыки структурирования, принятия грамотных технологических решений, планирования.

Двое из семи респондентов указали на нехватку финансов. Недостаток связей и личных черт характера были оценены как самые незначительные факторы успеха. Интересно, что финансы оказались менее значимы, чем навыки и умения.

Рис. 7. Факторы, которых не хватило для успеха респондентам с менее успешным опытом (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

2.5. Матрица капиталов

На вопрос о наиболее важных факторах среди четырех категорий (связи, финансовые средства, навыки и умения, личностные черты – свойства характера, врожденные способности, мировоззрение и личные качества) 10 из 13 респондентов с успешным и 6 из 12 – с менее успешным опытом выделили личностные черты. Второе место во всех фокус-группах заняли связи (5 из 13 и 5 из 12 респондентов соответственно). Роль финансовых средств для участников

опроса с успешным опытом выше, чем для тех, кто имеет менее успешный опыт (5 из 13 против 3 из 12), но для последних оказались чуть более важны навыки и умения (4 из 12 против 3 из 13 среди респондентов с успешным опытом). Подобная расстановка приоритетов может быть связана с тем, что личностные черты – это капитал, приобретаемый более длительное время, в то время как финансы, навыки и связи можно получить гораздо быстрее.

2.6. Наиболее эффективные образовательные практики

Участникам фокус-групп задавался вопрос о самых эффективных образовательных практиках и форматах обучения. Для большинства ключевой формат – участие в акселераторе Сколково (4 из 13 респондентов с успешным опытом, 9 из 12 – с менее успешным).

«Самый полезный для меня – формат акселератора, очень полезно применять разные методы анализа, кастдева, финпланирования – и все это на примере твоего проекта без лишней воды.»

(Сколково ФК, 13)

Опять же, акселератор – это полноценный формат представления и развития предпринимательского проекта, а не отдельная образовательная практика. Также можно отметить, что респонденты выделяют те практики и форматы обучения, которые связаны с получением обратной связи, коммуникацией. Это может стать основанием для рекомендации программам и конкурсам в сфере обучения предпринимательству.

Среди образовательных практик наибольшим спросом пользуются коммуникативные практики / практики обратной связи. Участники успешных фокус-групп выделили питч-сессии, бизнес-встречи (по 2 из 13). Двое из 12 респондентов с менее успешным опытом назвали менторскую поддержку.

О важности получения обратной связи свидетельствуют и результаты прошлых исследований. Так, в публикации Лаборатории исследований человеческого потенциала и образования Института образования НИУ ВШЭ консультации с экспертами-практиками были

выделены в качестве ключевого признака поддержки предпринимательства в вузе [НИУ ВШЭ, 2022]. Ранее упомянутое исследование 2021 г. «Разработка и первичная апробация элементов инструментария для исследования проявления «агентности» среди учащихся (школьников и студентов), включая вопросы обучения предпринимательству» показало те же результаты: для 62.1% наставничество и менторство оказалось важной практикой, заняв второе место [НИУ ВШЭ, 2021]. Первое место заняли лекции и мастер-классы от действующих предпринимателей (75.6%).

2.7. Влияние близкого окружения

В работе также изучалось влияние ближнего круга на предпринимателей. Большинство участников фокус-групп отметили, что в их окружении (семья/друзья) были предприниматели, оказавшие на них влияние (11 из 13 респондентов с успешным опытом, 10 из 12 – с менее успешным). Самое существенное влияние оказали ближайшие родственники (указали 6 из 13 респондентов с успешным опытом и 3 из 12 с менее успешным опытом), на втором месте – друзья и знакомые (2 из 13 и 2 из 12 соответственно). Участники опроса отмечали, что близкие научили их корпоративной этике, рассказали, как достигать целей, распоряжаться финансами,

а в ряде случаев – показали пример того, как делать свой собственный бизнес:

«Смотрел, как строит бизнес бабушка, что-то позитивное брал себе в опыт, и ошибки тоже учитываю.»

(Скольково ФК, 5)

Также некоторые респонденты отмечают влияние спикеров и успешных предпринимателей:

«Один из спикеров давно проходившего форума очень сильно повлиял на направление работы, объяснив, что без средств в волонтерских/социальных проектах ты в любом случае ничего не сможешь сделать.»

(Скольково ФК, 4)

2.8. Как поддерживать предпринимателей?

На фокус-группах поднимался вопрос о стратегиях поддержки предпринимателей. Респондентам нужно было выбрать наиболее эффективный способ поддержки из двух. Первый способ – дать финансирование (например, миллион рублей) всем студентам / студенческим командам, у которых есть хорошая идея, и посмотреть, какие будут результаты: получится ли запустить проект, выйти на какие-то продажи и пр. Вторым способом – набирать студентов в стартап-студии – специальные структуры, где студенты вступают в команды уже готовых предпринимательских проектов. Стартап-студия развивает одновременно несколько проектов, имеет набор внутренних экспертов, сама привлекает деньги. Таким образом, студент фактически проходит стажировку, выполняя предпринимательские функции и работая с чужими идеями.

Мнения участников фокус-групп несколько различались. Респонденты с успешным опытом почти единогласно выбрали вариант стартап-студий (9 из 13), считая выдачу денег неэффективной, так как начинающие предприниматели не смогут эффективно распорядиться ими в интересах своего дела. Респонденты с менее успешным опытом оказались настроены не столь решительно: первый вариант поддержки выбрали 4 из 12, второй – 6 из 12. Результаты оказались неожиданными, поскольку формат стартап-студий довольно новый для России (успешно действующих стартап-студий немного, а в вузах их внедрение только началось). Кроме того, данный выбор респондентов говорит об их самостоятельности и готовности к риску, которые будут сведены к минимуму в стартап-студиях.



