



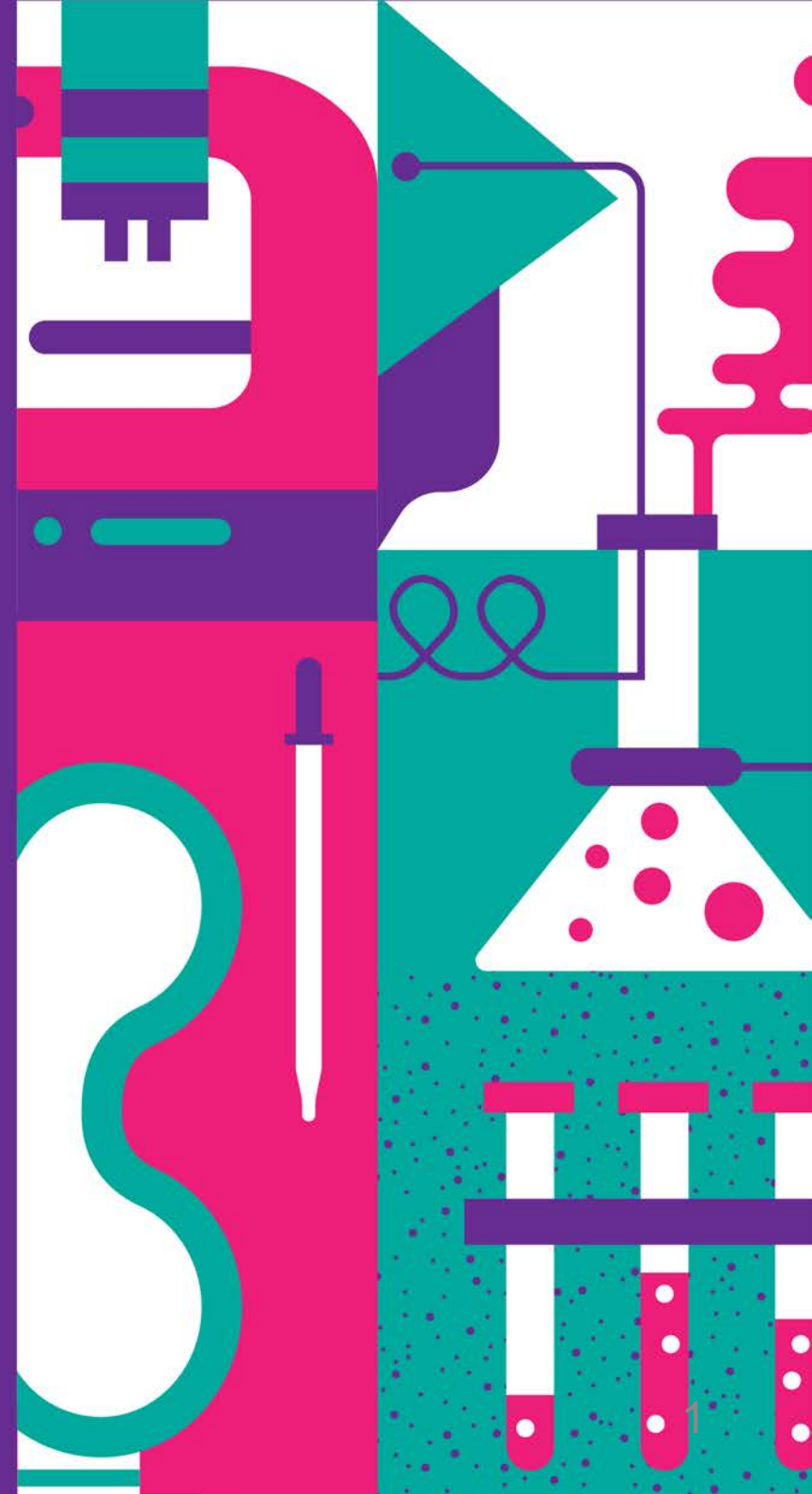
АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
МОСКВЫ

ГОТОВНОСТЬ К ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Ученые

Сентябрь 2023

© ГБУ «Агентство инноваций Москвы»



Ключевая цель исследования – оценить готовность ученых Москвы к открытию собственного технологического бизнеса*. Для этого мы проанализировали данные опроса, который репрезентирует состав российских ученых по полу и возрасту (всего было опрошено 200 человек).

В целом, ученые положительно относятся к технологическому предпринимательству. Абсолютное большинство (71%) считает его хорошим карьерным выбором, более чем у половины уже был предпринимательский опыт.

Позитивное отношение пока не конвертируется в предпринимательские намерения. Только 39% ученых планируют открыть собственный технологический бизнес в ближайшие три года. Более склонны к предпринимательству:

- мужчины до 40 лет;
- выбравшие прикладной трек исследовательской карьеры (работают в R&D-подразделении коммерческой компании или научном институте);
- имеющие собственные изобретения / разработки;
- занимающие руководящие должности.

Исходя из отношения ученых к предпринимательству и планов по открытию собственного бизнеса, мы **разделили всех респондентов на шесть групп.**

ОТКРЫЛИ ИЛИ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫТЬ СВОЙ БИЗНЕС

4% – технологические предприниматели** совмещают бизнес и работу в найме

- Инженерно-техническое образование, нет ученой степени
- Есть предыдущий предпринимательский опыт и собственные изобретения
- Часто занимают руководящие позиции

30% – мотивированные к предпринимательству считают предпринимательство хорошим карьерным выбором и планируют открыть свой бизнес

- Инженерное или IT-образование
- Есть предпринимательский опыт и собственные изобретения
- Часто занимают руководящие позиции

9% – вынужденные предприниматели планируют открыть свое дело, но не считают предпринимательство хорошим карьерным выбором

- Инженерно-техническое образование
- Нет ученой степени, линейные специалисты
- Работают в конструкторских бюро
- Есть предпринимательский опыт (чаще отрицательный) и собственные изобретения

Пол и возраст критически не влияют на предпринимательские намерения, за исключением того что люди старшего возраста (50+ лет) чаще затрудняются ответить про свое отношение к предпринимательству или планы по открытию бизнеса.

НЕ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС

33% – лояльные к предпринимательству, но не планируют переходить из науки в бизнес

- Инженерно-техническое или IT-образование, более чем у трети есть ученая степень
- Только у половины есть предпринимательский опыт
- Линейные специалисты

13% – незаинтересованные в предпринимательстве

- IT-образование
- Работают в малых инновационных предприятиях (МИП)
- Есть предпринимательский опыт (чаще отрицательный)
- Линейные специалисты

12% – неопределившиеся** затруднились ответить на один из вопросов

- 50+ лет
- Общественное или гуманитарное образование
- Сотрудники вузов, чаще всего доценты или преподаватели

* В данном исследовании мы сфокусировались исключительно на технологическом предпринимательстве, поэтому везде, где речь идет о предпринимательстве имеется в виду «технологическое предпринимательство». Исключение – это вопрос о предыдущем предпринимательском опыте, под которым подразумевается любой предпринимательский опыт.

** Подробно не описывались, т.к. не являются фокусом исследования.

Ключевое отличие вынужденных от мотивированных к открытию собственного дела ученых – это преобладание почти исключительно отрицательного предпринимательского опыта и работа на неруководящих позициях.

МОТИВИРОВАННЫЕ

В группу входят **молодые руководители 30–39 лет** с инженерным или IT-образованием, которые **имеют опыт предпринимательства**, как положительный, так и отрицательный. Среди мотивированных **на 8 п.п. больше женщин**, чем среди ученых в целом. 63% респондентов этой группы рассчитывают **коммерциализировать собственные изобретения и разработки**, и у большинства уже есть конкретные бизнес-идеи.

Основной стимул ученых, планирующих открыть бизнес, – желание зарабатывать больше. Мотивированные также **проявляют лидерские амбиции** – стремятся создать продукт №1 на рынке и окружить себя сильными и талантливыми людьми. Кроме того, 20% утратили интерес к научной работе, что побудило их искать новые возможности в предпринимательстве.

Мотивированные ученые интересуются как научными, так и бизнес-асpekтами современных технологий и четко понимают, что такое технологический бизнес. **95% изучало вопросы, связанные с открытием бизнеса**, в т.ч. на платных курсах, что демонстрирует их готовность вкладываться в развитие необходимых знаний и навыков.

62% мотивированных к предпринимательству ученых испытывает тревогу, думая об открытии собственного бизнеса: боятся сделать ненужный продукт, разочароваться в идее или разориться.

