



Исследовательская группа ЦИРКОН
109028, Москва, ул. Солянка, д.3, стр.1,
тел./факс: (495) 621-3415,
www.zircon.ru, info@zircon.ru

Формирование позитивного образа технологического предпринимательства в сознании российской молодежи

Аналитическое резюме по результатам дискуссионных фокус-групп



Оглавление

Введение.....	3
1. Общие представления о хорошей работе и успешной карьере.....	3
2. Сравнительное восприятие привлекательности научной деятельности и бизнеса.....	5
3. Представление о возможности совмещения науки (высоких технологий) и бизнеса в России и в мире	6
4. Медиа-предпочтения молодежи. Возможные каналы информации о ТП	8
5. Возможные рекомендации по формированию позитивного образа технологического предпринимательства в среде российской молодежи	9



Введение

Настоящий документ представляет аналитическое резюме по результатам серии дискуссионных фокус-групп (всего 4 ДФГ) по теме **«Формирование позитивного образа технологического предпринимательства в сознании талантливой молодежи»**. ДФГ реализованы в период с 27 апреля по 15 мая 2013 г.

Целью исследования являлось получение информации, необходимой для разработки информационно-пропагандистской кампании по продвижению ценностей и мотивов технологического предпринимательства среди молодежи.

Характеристики участников ДФГ представлены в *организационно-методическом отчете* и *транскриптах* (стенограммы ДФГ), являющихся приложениями к настоящему резюме.

При разработке инструментария авторы исходили из предположения (подтвердившегося в ходе проведения ДФГ), что молодые люди в России сегодня слабо представляют себе, что такое технологическое предпринимательство (далее по тексту - ТП). В связи с этим обсуждать напрямую проблематику ценностей и мотивации ТП неэффективно. Сценарий ДФГ строился таким образом, чтобы последовательно выявлять представления молодых людей о хорошей и престижной работе, успешной карьере, т.е. об общих ценностях профессиональной деятельности, разделяемых ими. Далее выяснялись представления о научной и бизнес-деятельности, их привлекательных и непривлекательных характеристиках, и, наконец, о возможности совмещения науки (высоких технологий) и бизнеса как профессиональной основы ТП.

Настоящее резюме по итогам ДФГ представляет результаты обсуждения в той же последовательности.

1. Общие представления о хорошей работе и успешной карьере

Анализ представлений участников о «хорошей», «престижной» работе показал, что молодые люди настроены скорее прагматично, чем романтично. Во всяком случае, ценности материального характера не просто разделяются, но во многих случаях ставятся на первое место при определении «работы мечты».

Совокупность характеристик, которыми наделяется «хорошая работа», можно представить обобщенно в виде триады: стабильный и высокий заработок – содержание работы – условия работы (чаще для школьников и студентов), либо содержание работы - стабильный и высокий заработок – условия работы (чаще для аспирантов и студентов по специальности ТП). Т.е. **зарплата** всегда либо на первом, либо на втором месте, никак не ниже.

Содержание «хорошей» работы описывается несколькими понятиями:

- интересная работа (чаще у школьников несколько неопределенно),
- работа, приносящая удовлетворение,
- творческая работа,
- работа, которая позволяет интеллектуально развиваться и самореализовываться,
- работа, позволяющая делать карьеру,
- работа, позволяющая приносить благо обществу.

Цит.: На первое место я ставлю материальный достаток, далее самореализацию, а на третье место поставил бы какие-то социальные гарантии и защищенность.



Перечисленные участниками **условия** «хорошей» работы можно разделить на 2 группы:

- а. условия, составляющие соцпакет – отпуск, оформление по трудовой книжке, «белая» зарплата,
- б. условия, обеспечивающие творческий комфорт – свободный график, возможность самостоятельно выбирать задачи и способы их решения, хороший коллектив.

Довольно неожиданным для молодых людей оказалось часто выражавшееся стремление к «гарантиям» и «стабильности» (даже у школьников ценность стабильности продвигалась активно). «Риск» для многих респондентов (за редкими исключениями) воспринимается в негативной коннотации, в частности, *риск* приписывается бизнес-деятельности как ее непривлекательная черта.