3. Результаты интервью с предпринимателями

Для более углубленного и подробного анализа, помимо фокус-групп, были проведены интервью. В итоговую выборку вошли 42 респондента. В данном разделе показаны результаты анализа, дополняющие полученные данные из фокус-групп. Ниже дан анализ по следующим 13 критериям:

1. пол;
2. возраст;
3. образование (вуз, законченное или незаконченное, курс);
4. статус респондента (студент/работник/предприниматель);
5. наличие попыток создания предпринимательского проекта до текущего, были ли они успешны и по каким критериям оценивается их успешность;
6. первый опыт продаж в жизни (вне предпринимательской деятельности);
7. опыт существенной неудачи в предпринимательской деятельности;
8. включало ли вузовское образование обучение предпринимательству;
9. обучение предпринимательству вне вуза;
10. специально ли респондент шел обучаться предпринимательству;
11. наличие родственников или друзей/знакомых, которые имеют (имели) свой бизнес;
12. вопрос-рассуждение: представьте, что у Вас есть работающий предпринимательский проект, и Вам предложили корпоративную должность с зарплатой несколько больше (на 30%), чем на данном этапе Вам позволяет иметь предпринимательство.

Перейдете ли Вы на нее? Почему да / почему нет?

13. личностные качества, навыки, способности, которыми должен сегодня обладать предприниматель, чтобы быть успешным.

Вся выборка была поделена на респондентов с более успешным и менее успешным предпринимательским опытом. При этом формирование выборки происходило по критерию участия в конкурсе технологических проектов Сколково или опыта предпринимательской деятельности. В группу с успешным предпринимательским опытом попали респонденты, которые:

- идентифицируют себя в качестве предпринимателей;
- имеют в настоящее время предпринимательский проект;
- имели в прошлом опыт успешной и/или неуспешной предпринимательской деятельности.

В группе респондентов с менее успешным предпринимательским опытом оказались лица, соответствующие следующим критериям:

- не идентифицируют себя только в качестве предпринимателей, а, например, в качестве студентов или наемных сотрудников;
- в настоящее время нет предпринимательского проекта или проект поставлен на паузу;
- предпринимательский проект есть, но он не соответствует рыночным критериям успешности (не дошел до стадии продаж, нет выручки).

Первая группа насчитывала 10 респондентов, вторая – 32.

3.1. Ключевые характеристики респондентов интервью

В табл. 4 представлены ключевые данные респондентов, участвующих в интервью.

Всего по выборке 25 мужчин и 17 женщин. Распределение по полу неоднородно: в группе

успешных значительно преобладают мужчины (8 из 10), в группе же с менее успешным опытом гендерный дисбаланс почти не наблюдается – 17 мужчин и 15 женщин. Что касается среднего

возраста, в первой группе он выше – 33 года против 25 лет во второй. Это вполне ожидаемо: успешный опыт требует времени. Минимальный возраст в группе успешных – 22 года, в группе

с менее успешным опытом – 18 лет. Максимальный возраст в обеих группах практически одинаковый.

Табл. 4. Ключевые характеристики участников интервью (человек)

Критерии	Респонденты с более успешным предпринимательским опытом	Респонденты с менее успешным предпринимательским опытом
Всего в группе	10	32
Пол:		
• мужчины	8	17
• женщины	2	15
Возраст, лет:		
• средний	33	25
• минимальный	22	18
• максимальный	42	44
Образование:		
• число вузов	8	25
• получили высшее образование	9	17
• в стадии получения высшего образования	1	15
Самоидентификация респондента:		
• предприниматели	10	2
• наемные сотрудники	–	20
• студенты/выпускники	–	12
• корпоративные предприниматели	–	2
Юридический статус:		
• ИП	1	2
• самозанятый	1	–
• ООО	2	–

Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

3.2. Формальное образование респондентов

В выборке успешных большинство респондентов (9 из 10) имеют оконченное высшее образование, еще один – находится в процессе его получения. Выборка вузов, в которых обучались респонденты, оказалась крайне неоднородной: во всех образовательных организациях, кроме МФТИ, обучалось только по одному человеку. Программы обучения также оказались весьма разнообразные: менеджмент, кафедра технологического предпринимательства, лечебное дело, исторический факультет, бизнес-информатика, информационные системы и сети. Как видно из названий программ, лишь две из них связаны с предпринимательством (кафедра технологического предпринимательства и бизнес-информатика). Ниже перечень вузов, в которых учились или учатся респонденты:

1. Новосибирская государственная геодезическая академия (1 респондент);
2. Институт глубинной психологии (1);
3. НИУ ВШЭ (1);
4. МФТИ (3);
5. Московский педагогический государственный университет (3);
6. Челябинский государственный педагогический университет (1);
7. Тюменский государственный медицинский университет (1);
8. Нижегородский государственный лингвистический университет (1).

Среди участников с менее успешным предпринимательским опытом число получивших высшее образование немного превышает число тех, кто учится (17 и 15 человек соответственно).

Респонденты представляли 25 вузов:

1. Новосибирский государственный технический университет (1 респондент);
2. МИФИ (1);
3. МФТИ (8);
4. Томский государственный университет (1);
5. Педагогический университет им. А. И. Герцена (Санкт-Петербург) (1);
6. МГТУ им. Баумана (1);
7. НИУ ВШЭ (3);

8. Самарский государственный технический университет (1);
9. Томский государственный университет систем радиопередачи и электроники (1);
10. Пермский национальный исследовательский политехнический университет (1);
11. Томский политехнический университет (4);
12. Томский государственный архитектурно-строительный университет (1);
13. Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова (1);
14. Саратовский государственный университет (1);
15. Тюменский государственный университет (1);
16. Новосибирский государственный университет экономики и управления (1);
17. МИСиС, Институт металлургии и материаловедения им. Байкова (1);
18. Первый Московский государственный медицинский университет имени И. М. Сеченова (1);
19. Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А. (1);
20. МГУ им. М. В. Ломоносова (1);
21. Южно-Уральский государственный университет (1);
22. Смоленский государственный медицинский университет (1);
23. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет (1);
24. МГИМО (1);
25. Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I (1).