Основными ресурсами, которых не хватает для открытия своего дела, респонденты называют деньги, время и партнеров. Ученые без предпринимательского опыта чаще считают отсутствие финансов главным препятствием, но затрудняются определить, на какие цели им необходимы инвестиции. С другой стороны, опытные в бизнесе чувствуют потребность в команде и, что интересно, в еще большем предпринимательском опыте.

77% организаций, в которых работают мотивированные к предпринимательству, **проводят специальные мероприятия для развития бизнес-навыков** своих сотрудников, чаще всего образовательные программы, и финансово поощряют новые разработки. Ученые данной группы активнее остальных пользовались городской поддержкой для предпринимателей.

ВЫНУЖДЕННЫЕ

К группе относятся **молодые инженеры среднего звена, работающие в конструкторских организациях и не имеющие ученой степени.** Абсолютное большинство (89%) – мужчины.

Вынужденные предприниматели **планируют построить бизнес исключительно на основе собственных разработок**, которые пока есть только у половины. Все интересуются современными технологиями, особенно историями изобретений и стартапов, а также изучали открытие бизнеса, в основном в рамках высшего образования.

У 94% ученых этой группы был отрицательный предпринимательский опыт. Поэтому они гораздо больше, чем остальные группы респондентов, переживают из-за открытия бизнеса. Их страхи в основном эмоциональные, а не финансовые: ученые боятся разочароваться в идее, брать ответственность за своих сотрудников и столкнуться с осуждением окружающих в случае провала.

Помимо возможности больше зарабатывать и желания коммерциализировать собственные разработки, решение стать предпринимателями связано с появлением благоприятных обстоятельств – спонсора или инвестора, готового вложиться в проект, ослаблением конкуренции на рынке.

Основной ресурс, который нужен для открытия своего дела, – это команда. Также вынужденные предприниматели считают, что им не хватает знаний и навыков (по анализу целевой аудитории, построению финансовых моделей, регистрации бизнеса), денег, идеи продукта и нужных связей. При этом команда и идея продукта особенно критичны для ученых с исключительно отрицательным предпринимательским опытом.

83% организаций, в которых работают вынужденные предприниматели, **проводят специальные мероприятия для развития бизнес-навыков** своих сотрудников, преимущественно организуют акселераторы или инкубаторы. Почти все вынужденные предприниматели готовы воспользоваться городской поддержкой.

ЛОЯЛЬНЫЕ И НЕЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ

Респонденты, относящиеся к этим группам, **не планируют открывать собственное дело** в ближайшие три года. При этом **лояльные считают предпринимательство хорошим карьерным выбором, а незаинтересованные – нет.**

Лояльные к предпринимательству ученые – это преимущественно квалифицированные специалисты среднего звена, более чем у трети есть ученая степень. Реже, чем у остальных групп, есть собственные изобретения и только у половины был предпринимательский опыт. Интересуются современными технологиями, но считают, что открытие собственного бизнеса – это очень сложно и рискованно, в т.ч. из-за большого количества административных барьеров.

Незаинтересованные в предпринимательстве – это линейные специалисты, чаще без ученой степени, работающие в малых инновационных предприятиях. Интересуются современными технологиями, но не планируют открывать свой бизнес, т.к. большинство уже имело неудачный предпринимательский опыт: это оказалось слишком сложно или просто неинтересно.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СРЕДИ УЧЕНЫХ В МИРЕ И РОССИИ

Интерес к наукоемким (DeepTech) бизнес-проектам в мире значительно **вырос** за последние несколько лет. Государства и университеты активно разрабатывают меры поддержки предпринимательства, таргетированные исключительно на ученых и исследователей как авторов прорывных инноваций, чтобы стимулировать появление таких бизнесов.

Программы поддержки создаются с учетом потребностей наукоемких проектов, например подробно рассматривают вопросы защиты интеллектуальной собственности и предоставляют необходимую для R&D инфраструктуру и оборудование.

В отличие от России, многие программы в мире предназначены для ученых, у которых еще даже нет идеи бизнеса. Внимание уделяется популяризации предпринимательства как

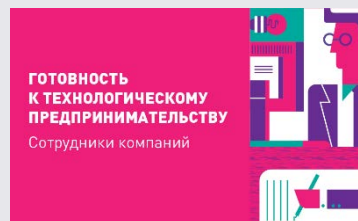
альтернативного карьерного трека. Ученый получает представление, как коммерциализировать научную разработку и подходит ли ему карьера предпринимателя.

Среди мер поддержки в мире выделяются:

- **Инструменты внутреннего (академического) предпринимательства** запускаются большинством ведущих мировых университетов и научных центров исключительно для своих сотрудников. Внутри каждой организации инструменты часто объединены в экосистему, которая поддерживает ученых с проектами разных стадий и направлений.
- **Нефинансовые меры поддержки** запускаются как государством, так и университетами или частными компаниями. Наиболее распространены образовательные и акселерационные программы, которые позволяют развить предпринимательские компетенции и превратить научную разработку в коммерческий продукт.
- **Финансовые меры поддержки** для запуска бизнеса – обычно предлагает государство (на уровне страны). Не так широко распространены как нефинансовые.

В России, в отличие от мира, меры поддержки редко таргетируют исключительно на ученых. Чаще всего программы нефинансовой поддержки предназначены для смешанной аудитории (студенты, ученые, выпускники, опытные специалисты) и поэтому не учитывают специфические потребности потенциального предпринимателя из академической среды. Существующие финансовые меры в основном направлены на поддержку проведения НИОКР, а не на создании наукоемкого бизнеса.

ПОХОЖИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА



Сентябрь 2023

Готовность к технологическому предпринимательству: сотрудники компаний

1

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

стр. 6

- Цель, задачи и методы исследования
- Подход к сегментированию целевых аудиторий
- Основные характеристики респондентов

2

ПОРТРЕТ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ

стр. 10

- Социально-демографический и профессиональный портрет аудиторий
- Мотивация, страхи и ключевые потребности тех, кто планирует открыть собственный технологический бизнес
- Причины не открывать собственный технологический бизнес
- Особенности медиапотребления
- Опыт обращения за поддержкой к государству и работодателю

3

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ

стр. 26

- Анализ мер поддержки предпринимательства, таргетированных на ученых
- Описание отдельных мер поддержки в других странах