На первый взгляд, результаты дискуссий демонстрируют противоречие между выражаемым стремлением к «стабильности», с одной стороны, и желанием свободного и гибкого графика, а также высоким уровнем мобильности - с другой. Правда, в ходе проведенных дискуссий мобильность выражалась по большей части через декларируемое намерение к отъезду за границу, однако данными других исследований высокая мобильность молодежи (выраженная и в иных формах) подтверждается. Противоречия здесь, на наш взгляд, нет. Пожелания стабильности респонденты относят в основном к потенциальному работодателю (стабильная работа – значит, не прогорит, не закроется, не уволят) и шире к *внешним* условиям, а мобильность – это собственное стремление к переменам, развитию и т.п., т.е. личная (*внутренняя*) характеристика.

Успех в профессиональной деятельности, «успешная карьера» описывается либо через должностной рост (стать начальником и иметь подчиненных), либо через рост заработка, либо (уже у более зрелых аспирантов) через достижение поставленной цели за желаемое время. Иногда – впрочем это редкие высказывания – успех карьеры определялся через достижение блага для общества.

Цит.: *Каждый определяет для себя какую-то рамку, чего он хочет добиться, и какое-то время.*

Цит.: *Оставить что-то после себя. Это вклад в общественную деятельность, наверное, так. Сделать что-то не только для себя, не только для своей семьи, но и для общего блага.*

Дискуссии выявили довольно распространенный настрой молодых людей на отъезд работать за границу, который особенно проявлялся в группах школьников и студентов (не по специальности ТП), как минимум – на временное пребывание (с перспективами возврата). Аргументация довольно простая: «там» лучше условия жизни, выше заработка, лучше состояние науки, как следствие – выше возможности для саморазвития и получения опыта, интересно посмотреть «как там». Хотя присутствует и мнение (шире представленное в группе аспирантов и студентов по специальности ТП) о том, что именно в России больше возможностей для самореализации, дополненное размышлениями «патриотического» характера.

Вопрос о привлекательных местах «хорошей» работы при варианте «остаться в России» не выявил большого разнообразия. Многие участники выбирали вариант крупной российской компании либо крупной международной компании, исходя, в том числе, из соображений стабильности и гарантий. Работа в небольших частных компаниях представ-



ляется нестабильной (может разориться, рухнуть и т.п.). Свой бизнес интересен для части участников, но представления о его характере пока довольно неопределенные. Часто открытие своего бизнеса рассматривается как определенный этап, следующий за получением опыта в крупной государственной или международной компании, т.е. рассматривается как элемент профессиональной траектории, но именно не как ее старт, а как возможный путь реализации накопленного в крупных госкомпаниях опыта.

2. Сравнительное восприятие привлекательности научной деятельности и бизнеса

Практически всеми участниками дискуссии признавалась возможность и науки, и бизнеса быть «хорошей» работой. Наборы привлекательных черт науки и бизнеса в восприятии молодых людей частично пересекаются (как и не привлекательные). Так, привлекательными чертами и науки, и бизнеса являются:

- возможность самореализации, воплощения своих идей, творческий подход,
- независимость и свобода (в науке – возможность выбирать задачи и способы их решения; в бизнесе – «сам себе начальник», работа «на себя»),
- возможность приносить пользу для общества.

Присутствуют и различия во мнениях – частью участников за наукой признается больший потенциал для творчества (возможность делать открытия, создать нечто новое и т.п.), а бизнес воспринимается как нечто «неромантичное», однотипное и неинтересное. Другие, напротив, именно в бизнесе видят идеальные возможности для самореализации, необходимость приобретать новые компетенции, развивать новые практики, проявить лидерские качества.

По сути основной минус **научной деятельности** – в России – в восприятии молодых людей: низкие заработки ученых, неуверенность в завтрашнем дне – это противопоставляется бизнесу, дающему возможность «больших денег».

К минусам научной деятельности относят также состояние кадров, молодежь довольно откровенно и порой резко отзывается о старшем поколении в науке («одни пенсионеры», «консервативные», «ничего не понимают», «отстали», «не дают развиваться» и т.п.). Некоторые участники говорили, что не хотели бы видеть себя такими же в научной сфере через какое-то время. Считается, что сегодня в России наука не столь развита, как на Западе, нет хорошего оборудования, инвестиций и т.п. Многие участники из числа студентов и аспирантов уже работают, т.е. их оценки ситуации в науке можно рассматривать как основанные на собственном опыте.

В свою очередь непривлекательные черты **бизнеса** – риск, возможность прогореть, конкуренция (в науке как раз отмечается стабильность).

Характерной особенностью, общей для нынешней российской науки и бизнеса признается засилье чиновников, неразвитое законодательство, коррупция.