Больше всего респондентов представляли МФТИ (8), Томский политехнический университет (4) и НИУ ВШЭ (3). Программы тоже оказались весьма разнообразны, а напрямую связана с предпринимательством только программа технологического предпринимательства МФТИ. При этом респонденты зачастую обучались на технологических специальностях, таких как факультет мехатроники и автоматизации, системы управления и радиоэлектроники, факультет технологического образования, дизайна костюма, нанотехнологии, биологическая и молекулярная физика, инновационный менеджмент и др.

3.3. Статус респондентов

Статус респондентов можно было выбрать из несколько вариантов – студент / работник / предприниматель, респонденты могли назвать все их текущие статусы. Однако картина ответов оказалась более разнообразной. В группе с успешным опытом все десять интервьюируемых идентифицируют себя как предпринимателей, а четверо имеют другой формальный статус своей предпринимательской деятельности (самозанятый, ИП, ООО). Можно предположить, что остальные респонденты группы успешных также имеют формальный статус, но публично его не озвучили.

Респонденты из группы с менее успешным опытом зачастую указывали несколько

статусов, например студент и наемный сотрудник (таких оказалось 11 из 32). Большинство из этой группы (20 из 32) работают в качестве наемных сотрудников, еще 12 – учатся или отучились в недавнем времени, двое относят себя к предпринимателям, еще двое – к корпоративным предпринимателям. Можно отметить, что самоидентификация связана с фактором успешности предпринимательского проекта. Респонденты, идентифицирующие себя в качестве предпринимателей, зачастую имели успешные предпринимательские проекты. Если же участник интервью определял себя не как предприниматель, то и проект был либо неуспешен, либо поставлен на паузу.

3.4. Обучение предпринимательству

В интервью была заложена гипотеза о том, что успешные предпринимательские проекты чаще встречаются у тех, кто имеет опыт обучения предпринимательству [Martin et al., 2013]. При этом нам было важно понять, был ли у респондента опыт обучения предпринимательству – формального (курс/программа, факультативная и/или обязательная дисциплина) или неформального (программы, курсы и прочие инициативы, связанные с обучением предпринимательству и реализуемые за пределами основных образовательных программ вузов и организаций среднего профессионального образования). Также был задан вопрос о целях обучения предпринимательству (связи, знания, навыки, доступ к финансовым ресурсам или другое).

Первый вопрос звучал следующим образом: **«Учились (или сейчас учитесь) ли Вы в вузе? На какой специальности? Включало ли вузовское образование обучение предпринимательству (например, Вы обучаетесь на профильной программе бакалавриата или магистратуры по предпринимательству, или у Вас был обязательный или элективный курс по предпринимательству в вузе, Вы проходили программу в бизнес-инкубаторе)?»** Вопрос позволял определить, был ли у респондентов опыт формального обучения предпринимательству. Данный вопрос задавался 38 респондентам из 42. В группе успешных

предпринимателей опыт обучения был у половины (5 из 10), причем трое прошли профильную программу обучения предпринимательству в МФТИ, а двое – факультативные курсы по предпринимательству.

«Вы когда на кафедру поступаете, привязываетесь к какому-то проекту, к какой-то компании и там в качестве бизнес-девелопера занимаетесь развитием бизнеса, составляете бизнес-предложения, бизнес-проект ведете и параллельно с этим занимаетесь научной деятельностью, защищаете свой научный диплом, технический. Я занимался развитием бизнеса, написанием проектного плана, проектного предложения и параллельно – технической составляющей, разрабатывал автоматизированную систему управления этим заводом. Пришло это, конечно, от самой кафедры.»

(МФТИ, 30)

Среди участников интервью с менее успешным опытом картина обучения предпринимательству в формальном секторе схожая: из 32 респондентов опыт обучения предпринимательству есть у 16, десять человек проходили обучение по факультативным или обязательным дисциплинам, а шестеро – на специальных программах по предпринимательству (профильное обучение в МФТИ).

На вопрос об опыте в неформальном секторе ответили 38 из 42 респондентов. Неформальное обучение на различных курсах

вне вуза в рамках самообразования прошли 5 из 10 респондентов с успешным опытом и 18 из 32 менее успешных. Среди 18 ребят с опытом неформального обучения 14 обучались на дополнительных программах или самостоятельно (просмотр лекций, чтение книг), а четверо – на различных акселераторах вне вузов. Стоит отметить, что часть респондентов (3 из 32) к обучению относили участие в конкурсе технологических предпринимателей от Сколково.

В обеих группах обучение в неформальном секторе проходили больше респондентов, нежели в формальном (23 против 21), что может говорить о большей доступности первого (не нужно специальных знаний, проверка знаний на выходе минимальна) [Сорокин и др., 2021]. Статистика одновременного обучения на формальных и неформальных курсах и/или программах следующая: среди успешных респондентов – 2 из 10, среди менее успешных – 9 из 32 (табл. 5).

Табл. 5. Опыт обучения предпринимательству у респондентов интервью (человек)

Критерии	Респонденты с успешным предпринимательским опытом	Респонденты с менее успешным предпринимательским опытом
Всего в группе	10	32
Обучение предпринимательству в вузе (курсы или программы)	5	16
Обучение предпринимательству в неформальном секторе (за пределами вузов)	5	18
Обучение на курсах/программах формального и неформального секторов	2	9

Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

Вопрос о целях обучения был задан только 20 респондентам из 42, поэтому данные будут представлены на ограниченной выборке. Среди респондентов с успешным опытом 4 из 10 шли обучаться предпринимательству специально, для всех четверых было важным получение знаний и навыков, а еще для одного респондента значение также имело укрепление лидерских позиций:

«Я умею организовывать и вести коллектив, мне это доставляет удовольствие. Когда слышу одобрительные восклицания, что благодаря мне достигли какого-то успеха, это мне нравится.»
(НГУЭУ, 37)

Важно отметить, что в группе успешных респондентов никто не рассматривал обучение как доступ к финансовым ресурсам.