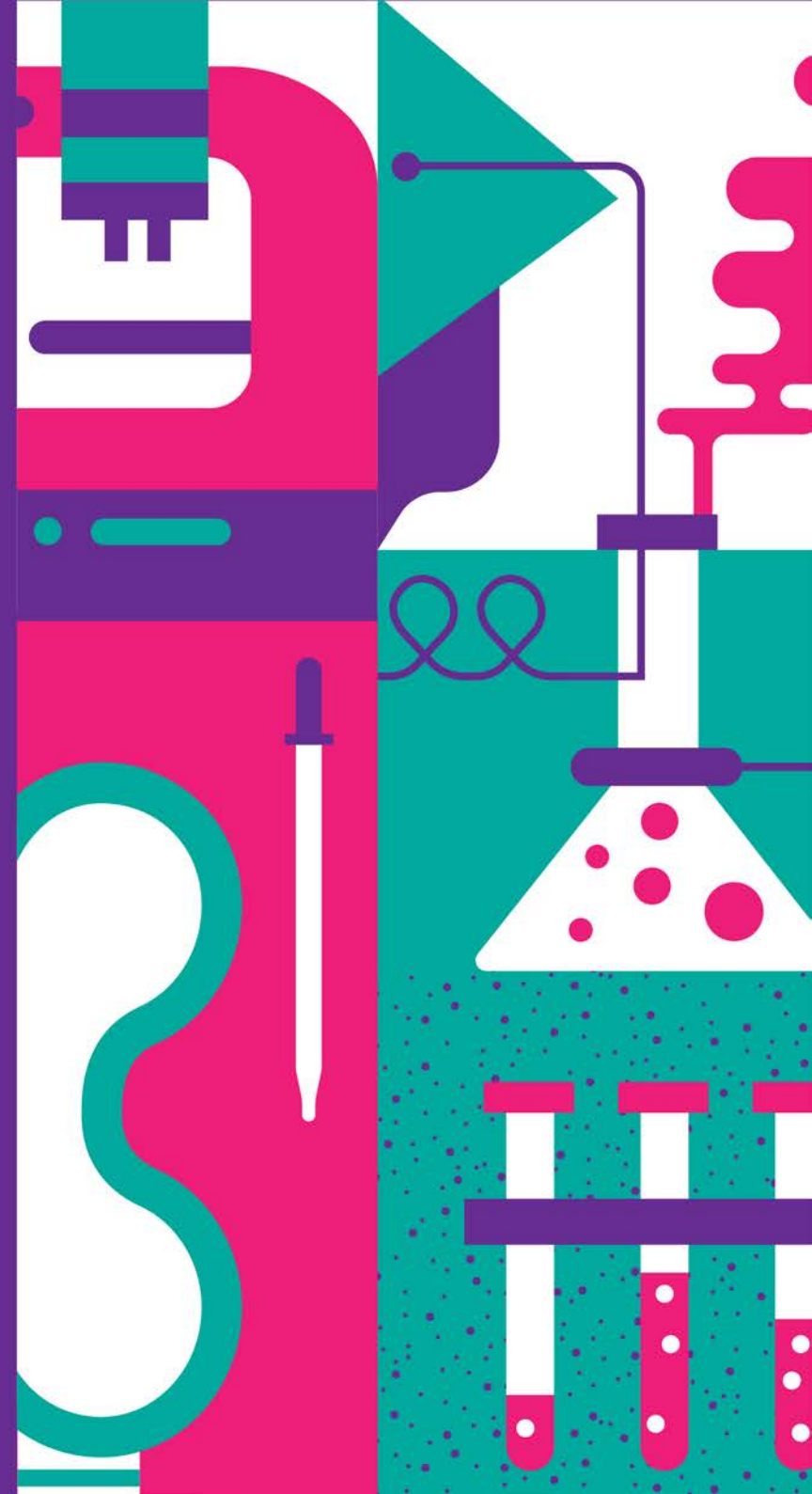
4

ПРИЛОЖЕНИЕ

стр. 36

- Детальная информация по отдельным аспектам опроса ученых (страхи, потребности, предыдущий предпринимательский опыт)

Дизайн исследования



ЦЕЛЬ

- Оценить готовность московских ученых к открытию собственного технологического бизнеса.
- Определить механизмы, мотивирующие ученых открывать собственный технологический бизнес.

ЗАДАЧИ

1. Сегментировать ученых с точки зрения их отношения к технологическому предпринимательству и планов открытия собственного технологического бизнеса.
2. Описать портреты наиболее склонных к технологическому предпринимательству сегментов.
3. Проанализировать российские и международные меры поддержки развития предпринимательского потенциала среди ученых.

МЕТОДЫ

Контент-анализ, анализ опросных данных.

¹ Опрос проведен в декабре 2022 года Аналитическим центром НАФИ, опрошено 200 ученых старше 18 лет. Метод сбора информации – онлайн-опрос (CAWI). Выборка репрезентирует [российских ученых](#) по полу и возрасту. К ученым были отнесены те, у кого уже есть научная степень (доктора или кандидата наук) или те, кто учится в аспирантуре / ординаторе.

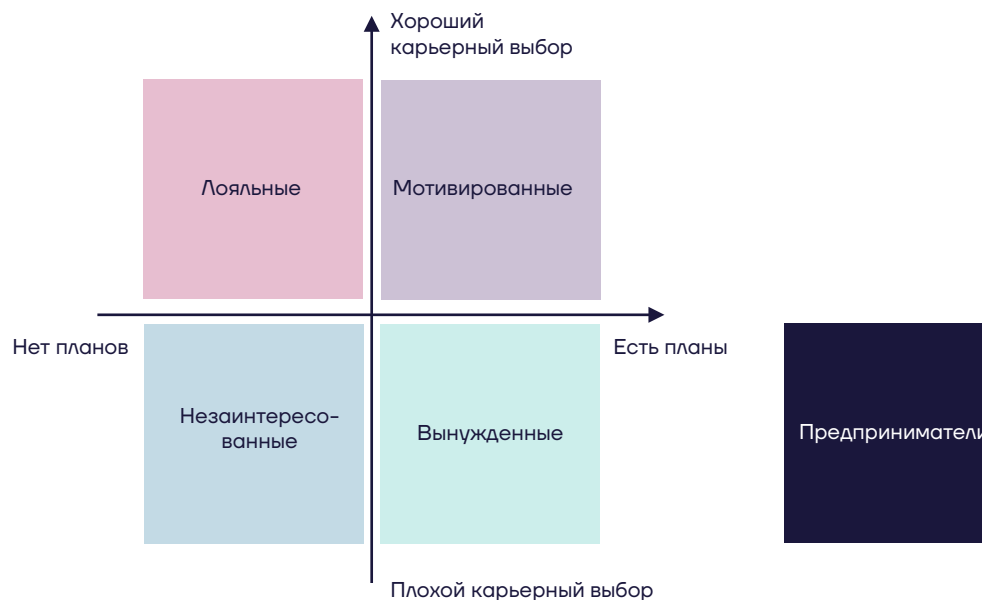
ПОДХОД К СЕГМЕНТИРОВАНИЮ

Для разделения ученых на группы с точки зрения их отношения к технологическому предпринимательству были использованы следующие критерии:

1. Наличие собственного бизнеса на момент опроса (да/нет);
2. Планы по открытию собственного технологического бизнеса в ближайшие три года (есть / нет);
3. Отношение к предпринимательству как к карьерному выбору (хороший / плохой).

В результате было выделено пять групп: «мотивированные», «лояльные», «незаинтересованные», «вынужденные предприниматели» и «предприниматели». Респонденты, которые затруднились ответить на вопрос об отношении к предпринимательству и/или планах по открытию собственного технологического бизнеса («неопределившиеся»), подробно не анализировались.

Группы сотрудников компаний с точки зрения отношения к технологическому предпринимательству и планов по открытию собственного дела

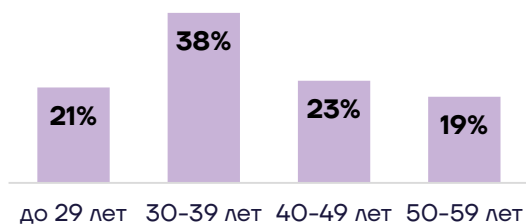


КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСПОНДЕНТОВ

200

респондентов (ученых)