В вопросе сравнения репутации науки и бизнеса в обществе мнения разошлись. Школьники почти единогласно считают, что уважением в обществе пользуется бизнес, в других группах также есть сторонники этого взгляда. Бизнесмен – независимый и обеспеченный человек, который пользуется уважением; о прежнем образе (имеется в виду образ бизнеса 90-х годов) забыли, уже привыкли, возможно, именно поэтому наиболее молодые участники дискуссий – школьники – высказались в пользу высокой репутации



бизнесмена. Аспиранты, выбравшие научную стезю, чаще выражали мнение, что в стране выше репутация ученого (хотя и не настолько, как на Западе). Высказывались сожаления, что позитивный образ ученого не продвигается, как раньше, в культуре (кино, литература) и СМИ.

Вообще, заметно различие в оценках репутации науки вообще и науки в России, которая сегодня находится, по мнению некоторых участников, в подавленном состоянии.

3. Представление о возможности совмещения науки (высоких технологий) и бизнеса в России и в мире

Эта часть дискуссии серьезно «развела» группы: с одной стороны, школьники, студенты и аспиранты, с другой – студенты, обучающиеся по специальности «технологическое предпринимательство». Дискуссии показали, что само понятие «технологическое предпринимательство» для молодых людей (за исключением обучающихся по этой специальности), по сути, неизвестно. Вопрос модератора «*можно ли совместить науку, высокие технологии и бизнес?*» повисал в воздухе, представления о том, что такое стартап, оказались туманными (за редким исключением).

Позиции в отношении к совмещению науки и бизнеса фактически формировались в ходе дискуссий – от сомнений (бизнесу нет смысла вкладываться в науку, т.к. прибыль от изобретения слишком отложена во времени и вообще призрачна) до попыток привести и оценить примеры имеющихся практик. По итогам дискуссий вывод, что такое совмещение в принципе возможно, складывался во всех группах.

Приводимые респондентами примеры успешного ТП были в основном зарубежные: Гейтс, Джобс, Цукерберг, союз Даймлер-Бенц, немецкая компания АББ, С.Брин. Вопрос об отечественных примерах вызывал ступор, однако кое-что все же вспоминалось (иногда люди, иногда разработки, успешные технологически и/или с точки зрения бизнеса): Касперский, П.Дуров, некий «ученый из Зеленограда», создавший и успешно продавший программу для Skype, разработка видеорегистраторов скорости движения автомобилей, В.Гапонцев (известный, правда, только студентам ТП).

Многие участники придерживаются мнения, что сегодня успешные примеры совмещения науки и бизнеса в России – скорее исключение, чем правило, поскольку реализация ТП, по их мнению, очень сложна. Однако в процессе размышлений некоторые молодые люди (не из числа обучающихся по ТП) смогли сформулировать положительные стороны такого совмещения – в технологическом предпринимательстве складываются позитивные стороны науки и бизнеса либо нейтрализуются их негативные моменты.

Цит.: Здесь и наука, и бизнес, и в идеале, тут деньги такие же, как в бизнесе, а плюсы такие же, как в науке. То есть, вы удовлетворены своей работой, вам все нравится, и вы работаете по специальности, и можете реализовывать себя так, как вам захочется. А деньги вы получаете столько, как когда имеете свое дело. Это успешное технологическое предпринимательство.

Цит.: Это, во-первых, больше доходов, чем просто наука. В науке ты что-то изобрел, продал патент, и ты опять на нуле. А тут ты можешь начать это продавать, параллельно что-то новое изобретать, и уже у тебя будет стабильный доход от прошлого изобретения. Но при этом у тебя опять же, свобода, и ты делаешь то, что хочешь..



У тех, кто обучается по специальности «Технологическое предпринимательство» вопрос о возможности совмещение высоких технологий и бизнеса не вызывал сомнения. Дискуссия развернулась вокруг вопроса о том, возможно ли это совмещение в одном лице (в одном человеке) или нет.

Большинство придерживается позиции, что удачное совмещение науки и бизнеса в одном лице либо невозможно, либо возможно только в виде исключений. Это связано с тем, что научная и бизнес деятельность требуют слишком разных компетенций и разных психотипов. Ученый – разбирается в науке и технологиях, он усидчивый и аккуратный, может работать за идею (своего рода чудака – как в описании одного из участников «*В общем-то, работа, которую можно выбрать, она может как-то никем никак не оцениваться как какая-то нужная. Занимается каким-то делом, например, чудака, и пускай занимается, а для него это, может быть, смыслом жизни или на таком уровне находиться, то есть, ему до этих слов престиж и так далее до лампочки*»). Бизнесмен должен иметь другие компетенции – знание менеджмента, бухучета, юриспруденции; он должен стремиться к прибыли и быть агрессивным, жестким...