В группе с менее успешным предпринимательским опытом вопрос о целях обучения был задан 16 респондентам из 32, а вариативность причин пополнилась (участники называли одновременно несколько причин). Основной

мотив обучения предпринимательству – желание получить знания и навыки (рис. 8). На втором месте – возможность сформировать полезные связи (указали 6 из 32 респондентов).

«Для меня было помощью – найти потенциальных партнеров, либо клиентов, либо площадку для проведения. Так я получила контакты с партнерами по проведению площадки для опыта промышленных испытаний.»

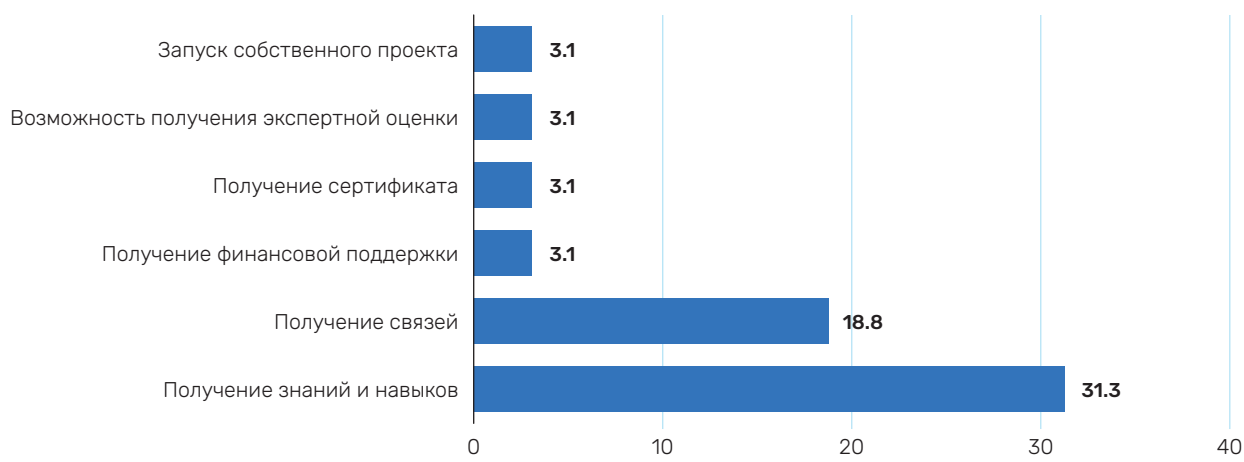
(ТПУ, 39)

Такие причины, как финансовая поддержка, получение сертификата, экспертная поддержка и запуск собственного проекта, были названы единожды.

«Была цель запустить свой проект. И когда нам выпала возможность выбрать курс дополнительный, мой друг, который знал о моих интересах, сказал, что там есть стартап-школа. Я немедленно записался на этот курс, очень ждал. Был какой-то период разочарования, тем не менее оценку получил, закрыл предмет и больше не возвращался.»

(Сколково, 12)

Рис. 8. Цели обучения на программах по предпринимательству (для респондентов с менее успешным опытом) (проценты)



Источник: НИУ ВШЭ, фокус-группы учащихся и выпускников программ обучения предпринимательству в рамках Мониторинга экономики образования, 2022 г.

Заложенная в интервью гипотеза о том, что лица с опытом обучения предпринимательству чаще имеют успешные предпринимательские проекты, не подтвердилась: опыт обучения чаще встречался у менее успешных. Кроме того, факт обучения не всегда связан с дальнейшей предпринимательской деятельностью. Так, среди 10 респондентов с успешным опытом только пять обучались на программах формального и/или неформального сектора. Среди 32 менее успешных респондентов опыт обучения предпринимательству на формальных

программах был у 16, на неформальных – у 18. Не подтвердилась также гипотеза о том, что у респондентов будет опыт обучения как на формальных, так и неформальных программах: опыт одновременного обучения был у двоих из десяти успешных респондентов и у 9 из 32 менее успешных. Для обеих категорий ключевой причиной обучения предпринимательству оказалось получение знаний, второе место занял критерий формирования связей, что подтверждается другими исследованиями [Fayolle et al., 2006].

3.5. Опыт реализации предпринимательского проекта

В течение всего интервью мы подробно говорили с респондентом о его наиболее актуальном проекте. Но интересно было узнать и о предшествующем опыте. Такой вопрос кажется существенным, поскольку показывает, что человек не случайно оказался в предпринимательской деятельности, что ему интересно и важно вести свой бизнес. Вопрос звучал так: **«Были ли у Вас попытки создания предпринимательского проекта до текущего? Расскажите коротко о них (сколько их было, в каких отраслях, были ли они прибыльными? Были ли они успешны и как Вы опишите критерии их успешности (сделали продукт, заработали денег, отчитались по гранту, привлекли клиентов, привлекли партнеров и т. д.)?»**

У девяти из десяти успешных респондентов ранее был предпринимательский опыт, что подтверждает нашу гипотезу: если предприниматель успешен сейчас, у него, скорее всего, уже был предпринимательский опыт. Сфера реализации проектов разнообразна – от актерского агентства до изготовления рентгеновских аппаратов. Большинство прошлых предпринимательских проектов были не успешными или не успели реализоваться, успешные проекты назвали только четыре участника. Также интересно отметить, что у шести респондентов из десяти прошлые проекты связаны с технологиями и наукой: это и медицина, и ИТ, и психофизиология, и добыча рения. Такой уклон может быть связан с выборкой

респондентов, многие из которых участвовали в конкурсе молодых технологических предпринимателей при поддержке Фонда «Сколково».