Возраст респондентов*

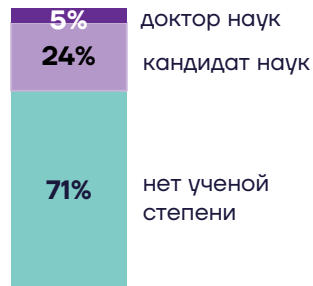


38,8 лет средний возраст респондентов

Пол



Ученая степень



Наличие собственных изобретений и разработок



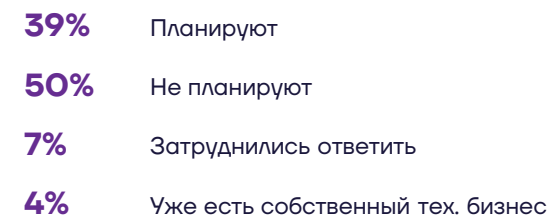
Место работы



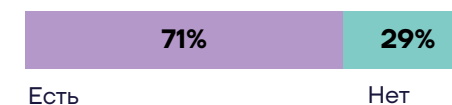
Должность на текущем месте работы



Планы открыть собственный тех. бизнес в ближайшие три года



Предыдущий предпринимательский опыт



* Везде – доля от общего количества респондентов

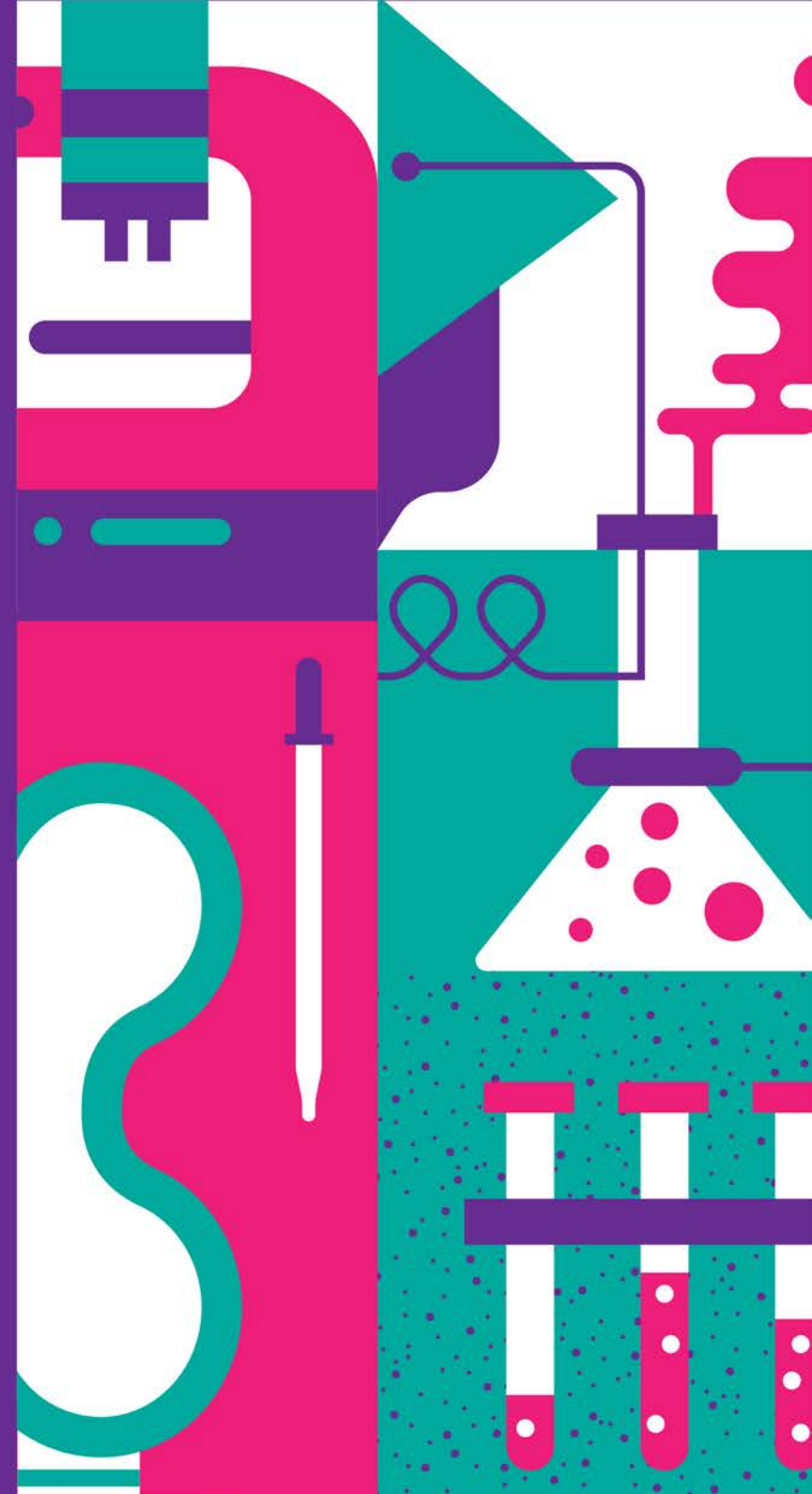
ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

Абсолютное большинство ученых считает технологическое предпринимательство хорошим карьерным выбором. Более того, **39%** планируют открыть собственное дело в ближайшие три года, а **4%** уже совмещают научную и бизнес-карьеры. Чуть более **10%** респондентов не смогли сформулировать свое отношение к технологическому предпринимательству.

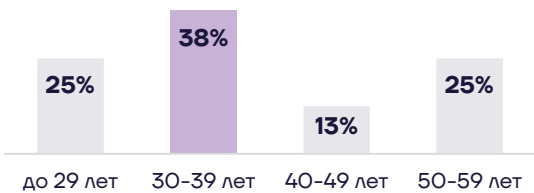
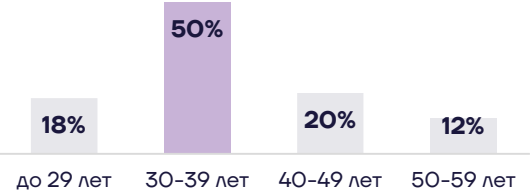
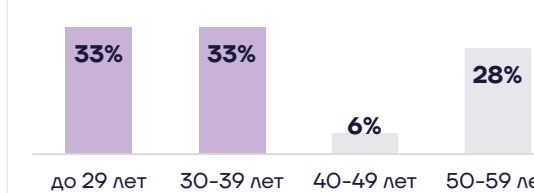
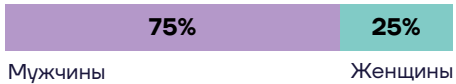

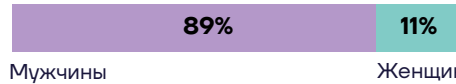



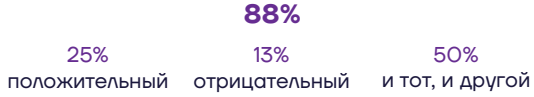
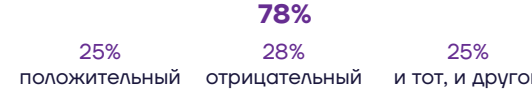



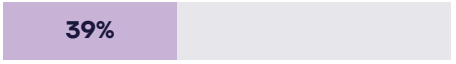
Группы ученых с точки зрения отношения к технологическому предпринимательству и планов по открытию собственного дела
% от общего количества респондентов



Портрет целевых аудиторий



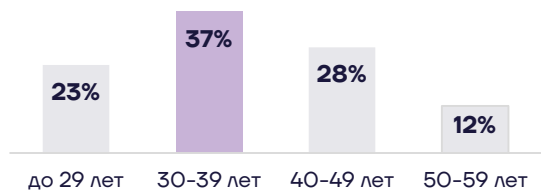
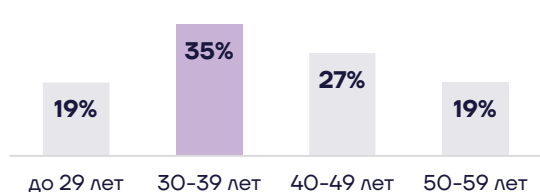
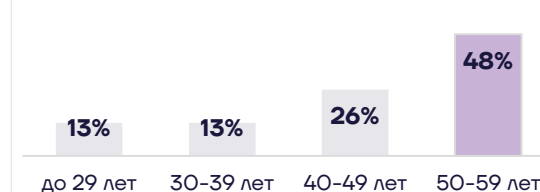





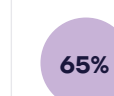

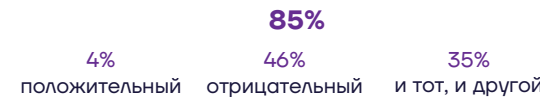

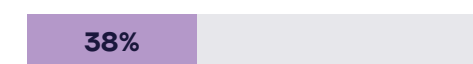

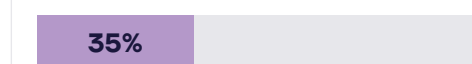
ПОРТРЕТЫ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ: ОТКРЫЛИ ИЛИ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС (1/2)

	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	МОТИВИРОВАННЫЕ	ВЫНУЖДЕННЫЕ
Краткое описание	Мужчины с инженерно-техническим образованием без ученой степени, совмещают предпринимательство с работой в научном институте или R&D-подразделении коммерческой компании. У большинства уже был предпринимательский опыт, а собственные изобретения часто являются основой для открытия бизнеса. Половина занимает руководящие должности, достигнув потолка в научной карьере.	Молодые руководители 30-39 лет с инженерным или IT-образованием. Многие уже имеют разнообразный предпринимательский опыт. Среди них на 8 п.п. больше женщин, чем среди ученых в целом. Рассчитывают коммерциализировать собственные изобретения и разработки, и у большинства уже есть конкретные бизнес-идеи. Основной мотив открытия бизнеса – желание больше зарабатывать и потеря интереса к научной работе.	Квалифицированные молодые инженеры среднего звена без ученой степени, работают в конструкторских организациях. Планируют выстроить бизнес исключительно на собственных разработках, хотя пока изобретения есть только у половины. У большинства был отрицательный предпринимательский опыт, поэтому высок уровень страха в отношении открытия бизнеса. Основная сложность – это формирование команды.
Возраст	 <p>до 29 лет 30-39 лет 40-49 лет 50-59 лет</p>	 <p>до 29 лет 30-39 лет 40-49 лет 50-59 лет</p>	 <p>до 29 лет 30-39 лет 40-49 лет 50-59 лет</p>
Пол	 <p>Мужчины Женщины</p>	 <p>Мужчины Женщины</p>	 <p>Мужчины Женщины</p>
% с ученой степенью/ преобладающая образов. специальность	 <ul style="list-style-type: none"> Инженерно-технические специальности 	 <ul style="list-style-type: none"> IT и компьютерные науки Инженерно-технические специальности 	 <ul style="list-style-type: none"> Инженерно-технические специальности IT и компьютерные науки
% с предыдущим предпринимательским опытом	 <p>25% положительный 13% отрицательный 50% и тот, и другой</p>	 <p>25% положительный 28% отрицательный 25% и тот, и другой</p>	 <p>6% положительный 50% отрицательный 44% и тот, и другой</p>
% руководителей	 <p>50%</p>	 <p>67%</p>	 <p>39%</p>

ПОРТРЕТЫ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ: ОТКРЫЛИ ИЛИ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС (2/2)