Однако защищался и тезис о возможности совмещения науки и бизнеса в одном лице: «*для человека, который разобрался в физике и математике, нет большой проблемы разобраться в менеджменте и в том, как сделать так, чтобы получать прибыль*».

Более реальным молодым людям представляется совмещение науки и бизнеса в виде объединения двух или нескольких человек с разными качествами – ученого (изобретателя) и предпринимателя (инвестора, «продюсера» и т.п.).

Цит.: *Вот здесь как раз этот провал и возникает, потому что люди, которые занимаются наукой – они в бизнесе в основном не сведущи, а люди, которые занимаются бизнесом – они от науки далеки. И вот найти точки соприкосновения бывает довольно сложно.*

Цит.: *Нужно два человека, или команда. Ученый или группа ученых разрабатывают свои методы, технологии, но если они захотят продавать, у них будет конфликт с другим миром. Для них это другой мир, и они могут просто не понимать друг друга. Для того и нужны технологические предприниматели, которые будут являться связующим звеном между учеными и внешним миром.*

Следует отметить при этом, что те, кто придерживается мнения о возможности совмещения науки и бизнеса в одном лице, по большей части уверены, что идти нужно «от науки к бизнесу», а не наоборот, иными словами, рекрутирование технологических предпринимателей должно производиться из ученых, изобретателей и т.п. Чтобы быть успешным ТП, человек, по мнению молодых людей, должен разбираться в том, что он будет реализовывать. Кстати, некоторые студенты, обучающиеся по специальности ТП, объясняли свой выбор (почти всегда, по их мнению, осознанный), таким образом: «*Я могу понимать научные процессы, но я не хочу заниматься этим*». Для них техническое образование развивает особый склад ума – аналитический, который потом можно применять в других областях деятельности.



Кстати, уход из науки в ТП по причине того, что человек понял, что «не хочет этим заниматься», может скрывать и понимание того, что «я не могу этим заниматься», т.е. не могу удовлетворять высоким требованиям научной карьеры. Это прозвучало, в частности, в словах одного студента, который сказал, что технологическими предпринимателями могут стать троечники (как он сам), которые не тянут в науке (по разным причинам), но в силу особых личностных черт вполне могут быть успешными предпринимателями (при этом разбирающимися в технологиях). Таким образом набор дополнительных компетенций, необходимых для занятия бизнесом, снимает для таких молодых людей комплекс неполноценности по отношению к научной деятельности, поскольку делает их профессионалами в другой области, более высокими, чем «просто ученые».

Цит.: Я считаю, что сначала человек должен стать ученым, разобратся, а если он уже ученый, то для него не составляет большого труда разобратся в экономике. Ученые больше всего представляют, какой продукт они делают, для кого, а как продать – я думаю, он сможет тоже реализовать.

Цит.: Коллектив, команда, которая называется «мозговой центр» – люди, ученые, перед которыми ставятся задачи, а предприниматель – это человек, который их реализует. Он должен разбираться, чтобы знать, каким будет продукт на выходе.

Участникам группы студентов, обучающихся по специальности «Технологическое предпринимательство», модератор предложил поразмышлять, как можно привлечь молодежь в ТП. Была высказана мысль о необходимости рассказывать **истории успеха**, создавать позитивный образ ТП. Именно через истории успеха можно рассказывать, что ТП – не такое уж сложное дело, что им можно зарабатывать деньги. Прозвучала даже мысль, что это может быть национальной идеей – идеей, ради которой люди бы работали.

Цит.: Мне кажется, это очень банально, но для того чтобы люди хотели стать технологическими предпринимателями, нужны success stories. В свое время был Гагарин, и все хотели стать космонавтами.

Однако, очевидно, что на настоящем этапе необходимо просто популяризировать в массовом сознании само понятие ТП – как видно из результатов ДФГ, оно не на слуху даже у продвинутой части московской молодежи. Поэтому, судя по результатам дискуссий, популяризация ТП должна быть на нынешнем этапе не массовой, а таргетированной, направленной на узко очерченные группы молодежи, более восприимчивые к основным целям и ценностям ТП.

4. Медиа-предпочтения молодежи. Возможные каналы информации о ТП

Вопреки ожиданиям, по словам участников, книги они читают довольно регулярно (правда, часто в электронном виде). Это, помимо необходимой научной литературы, чаще всего беллетристика (жанры разные). Ответ на вопрос об интересе к книгам о развитии науки, ученых, об успешных карьерах вызвал скорее отрицательную реакцию,



за редким исключением (в основном среди обучающихся по ТП). Научно-познавательная литература была отмечена в основном в группе обучающихся по ТП.