В группе менее успешных предпринимательские проекты в прошлом есть у 16 из 32 респондентов, но успешным прошлый предпринимательский опыт назвал только один, проекты

остальных 15 респондентов либо закрыты, либо их не получилось реализовать. Это значительно отличает группу успешных от менее успешных. Последние также пробовали себя в самых разных сферах – от продажи канцелярии до виртуальной реальности.

3.6. Первый опыт продажи

В интервью была заложена еще одна гипотеза: успешные предприниматели чаще, чем менее успешные, имеют опыт продаж уже в детстве, в школьном возрасте. Гипотеза основана на предположении, что успешный предприниматель проявляет свою предприимчивость уже на уровне простой перепродажи предметов в раннем возрасте. Вопрос звучал так: **«Можете вспомнить свой опыт первой продажи? Что и кому Вы продали? Когда это было? Может быть, в школьном возрасте? Что Вами двигало в тот момент: желание заработать, создать продукт, выделиться или что-то еще?»** Однако данную гипотезу удалось бы лучше проверить, если бы вопрос был задан всем участникам интервью. Вопрос не был задан 18 респондентам из 42, а ответы получены от пяти респондентов из десяти более успешных и от 19 из 32 менее успешных. Важно отметить, что под продажей не подразумевалась работа по найму и создание полноценного собственного бизнеса.

Из пяти более успешных респондентов об истории первой продажи рассказали трое. Главной мотивацией было желание действовать:

«Это было в школе. Мы открыли интернет-магазин по продаже электроники. Это был 8-й или 9-й класс. В тот момент только зарождался

Алиэкспресс, и не все знали, что это такое. Мы нашли нескольких поставщиков, открыли группу в ВК, сделали рекламу по нескольким другим группам и получили первых клиентов, которые произвели оплату... Деньги – это было прикольно, но это не было главным фактором. Мне просто хотелось что-то делать.»

(Сколково, 9)

В группе менее успешных из 19 ответивших история первой продажи есть у 11 – от продажи наушников из Китая до наклеек:

«Если вспомнить Авито, то да, был опыт... Это было еще в школьном возрасте. Тогда мне было, наверное, 11 лет или 10. У меня была игровая приставка. У меня было два диска, а мне хотелось еще один. Поэтому мне пришлось продать диск, который стоил дороже, чтобы купить этот диск, и мне еще хватило на другой диск. Это была моя первая продажа, которая позволила мне купить два диска.»

(Сколково, 2)

Полученная статистика может говорить о верности гипотезы о проявлении предприимчивости уже в школьном возрасте. С другой стороны, нельзя утверждать, что у более успешных предпринимателей есть опыт продажи в детстве, а у менее успешных он отсутствует или встречается реже.

3.7. Опыт неудачи в предпринимательстве

В исследовании также проверялась гипотеза о важности неуспешного предпринимательского опыта. Предполагалось, что успешный предприниматель чаще имеет подобный опыт, и это позволяет ему учитывать ошибки, учиться и далее делать успешный прорыв, а у менее успешных предпринимателей такого опыта нет или он встречается реже. Вопрос звучал следующим образом:

«Был ли у Вас опыт существенной неудачи

в предпринимательской деятельности? Имел ли этот опыт какие-то положительные эффекты для развития Вас как предпринимателя?»

Из десяти более успешных респондентов шесть сообщили, что имели опыт неудачи в бизнесе и что неудача оказалась полезной. Это подтверждает гипотезу о пользе и важности неуспеха в становлении успешным предпринимателем:

«Во всем есть положительный опыт несомненно, то есть негативный даже полезнее, чем положительный, он учит в дальнейшем не совершать такие же ошибки.»

(НГУЭУ, 37)

Только один респондент не имел неуспешного опыта в бизнесе, еще троим вопрос не был задан. Можно отметить, что неуспех в предпринимательстве объясняется респондентами по-разному: один говорит, что его подвел партнер, другой неверно собрал команду, а третий не довел проект до уровня реализации.

Из 32 менее успешных респондентов о наличии неудачного опыта говорят 11. Как и в группе успешных, называются разные причины неуспеха, в частности неверно собранная команда:

«Неудачный опыт команды. Я поняла, что если хочешь сделать хорошо – сделай сам или найди того, кто думает так же. Потому что, когда два человека руководствуются именно таким принципом, работать намного проще. Когда у людей не сходятся принципы и ценности, намного сложнее, потому что очень сложно объяснить, почему для тебя это важно и почему ты ставишь это во главу угла.»

(Сколково, 42)

Неудача может быть связана с непониманием потребности своей целевой аудитории (эту причину отметили двое):

«Неуспешный, это был интернет-магазин. Я хотела продавать одежду что-то типа 90-х,

в стиле 90-х. Я просто создала инстаграм-страничку, купила на каком-то рынке одежду... Я для себя вынесла определенный урок и считаю, что это положительный эффект... К примеру, я погорячилась с тем, что все свои деньги втюхала в эти костюмы, даже не подумав, нужны ли они людям. Было лето, зачем костюмы летом? То есть я вообще не подумала о том, в чем полезность моего товара и чем оно отличается от того же Wildberries, где людям проще заказать и у них будет плюс бесплатная доставка, они могут это мерить и вернуть назад.»

(НГУЭУ, 28)

Респонденты считают, что неудача была для них полезной, и двое респондентов говорят о том, что вообще не рассматривают свой опыт как неудачный:

«Два стартапа было. Они не взлетели, но я это не классифицирую как неудачи. Мне очень нравится, как сказал однажды Юрий Дудь, как бы мы к нему ни относились: «Не страшно ошибаться, а страшно быть унылым...». Наверно, это мой подход к предпринимательской деятельности в целом.»