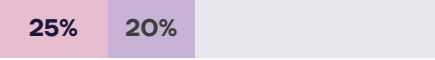
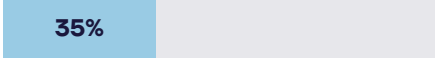
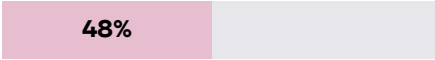
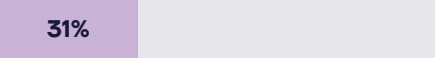
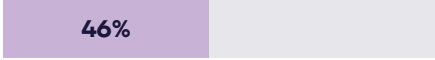
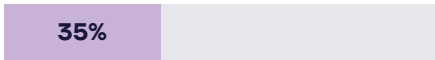
	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	МОТИВИРОВАННЫЕ	ВЫНУЖДЕННЫЕ
Основное место работы	<p>50% 25%</p> <p>Научный институт R&D-подразделение коммерческой компании</p>	<p>32% 22%</p> <p>Научный институт Малое инновационное предприятие (МИП)</p>	<p>39%</p> <p>Конструкторская организация</p>
% тех, у кого есть собственные изобретения	<p>63%</p> <p>50% использовали собственные разработки для открытия бизнеса</p>	<p>55%</p> <p>63% планируют использовать собственные разработки для открытия бизнеса</p>	<p>50%</p> <p>100% планируют использовать собственные разработки для открытия бизнеса</p>
% тех, кто планирует или оформил права интеллектуальной собственности на изобретения	<p>100%</p> <p>20% оформили 80% в процессе оформления</p>	<p>100%</p> <p>48% оформили 30% в процессе оформления 21% планирует оформить</p>	<p>100%</p> <p>22% оформили 11% в процессе оформления 67% планирует оформить</p>
% интересуется технологиями	<p>100%</p>	<p>97%</p>	<p>100%</p>
% знают, что такое технологический бизнес	<p>100%</p>	<p>95%</p>	<p>94%</p>
Основные мотивы	<p>50% Желание больше зарабатывать</p> <p>38% Достижение потолка карьеры в академической среде</p>	<p>33% Желание больше зарабатывать</p> <p>23% Потеря интереса к научной работе</p>	<p>33% Желание больше зарабатывать</p> <p>28% Появление благоприятных обстоятельств (партнер / спонсор)</p> <p>22% Наличие собственного изобретения, на котором можно заработать</p>
Основные потребности	<p>38% Дисциплина</p> <p>25% Нетворкинг, практический опыт, знания и навыки</p>	<p>33% Деньги</p> <p>27% Время</p> <p>23% Партнер</p>	<p>44% Команда</p> <p>22% Деньги, нетворкинг, знания и навыки</p>

ПОРТРЕТЫ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ: НЕ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫВАТЬ БИЗНЕС (1/2)

	ЛОЯЛЬНЫЕ	НЕЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ	НЕОПРЕДЕЛИВШИЕСЯ
Краткое описание	Квалифицированные специалисты среднего звена, более чем у трети есть ученая степень. Реже, чем у остальных групп, есть собственные изобретения и только у половины был предпринимательский опыт. Интересуются современными технологиями, но считают, что открытие собственного бизнеса — это очень сложно и рискованно, в т.ч. из-за большого количества административных барьеров.	Линейные специалисты, работающие в малых инновационных предприятиях*, чаще всего без ученой степени. Интересуются современными технологиями, но не планируют открывать свой бизнес, т.к. большинство уже имело неудачный предпринимательский опыт: это оказалось слишком сложно или неинтересно.	Сотрудники вузов (как правило, преподаватели, доценты) старше 50 лет с ученой степенью. Почти половина — женщины. Чаще, чем остальные группы, работают в сфере общественных и гуманитарных наук. Значительно реже интересуются современными технологиями и плохо понимают, что такое технологический бизнес. Некоторые из них открывали собственное дело, но чаще неудачно.
Возраст			
Пол			
% с ученой степенью/ преобладающая образовательная специальность	 <ul style="list-style-type: none"> IT и компьютерные науки Инженерно-технические специальности 	 <ul style="list-style-type: none"> IT и компьютерные науки 	 <ul style="list-style-type: none"> Экономика, финансы, управление
% с предыдущим предпринимательским опытом			
% руководителей			

* Малые инновационные предприятия (МИП) – хозяйственные общества и хозяйственные партнерства, деятельность которых заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат учредителям – бюджетным и автономным научным учреждениям и вузам. Создание МИП предусмотрено Федеральным законом от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

ПОРТРЕТЫ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ: НЕ ПЛАНИРУЮТ ОТКРЫВАТЬ БИЗНЕС (2/2)

	ЛОЯЛЬНЫЕ	НЕЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ	НЕОПРЕДЕЛИВШИЕСЯ
Основное место работы	 <p>25% 20%</p> <p>Вуз Научный институт</p>	 <p>35%</p> <p>Малое инновационное предприятие (МИП)</p>	 <p>48%</p> <p>Вуз</p>
% тех, у кого есть собственные изобретения	 <p>31%</p>	 <p>46%</p>	 <p>35%</p>
% тех, кто планирует или оформил права интеллектуальной собственности на изобретения	<p>85%</p> <p>25% оформили 20% в процессе оформления 40% планирует оформить</p>	<p>92%</p> <p>17% оформили 25% в процессе оформления 50% планирует оформить</p>	<p>63%</p> <p>38% оформили 0% в процессе оформления 25% планирует оформить</p>
% интересуется технологиями	88%	92%	74%
% знают, что такое технологический бизнес	85%	88%	43%
Почему не планируют открывать бизнес	<p>37% Это слишком сложно</p> <p>32% Это слишком рискованно</p> <p>31% Нет денег</p>	<p>31% Это слишком сложно</p> <p>31% Мне это неинтересно</p>	-
Восприятие сложностей	<p>40% Сложно найти деньги</p> <p>38% Большое количество административных барьеров</p> <p>29% Не хватает знаний и навыков</p>	<p>38% Высокая конкуренция</p> <p>35% Сложно найти деньги</p>	-

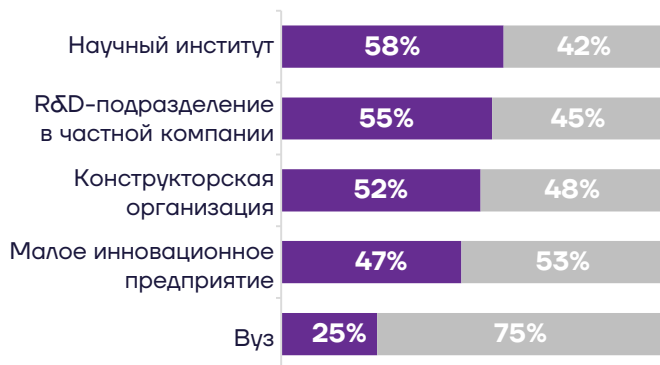
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ И ХАРАКТЕРИСТИКИ

К предпринимательству более склонны ученые, работающие в научных институтах или R&D-подразделениях частных компаний, ...

... имеющие предыдущий предпринимательский опыт и собственные изобретения / разработки.

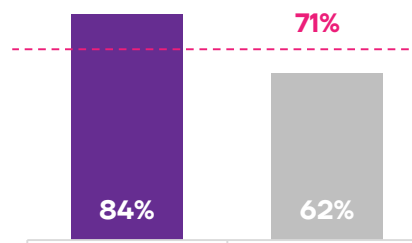
Основное место работы

% от общего количества респондентов в каждой группе



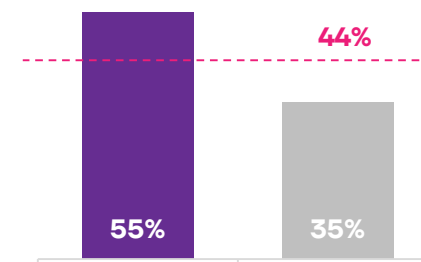
Есть предыдущий предпринимательский опыт*

% от общего количества респондентов в каждой группе



Есть собственные изобретения

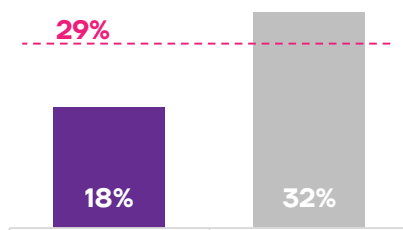
% от общего количества респондентов в каждой группе



Интерес к предпринимательству выше у респондентов, занимающих руководящие должности и не имеющих ученой степени доктора или кандидата наук.