ТВ и радио – не очень популярный канал информации – иногда новости, кино, некоторые каналы (Культура, Дискавери и т.п.).

Газеты – не их история, как и журналы (за исключением сугубо научных по своей специальности – для аспирантов и студентов). Научно-популярные журналы сегодня непопулярны (лишь пара человек сказали, что читали «Занимательную механику», но это близко к их специализации).

Безусловно, основной канал получения информации – интернет. Его используют и для скачивания фильмов и книг, и для поиска информации для учебной деятельности, и для прочтения новостей – это наиболее осознанная часть потребления сетевой информации. Почти все представлены в социальных сетях (хотя есть и редкие исключения). По словам участников, круг сетевого общения не очень большой, иностранцев среди «френдов» мало. Формы и мотивы коммуникаций не очень определены. Уровень доверия к информации из интернета зависит от типа информации – меньше всего доверия к информации из соцсетей (за исключением случаев, когда речь идет о доверии к конкретному человеку или об общении в группах по интересам). Мало доверия к информации из ТВ.

Некоторым особняком в этом плане стоит группа обучающихся по ТП. Для многих важным источником информации является личное общение – с преподавателями, лидерами мнений, с коллегами.

5. Возможные рекомендации по формированию позитивного образа технологического предпринимательства в среде российской молодежи

- Поскольку, как выяснилось в ходе исследования, понятие «технологическое предпринимательство» очень слабо представлено в сознании даже вполне продвинутой московской молодежи, а представления о возможности совмещения высоких технологий и бизнеса не актуализированы, для их перевода в разряд осознанных позиций требуются специальные и немалые усилия общенационального (государственного) масштаба, что явно выходит за пределы возможной концепции PR-кампании. Поэтому информационная кампания по продвижению и популяризации ТП на сегодняшний день должна быть таргетированной. В качестве целевых аудиторий целесообразно рассматривать технические вузы, которые потенциально заинтересованы в открытии специальностей, связанных с ТП, либо бизнес-школы.
- Продвижение технологического предпринимательства в среде обучающихся в технических вузах должно опираться на мысль о том, что ТП снимает возможный психологический дискомфорт, возникающий в результате ухода из науки. Для некоторых выпускников этот уход (например, в бизнес) воспринимается как «измена» либо как «неудача». Занятие ТП может продвигаться как «приличное» решение проблемы: это бизнес, но в сфере науки, к тому же он требует дополнительных компетенций, которыми не владеют «ученые», что компенсирует «слабость».



- Технологическое предпринимательство может продвигаться как «чистое», «перспективное» и «устойчивое» предпринимательство. С одной стороны, ТП не отягощено «грехами» «обычного» бизнеса. С другой стороны, динамика научно-технического прогресса более устойчива, чем коммерческая конъюнктура, что означает большую «надежность» предпринимательства в области высоких технологий по сравнению с бизнесом в сфере традиционных товарных рынков, где риски очень высоки. Безусловно, ТП – весьма рискованная деятельность по определению. Но результаты исследования демонстрируют склонность молодежи к поиску надежных траекторий. Отсюда – рекомендация продвигать ТП как более надежный бизнес в смысле стратегических перспектив.
- Как показывают результаты данного, а также других исследований, у молодежи сегодня отсутствуют представления о долгосрочных жизненных и профессиональных траекториях. В их представлениях (и в реальности) внешний контекст меняется очень быстро, и поэтому долгосрочное планирование бессмысленно. Вероятно, у молодежи есть заинтересованность в выборе сфер деятельности, позволяющих ей чутко реагировать на изменение контекста. Технологическое предпринимательство ориентировано на *инновации*, и в этом смысле технологические предприниматели в более «выгодном» положении, т.к. ТП дает возможность всегда быть «в топе», «в тренде», «не отстать».
- Важным элементом популяризации ТП могут стать *истории успеха*. Сегодня исследования фиксируют дефицит «героев», особенно в информационном поле. Необходимо продвижение конкретных историй успеха – и в науке, и в технологическом предпринимательстве. При этом следует иметь в виду зафиксированное в исследовании негативное восприятие кадрового состава сегодняшней российской науки («очень много старых и пожилых»). Молодые люди не хотят видеть себя такими же в этой сфере через 20 лет. Вероятно, следует более близкие для молодежи позитивные примеры.