(МФТИ, 38)

Десяти респондентам из 32 менее успешных вопрос не задавался, еще десять не имели опыта неудачи в предпринимательстве, а один не дал однозначного ответа. Таким образом, гипотеза о том, что неуспех считается важным опытом и что успешные предприниматели чаще имеют такой опыт, подтверждается.

3.8. Окружение предпринимателя

В исследовании тестировалась гипотеза о том, что к предпринимательству больше склонны те, у кого среди близкого окружения есть предприниматели. Вопрос звучал следующим образом: **«У Вас кто-то из родственников или друзей/знакомых имеет (имел) свой бизнес?»**

Из десяти респондентов с успешным опытом предпринимательства у девяти в близком окружении были предприниматели: у восьмерых – в семье, у одного – среди близких друзей.

Среди менее успешных респондентов роль близкого окружения также оказалась высока: у 22 из 32 среди близкого окружения были предприниматели, в 22 случаях – родственники,

в двух – друзья. Роль предпринимателей в близком окружении велика в том числе из-за возможности учиться:

«Да, достаточно много, и родители друзей, и мои родители этим занимаются. Но если смотреть, например, [на] моего папу и мое желание ему помочь: "Папа, я вычитала что-то... Папа, я была на курсах, давай мы так рассчитаем..." Он говорит: "Нет, я справлюсь сам, я знаю, как лучше". И он, например, не пользуется, у него нет никаких таблиц по расчетам, он как-то это уже делает, ну, возможно, из-за многолетнего опыта это происходит интуитивно, и мои знания тут ему не нужны. Но при этом он наставляет

и говорит... допустим, я ему рассказываю о своей затее с новым проектом, и он говорит, что, ну там, вот мое окружение воспользовалось бы этим или не воспользовалось. И я могу прислушиваться к его мнению, потому что я вижу его деятельность.»

(Сколково, 40)

Однозначно сказать, что наличие предпринимателей в близком окружении связано

с началом предпринимательской деятельности, нельзя, однако в данной выборке наличие предпринимателей среди окружения встречается чаще, чем факт прохождения специализированного обучения предпринимательству. Между тем в литературе отмечается, что позитивный предпринимательский пример является важным фактором для начала предпринимательской деятельности [Tarling et al., 2016].

3.9. Работать по найму или предпринимателем?

В рамках исследования респондентам задавался вопрос о выборе между корпоративной должностью с повышением заработной платы на 30% и вариантом остаться предпринимателем при условии отсутствия увеличения дохода. Дословно вопрос звучал так: **«Представьте, что у Вас есть работающий предпринимательский проект и Вам предложили корпоративную должность с зарплатой несколько больше (на 30%), чем на данном этапе Вам позволяет иметь предпринимательство. Перейдете ли Вы на нее? Почему да / почему нет?»**

Мы предполагали, что в группе более успешных выбор будет чаще в пользу варианта остаться предпринимателем, чем в группе менее успешных. В первой группе предпочли бы остаться предпринимателями семь из десяти опрошенных. Более того, респонденты уже сталкивались с подобным выбором, что укрепляет их позицию и нивелирует социально-желательный ответ:

«У меня такие ситуации были. Поэтому я бы точно сказал «нет». Корпоративная жизнь – это не совсем про меня. Я от нее ушел и не хочу пока туда возвращаться. Лучше построить свою корпорацию, нежели в корпорации работать.

Там очень долгое согласование бюджетов, у тебя связаны руки, и ты часто не можешь делать то, что ты хочешь, пока не являешься большим начальником. Когда ты уже становишься большим начальником, ты ничего не делаешь. Конечно, делаешь, но не своими руками. Все идеи, которые ты придумашь, делают люди, которые находятся под тобой. Но в общем я знаю, что смогу уйти в корпорацию, если что-то не так пойдет с моим продуктом.»

(Сколково, 9)

Выбор в пользу корпоративной должности с большим заработком сделал только один респондент, еще двоим вопрос не был задан.

В группе менее успешных 11 участников из 32 выбрали бы больший заработок на корпоративной должности, столько же – предпринимательство. Семерым респондентам вопрос не был задан, а трое ответили, что не могут дать однозначный ответ.

Можно сказать, что гипотеза относительно соотношения выбора предпринимательства между более и менее успешными оправдалась. Предпринимательство чаще выбирают респонденты из более успешной группы. При этом респонденты с менее успешным опытом также довольно часто склоняются к предпринимательству.



Заключение

Исследование было направлено на изучение факторов успеха предпринимательских проектов студентов и выпускников российских вузов. В рамках исследования проведены четыре фокус-группы и 42 интервью. Респонденты были разделены на две группы: с успешным предпринимательским опытом и с менее успешным предпринимательским опытом.

Главный вопрос исследования звучал так: «Что в большей степени влияет на успех предпринимателя: связи, финансовые показатели, навыки или личностные черты?» Ключевым показателем успеха оказались финансовые связи. Именно этот вид капитала выбирали наиболее успешные предприниматели выборки. Также все предприниматели, вне зависимости от успешности, признают важность команды. Если говорить о матрице капиталов, то наибольшую роль в успехе играют личные черты предпринимателя – настойчивость, вера в предпринимательский проект, способность мотивировать других участников.

Роль связей оказалась также существенна для большинства респондентов. При этом факторы финансов и навыков менее важны для предпринимателя. Однако на вопрос о том, чего не хватило для успешного проекта, респонденты выделяют навыки.

Под критериями успеха вновь подразумеваются финансовые показатели, но они фигурируют наряду с социальной важностью проекта, с решением запроса потребителя.