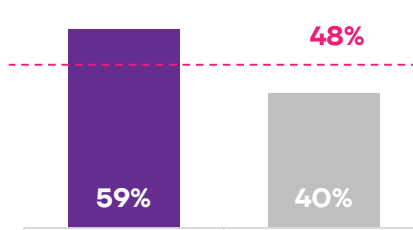
Наличие ученой степени

% от общего количества респондентов, у которых есть степень доктора или кандидата наук, в каждой группе



Работают на руководящих должностях

% от общего количества респондентов в каждой группе



■ Открыли или планируют открыть свой бизнес

■ Нет планов по открытию бизнеса (или затруднились ответить)

--- Всего по выборке

* Подробнее про предпринимательский опыт см. в Приложении

МОТИВАЦИЯ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС

Предпринимательство привлекает ученых возможностью больше зарабатывать, особенно если у них не было опыта ведения бизнеса. Остальные причины зависят от отношения ученых к этому карьерному пути. Так, мотивированных вдохновляет перспектива стать лидерами, а вынужденных к открытию своего дела подталкивает наличие собственных изобретений и благоприятные обстоятельства.

Почему задумались об открытии собственного бизнеса?

% от общего количества респондентов, которые планируют открыть свой бизнес*



Какие возможности вас вдохновляют, когда вы думаете о технологическом бизнесе?

% от общего количества респондентов, которые планируют открыть свой бизнес*



МОТИВИРОВАННЫЕ

Помимо желания больше зарабатывать, отличаются сильными лидерскими амбициями – стремятся создать продукт №1 на рынке и находиться среди харизматичных талантливых людей.

ВЫНУЖДЕННЫЕ

Вынужденных чаще, чем мотивированных к открытию бизнеса подталкивает наличие собственных изобретений и появление благоприятных обстоятельств, в первую очередь инвестора, а также ослабление конкуренции на рынке.

Возможность больше зарабатывать в первую очередь мотивирует открывать бизнес людей без предпринимательского опыта (54% опрошенных по сравнению с 33% в среднем).

Наличие изобретений не является основным стимулом для открытия бизнеса, несмотря на то, что большая часть ученых планирует использовать собственные разработки для создания продукта.

* Не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа

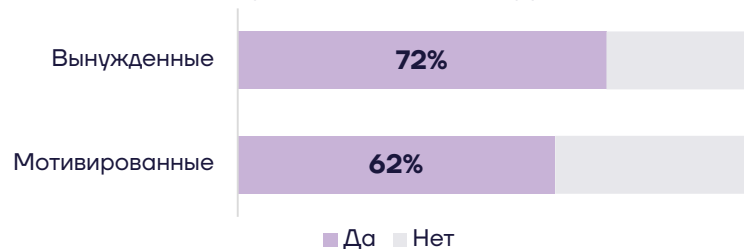
СТРАХИ И ПОТРЕБНОСТИ

Более **60%** ученых испытывают тревогу и страх, думая об открытии собственного дела. Особенно это характерно для вынужденных предпринимателей, у которых часто был негативный бизнес-опыт.

Деньги и команда – ключевые ресурсы, которые нужны ученым, чтобы открыть бизнес. Мотивированным также не хватает времени, а вынужденным – идей, знаний и нужных контактов**.

Испытываете ли вы тревогу и страх, когда думаете об открытии своего бизнеса?

% от общего количества респондентов в каждой группе



Какие тревоги и страхи вы испытываете

% от общего количества респондентов, которые планируют открыть свой бизнес*



Каких ресурсов вам не хватает для открытия своего бизнеса?

% от общего количества респондентов, которые планируют открыть свой бизнес*

	Мотивированные	Вынужденные	Всего по выборке
Денег	33%	22%	31%
Команды	22%	44%	27%
Времени	27%	11%	23%
Партнера	23%	11%	21%
Практического опыта	22%	11%	19%
Дисциплины	20%	6%	17%
Идеи продукта	15%	22%	17%
Нетворкинга, нужных контактов	13%	22%	15%
Наставника	17%	11%	15%
Вдохновения	15%	11%	14%
Знаний и навыков	13%	22%	12%

Наиболее востребованные знания и навыки:

- Анализ целевой аудитории
- Финансовое моделирование и отчетность
- Особенности регистрации компании

* Не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа

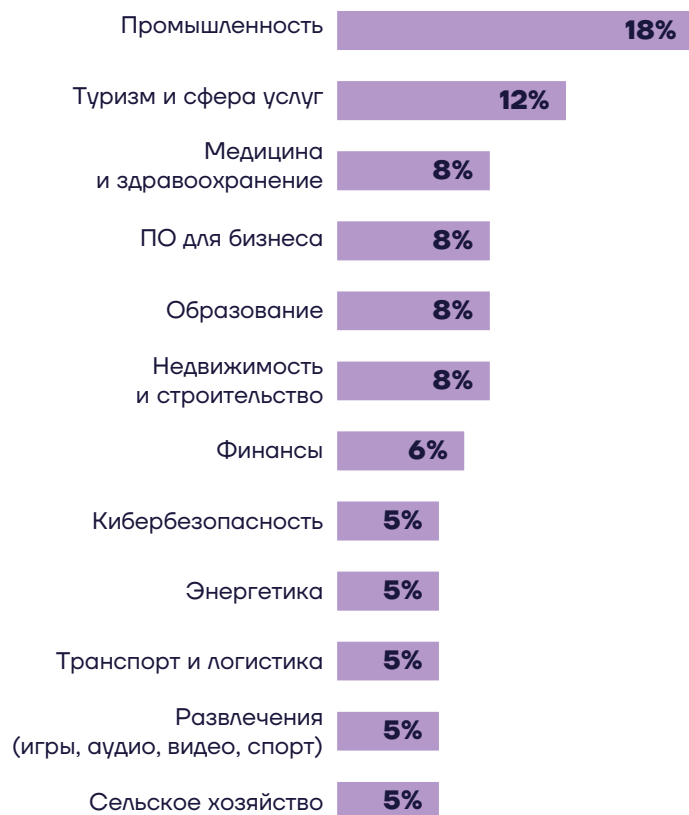
** Потребность в ресурсах также зависят от пола, возраста, наличия опыта ведения бизнеса и ряда других факторов. Подробнее см. в Приложении.

ОБРАЗ БУДУЩЕГО БИЗНЕСА

У респондентов нет ярко выраженных предпочтений к определенной рыночной или технологической нише для открытия собственного бизнеса (большинство вариантов получили схожие оценки). Промышленность выглядит более привлекательной среди отраслей, а новые материалы и большие данные – среди технологий, которые могут лечь в основу продукта.

В какой сфере вы планируете открыть технологический бизнес?

% от общего количества респондентов, планирующих открыть свой бизнес



Какие типы технологий будут лежать в основе продукта?

% от общего количества респондентов, планирующих открыть свой бизнес; не равно 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов

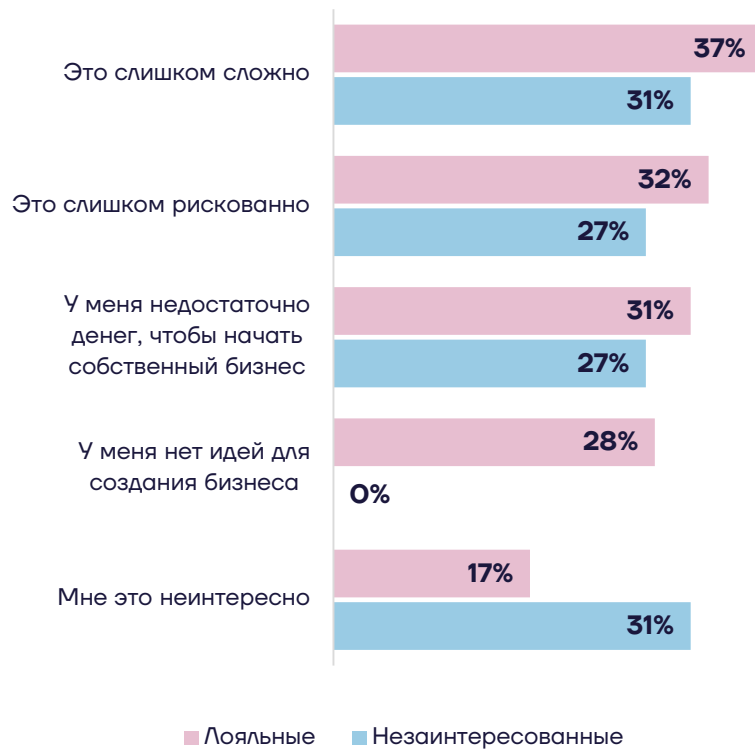


ПРИЧИНЫ НЕ ОТКРЫВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС

Респонденты не хотят открывать свое дело, т.к. воспринимают предпринимательство как сложное и рискованное занятие, с большим количеством административных барьеров и требующее существенных финансовых вложений. Неинтересна эта деятельности только 20% ученых, в основном тем, кто сфокусировался на академической карьере (имеют ученые степени).

Почему вы не планируете открывать свой технологический бизнес?

% от общего количества респондентов в каждой группе; не равно 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов



Женщины чаще, чем мужчины, считают, что это слишком сложно. Респондентам с учеными степенями это чаще неинтересно, видимо их больше привлекает научная карьера.

С какими трудностями сталкиваются технологические предприниматели на старте?

% от общего количества респондентов в каждой группе; не равно 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов

	Лояльные	Незаинтересованные
Им сложно найти деньги на открытие и развитие бизнеса	40%	35%
Большое количество административных барьеров	38%	19%
Непонимание потребностей рынка	26%	23%
Высокая конкуренция	20%	38%
Им не хватает знаний и навыков по ведению собственного бизнеса	29%	15%
Низкий спрос на наукоемкие технологические продукты	22%	23%
Им не хватает времени	18%	15%
Им сложно собрать / удержать команду	14%	12%

ИНТЕРЕС К ТЕХНОЛОГИЯМ

Ученые, планирующие открыть свой бизнес, интересуются всеми аспектами современных технологий, особенно теми, которые помогают изучить путь других основателей и изобретателей. Остальные руководствуются скорее чисто познавательным интересом: они обращают внимание в основном на свойства новых изобретений и историю их создания.

91%

ученых интересуются современными технологиями

Интересуетесь ли вы современными технологиями?

% от общего количества респондентов в каждой группе



Какая информация о технологиях вам особенно интересна?

% от тех, кто интересуется технологиями в каждой группе; не равно 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов

	Мотивированные	Вынужденные	Лояльные	Незаинтересованные	Неопределившиеся
Рыночная востребованность изобретений	40%	28%	25%	15%	35%
Свойства новых изобретений	40%	33%	43%	38%	52%
Истории развития стартапов	40%	39%	20%	19%	22%
Истории создания отдельных изобретений	35%	44%	26%	27%	17%
История жизни изобретателей	13%	28%	18%	15%	9%

● планируют открыть свой бизнес

ИНТЕРЕС К БИЗНЕСУ

Большинство ученых изучали вопросы, связанные с открытием бизнеса. Более половины из них прикладывали дополнительные усилия помимо университетской программы: искали информацию в открытых источниках и посещали курсы. Платное обучение проходили только 5% респондентов, в основном мотивированные к предпринимательству.

87%

ученых изучали информацию, связанную с открытием бизнеса

из них 42%

только в рамках получения высшего образования

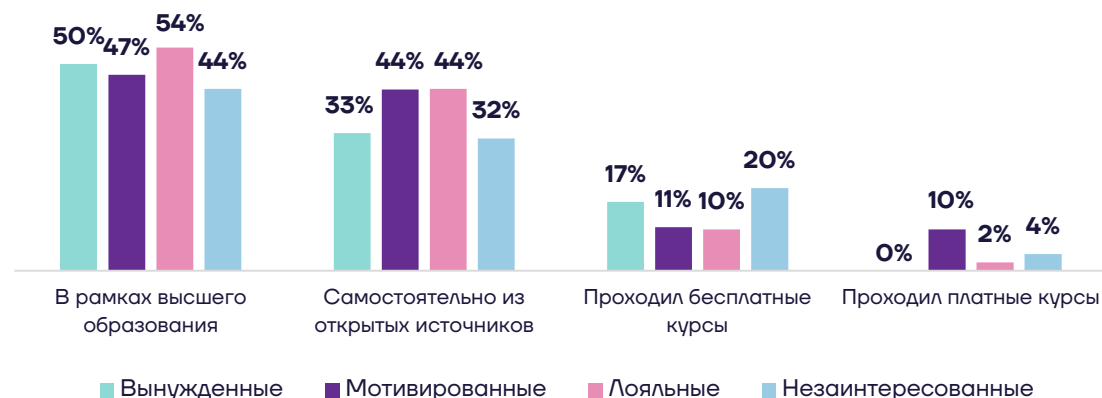
Изучали ли вы вопросы, связанные с открытием бизнеса?

% от общего количества респондентов в каждой группе



Как именно вы изучали вопросы, связанные с открытием бизнеса?

% от тех, кто изучал в каждой группе



Вне зависимости от отношения к предпринимательству, ученые предпочитают изучать информацию об открытии бизнеса самостоятельно. Гораздо реже они посещают специализированные курсы.

Значительно реже вопросами открытия бизнеса интересуются респонденты с учеными степенями (71% от общего числа опрошенных, имеющих степень). Вероятно, они в большей степени нацелены на развитие академической карьеры, предполагающую исследовательскую и публикационную, а не предпринимательскую деятельность.

ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ

Почти половина ученых использует телеграм в качестве основного канала медиапотребления, хотя между группами есть различия. Например, вынужденные предприниматели больше читают газеты/журналы и интернет-издания, а также смотрят YouTube-каналы, в то время как незаинтересованные в предпринимательстве ученые почти в два раза чаще остальных слушают подкасты.

К каким медиа вы обращаетесь каждый день?

% от общего количества респондентов в каждой группе; не равно 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов. Отмечены существенные отклонения от среднего

	Всего по выборке	Вынужденные	Мотивированные	Лояльные	Незаинтересованные	Неопределившиеся
Телеграм-каналы	49%	50%	50%	43%	54%	61%
YouTube-каналы	39%	56%	38%	37%	46%	30%
Газеты, журналы	33%	61%	35%	31%	38%	4%
Телевидение	33%	33%	35%	35%	31%	26%
Радио	20%	17%	18%	25%	15%	17%
Интернет-издания	26%	44%	17%	23%	27%	30%
Подкасты	10%	6%	8%	8%	15%	4%

Основные каналы получения информации для ученых, у которых уже есть собственный бизнес, – это интернет-издания и подкасты.

ПОПУЛЯРНЫЕ МЕДИА

Среди ученых наиболее популярны новостные медиа и медиа про технологии, в т.ч. цифровые. Профильные вопросы о науке и технологиях респонденты предпочитают изучать через телеграм и YouTube-каналы.

Какими медиа Вы пользуетесь каждый день?

Представлены примеры медиа, которые упоминались два и более раз

	Технологии / IT	Наука	Новости	Бизнес	Смешанные (лайфстайл, развлечения)
Телеграм-каналы	<ul style="list-style-type: none"> • Все о железе • Rozetked • Код Дурова 	<ul style="list-style-type: none"> • Физика просто • Наука и техника 	<ul style="list-style-type: none"> • Сnet • РИА Новости 		
YouTube-каналы	<ul style="list-style-type: none"> • Rozetked • PRO Железо • Илон Маск • PRO Роботов 	<ul style="list-style-type: none"> • Физика просто • Наука и техника • Cold fusion 			<ul style="list-style-type: none"> • Popular • Битва шефов
Газеты, журналы	<ul style="list-style-type: none"> • Железо 	<ul style="list-style-type: none"> • Наука и жизнь • Тайны вселенной 	<ul style="list-style-type: none"> • Forbes • РБК • Коммерсант • Московский комсомолец 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансист • Секрет фирмы 	<ul style="list-style-type: none"> • Men's Health • За рулем
Телевидение			<ul style="list-style-type: none"> • РБК • Вести • Москва 24 	<ul style="list-style-type: none"> • ПроБизнес 	<ul style="list-style-type: none"> • СТС • ТНТ • Культура • Первый канал • Россия 1 • Матч ТВ
Радио			<ul style="list-style-type: none"> • Вести FM 	<ul style="list-style-type: none"> • Бизнес FM 	<ul style="list-style-type: none"> • Дача • Шансон • Русское радио • Радио 7 на семи холмах • Energy • Наше радио • Europa Plus
Интернет-издания	<ul style="list-style-type: none"> • Computerra.ru • Хайтек 	<ul style="list-style-type: none"> • Популярная механика 	<ul style="list-style-type: none"> • РБК • Лента.ру • Газета.ру • Банки.ру • Яндекс.Дзен • Коммерсант 	<ul style="list-style-type: none"> • Банки.ру 	<ul style="list-style-type: none"> • Auto.ru • Drom

ПОДДЕРЖКА ВНУТРЕННЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ученые, планирующие открыть бизнес, чаще отмечают поддержку своей организации в развитии предпринимательских навыков сотрудников. Все из них воспользовались или планируют воспользоваться этой поддержкой. Чаще всего организация проводит специальные образовательные программы и финансово поощряет новые разработки.