Также респонденты отмечали, что их близкие занимались предпринимательством, это тоже может быть фактором успеха.

Наиболее эффективными форматами обучения являются акселератор, питч-сессии, бизнес-встречи, менторская поддержка. Все лидирующие форматы обучения связаны с коммуникативными практиками, получением

обратной связи по проекту. Именно такие форматы могут быть рекомендованы для обучения предпринимательству.

В ходе исследования респондентам предлагалось выбрать наиболее эффективную из двух практик поддержки начинающих предпринимателей: финансовая поддержка в размере одного миллиона рублей либо доступ к стартап-студии. Независимо от успешности, респонденты считают более эффективной формой поддержки стартап-студии. С одной стороны, это может говорить о проактивности участников исследования: они объясняют свой выбор тем, что выдача денег не мотивирует предпринимателя. С другой стороны, работа в стартап-студии не подразумевает большую самостоятельность, присущую предпринимателю со своим проектом, поскольку в этом случае предлагается участие в уже готовом начатом проекте, с собранной командой и готовым капиталом.

Результаты интервью показали, что у наиболее успешных предпринимателей чаще встречается опыт развития нескольких бизнесов. Кроме того, для представителей обеих групп – и более успешных, и менее успешных – характерно наличие опыта первой продажи уже в детстве. Таким образом, подтверждается гипотеза о том, что предрасположенность к предпринимательству может формироваться уже с детства. Это может стать вопросом при отборе кандидатов на получение бизнес-образования.

В работе анализировалась роль неудачного опыта для предпринимателей. Анализ показал, что подобный опыт является важным фактором, способствующим дальнейшему успеху.

Важно отметить, что роль близкого окружения оказалась важнее, чем роль обучения предпринимательству. По мнению респондентов,

предприниматели в близком окружении могут помочь советом, стать ролевой моделью.

Участникам интервью задавался вопрос о выборе между предпринимательской карьерой и карьерой в найме (с более высокими доходами). Более успешные респонденты при выборе между своим предпринимательским проектом и корпоративной должностью с увеличением заработной платы на 30% чаще выбирают предпринимательский трек. Такой вопрос также может выявить намерения студентов при отборе на программы обучения предпринимательству.

По результатам исследования сформирован набор рекомендаций для вузов и федеральных институтов развития по созданию условий для масштабирования выявленного позитивного опыта и преодолению соответствующих барьеров.

- 1. Внедрить и масштабировать в вузах курсы по обучению предпринимательству для студентов всех специальностей. Курс может иметь формат факультатива для всех студентов вуза, независимо от специализации, а для части специальностей (например, экономики) – носить обязательный характер. При этом программа курса должна адаптироваться под индивидуальные запросы вузов и особенности отдельных специальностей.** Вариативность выборки участников интервью и фокус-группы показала, что интерес к предпринимательству (конкурсам, обучению и предпринимательским проектам) не ограничивается определенными специализациями. Соответственно, в вузах необходимо популяризировать предпринимательство независимо от специализации, на которой обучаются студенты.
- 2. Внедрить и масштабировать диагностические мероприятия в формате входного тестирования для программ и курсов по обучению предпринимательству с целью выявления потенциально более и менее подготовленных к предпринимательской деятельности студентов, что впоследствии позволит осуществлять дифференцированный подход при обучении.** Личностные черты – один из наиболее важных видов капитала, который необходим предпринимателям. При этом, в отличие, например, от навыков, личностные черты сложно приобрести

в рамках обучения. Подобное тестирование должно включать вопросы о готовности к изменениям, отношении к риску, мотивации к проактивности и пр. Оценка может быть проведена через тесты или экспертным путем (на усмотрение вуза).

- 3. Внедрить и масштабировать командное обучение: уделять особое внимание развитию навыков командообразования и работе в команде.** Наличие команды и ее качество является одним из ключевых факторов успеха, а потому необходимо уделять больше внимания развитию навыков командообразования, в том числе в рамках курсов и дисциплин, не связанных напрямую с предпринимательством.
- 4. Осуществить обновление программ по обучению предпринимательству в вузах: ожидаемые результаты обучения должны отражать конкретные навыки.** Одна из причин неуспеха заключается в нехватке навыков в области предпринимательства. Поэтому навыки следует выделять в качестве ожидаемого результата обучения на программах обучения предпринимательству.
- 5. Внедрить и масштабировать на программах/курсах по обучению предпринимательству практики обмена опытом с действующими предпринимателями (встречи с предпринимателями, питч-сессии, акселераторы и т. д.), прежде всего в вузах.** Наиболее эффективными форматами обучения предпринимательству являются те, которые предполагают получение обратной связи, основаны на коммуникации о проекте учащихся программ по предпринимательству.
- 6. Масштабировать наиболее эффективный институциональный дизайн, способствующий развитию экосистемы предпринимательства в вузах, – запуск стартап-студий.** Независимо от опыта успешности респонденты считают, что одной из более эффективных форм поддержки предпринимателей являются стартап-студии. Стартап-студии позволяют, с одной стороны, собрать команду, с другой – попробовать себя в качестве предпринимателя. При этом в формате стартап-студий ниже риски для студентов-участников. Все это свидетельствует о необходимости развития подобного формата.

7. Внедрить и масштабировать работу по осмыслению и описанию социальной компоненты создаваемых проектов: выработка социальной миссии проекта (для каких социальных групп / социальных проблем проект полезен/важен).
8. Внедрить в программы обучения предпринимательству метод кейс-стади: обеспечить возможность обучения на неуспешных примерах (кейсах) других предпринимателей и иметь возможность самому на практике проживать учебную ситуацию неуспеха. Респонденты отмечают важность неуспеха проекта (когда проект закрывается, не удается запустить проект и пр.). Поэтому необходимо

формировать у будущих предпринимателей толерантность к ошибкам.

9. Масштабировать привлечение практиков/бизнесменов с целью демонстрации позитивного примера и разбора опыта на примере ситуаций успеха/неуспеха. Главным фактором, оказывающим влияние на предпринимателя, оказалось наличие предпринимателей среди близкого окружения (семья или друзья). Однако подобное окружение было не у всех респондентов. Поэтому на программах обучения предпринимательству важно привлекать практиков/бизнесменов, которые могут показать позитивный пример, поделиться опытом.



Список источников

- НИУ ВШЭ (2021) Разработка и первичная апробация элементов инструментария для исследования проявления «агентности» среди учащихся (школьников и студентов), включая вопросы обучения предпринимательству. Лаборатория исследований человеческого потенциала и образования Института Образование НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2022) Startup Village-2022: «Техпредпринимательство. Выбор университета и студента» [Электронный ресурс]. <https://ioe.hse.ru/spo/news/707284134.html> (дата обращения: 16.10.2022).
- Лебедев П. А. (2010) Метод онлайн-фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). № 31. С. 92–114.
- Лонго Д. (2010) Онлайн-фокус-группы в формате форума: эффективность, проверенная международной практикой // Онлайн-исследования в России 2.0. М.: РИЦ «Северо-Восток». С. 169–173.
- Сорокин П. С., Повалко А. Б., Вятская Ю. А. (2021) Открытые инициативы по обучению предпринимательству: характеристика российского поля // Форсайт. Т. 15. № 4. С. 22–31.
- Baron R. A., Markman G. D. (2003) Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success // Journal of Business Venturing. Vol. 18. № 1. P. 41–60.
- Bernhardt J. et al. (2017) Joint CASE Report on Cooperation between higher education institutions and companies and Evaluation of regional pilots. Case (Competencies for A sustainable Socio-Economic development).
- Chen S. C. et al. (2015) Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students? // International Entrepreneurship and Management Journal. Vol. 11. № 3. P. 557–569.
- Davey T., Hannon P., Penaluna A. (2016) Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship: Introduction to the special issue // Industry and Higher Education. Vol. 30. № 3. P. 171–182.
- De Clercq D., Menzies V. T., Diochon M., Gasse Y. (2009) Explaining nascent entrepreneurs' goal commitment: An exploratory study // Journal of Small Business & Entrepreneurship. Vol. 22. № 2. P. 123–139.
- Fayolle A., Gailly B., Lassas Clerc N. (2006) Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology // Journal of European Industrial Training. Vol. 30. № 9. P. 701–720.
- Fomina Y., Chahine T. (2019) Responsible People Palgrave Studies in Governance, Leadership and Responsibility // Social Entrepreneurship Factors of Success and Failure in the Omsk Region of Russia. P. 89–111.
- Iacobucci D., Rosa P. (2010) The growth of business groups by habitual entrepreneurs: The role of entrepreneurial teams // Entrepreneurship Theory and Practice. Vol. 34. № 2. P. 351–377.
- Lechner C., Dowling M. (2003) Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms // Entrepreneurship & Regional Development. Vol. 15. № 1. P. 1–26.
- Martin B. C., McNally J. J., Kay M. J. (2013) Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A metaanalysis of entrepreneurship education outcomes // Journal of Business Venturing. № 28(2). P. 211–224.
- Nabi G. et al. (2017) The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda // Academy of Management Learning & Education. Vol. 16. № 2. P. 277–299.
- Skala A. (2019) Digital Startups in transition economies. Springer International Publishing.
- Staniewski M. W. (2016) The contribution of business experience and knowledge to successful entrepreneurship // Journal of Business Research. Vol. 69. № 11. P. 5147–5152.
- Tarling C., Jones P., Murphy L. (2016) Influence of early exposure to family business experience on developing entrepreneurs // Education + Training. Vol. 58 № 7/8. P. 733–750.

Yli Renko H., Autio E., Sapienza H. J. (2001) Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology based firms // *Strategic Management Journal*. Vol. 22. № 6–7. P. 587–613.

Zhang Y., Dai Y., Chen H. (2021) Analysis of entrepreneur mental model and construction of its portrait // *Computer Science and Information Systems*. № 18(4). P. 1239–1252.

**Сорокин Павел Сергеевич,
Вятская Юлия Алексеевна,
Черненко Светлана Евгеньевна**

**ФАКТОРЫ УСПЕХА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ СТУДЕНТОВ
И ВЫПУСКНИКОВ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ**

Информационный бюллетень

Редакторы А. В. Бреус, М. Ю. Соколова
Дизайн И. В. Цыганков
Компьютерный макет Н. А. Петяева

Подписано в печать 19.11.2022.
Формат 60×84¹/₈. Бумага мелованная. Печ. л. 4.0.
Тираж 70 экз. Заказ № 31334.

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, Мясницкая ул., 20

Отпечатано в ИП Капель Евгения Павловна
111395, Москва, ул. Красный Казанец, д. 3, корп. 2
Тел.: +7 (495) 740-00-77

Национальный
исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)



Проект
«Мониторинг экономики
образования»



Статистический обзор
«Среднее профессиональное
образование в России»



Аналитический доклад
«Среднее профессиональное образование
в России: ресурс для развития экономики
и формирования человеческого капитала»



Статистический обзор
«Дошкольное образование
в России»



Аналитический доклад
«Векторы развития дошкольного образования
в условиях современных вызовов»



Статистический обзор
«Высшее образование
в России»



Аналитический доклад
«Школьное образование в контексте
национальных целей и приоритетных проектов»



Информационные бюллетени
серии «Мониторинг экономики
образования»



Сборник
«Мониторинг экономики
образования: 2020»



Статистический сборник
«Индикаторы образования»



Краткий статистический сборник
«Образование в цифрах»