68%

ученых отметили, что их организация поддерживает развитие предпринимательских навыков сотрудников*

из них **46%** пользовались поддержкой **54%** планируют воспользоваться

Поддерживает ли ваша компания развитие предпринимательских навыков сотрудников?

% от общего количества респондентов в каждой группе



Какие мероприятия организует ваша компания для развития предпринимательских навыков сотрудников?

% от общего количества респондентов в каждой группе; не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа

	Вынужденные	Мотивированные	Лояльные	Незаинтересованные
Образовательные программы	33%	37%	33%	21%
Финансовое поощрение новых разработок	27%	24%	23%	53%
Конкурсы / хакатоны	27%	20%	33%	11%
Акселератор / инкубатор / стартап-студия	40%	22%	18%	11%
Консультации	13%	17%	28%	26%
Полезные материалы (гайды, шаблоны)	33%	13%	13%	16%

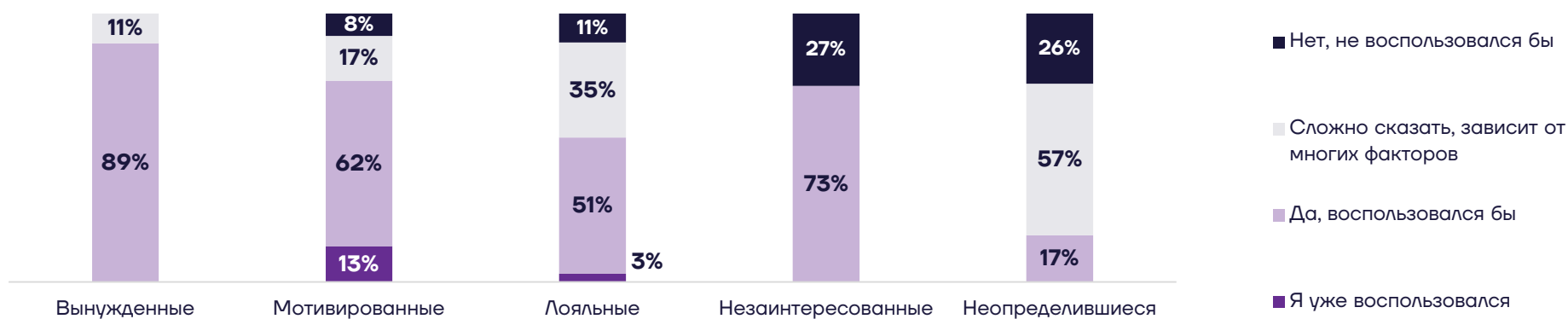
* При этом кабинетный анализ открытых источников не подтверждает данные опроса: примеры инструментов внутреннего предпринимательства для ученых единичны.

ГОРОДСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ученые положительно относятся к поддержке государства. В среднем 64% опрошенных респондентов уже воспользовались или готовы ей воспользоваться в случае открытия технологического бизнеса.

Воспользовались бы вы поддержкой Правительства Москвы для открытия или ведения вашего технологического бизнеса?

% от общего количества респондентов в каждой группе

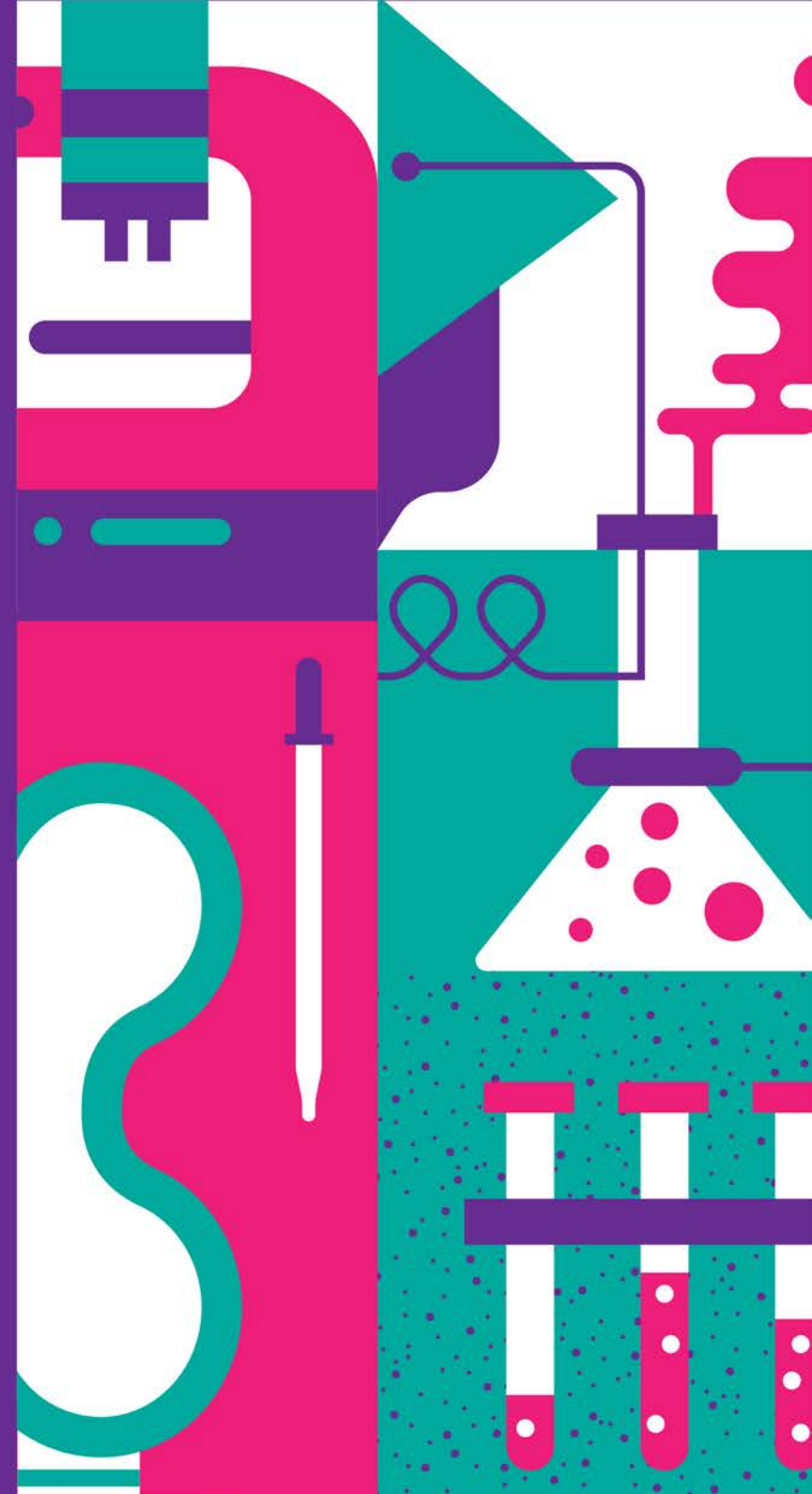


Факторы, от которых будет зависеть решение воспользоваться мерами поддержки Правительства Москвы

% от выбравших ответ «Сложно сказать, зависит от многих факторов»; нет отличия по группам

- 56%** Сложность отчетности
- 48%** Сложность подачи заявки
- 31%** Отзывы знакомых
- 27%** Наличие корпоративных партнеров

Специализированные меры поддержки



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ

В России программы развития предпринимательства редко таргетируют исключительно на ученых. Существующие инструменты поддержки исследователей направлены на стимулирование НИОКР, а не открытие наукоемкого бизнеса. В мире же широко распространены, например, образовательные и акселерационные программы, разработанные специально для ученых.

	1 Инструменты внутреннего предпринимательства	2 Финансовые меры поддержки**	3 Нефинансовые меры поддержки
ОПЕРАТОР	Университет, научно-исследовательский институт	Государство (национальное правительство)	Государство (в т.ч. на уровне города / региона), университеты, частные компании
ЦЕЛЬ	<ul style="list-style-type: none"> Позволяют ученым развить предпринимательские компетенции и открыть свой бизнес Позволяют организации зарабатывать через коммерциализацию инноваций и получение долей в бизнесах, которые откроют сотрудники Позволяют реализовать гос. стратегии развития предпринимательских функций университетов 	<ul style="list-style-type: none"> Позволяют ученым получить стартовое финансирование для открытия бизнеса на основе научной разработки 	<ul style="list-style-type: none"> Вдохновляют ученых: показывают альтернативный трек развития карьеры и помогают понять, насколько им подходит предпринимательство Позволяют ученым развить предпринимательские компетенции и коммерциализировать свои разработки Расширяют нетворкинг, знакомят с успешными учеными-предпринимателями
ПРИМЕРЫ В МИРЕ	<ul style="list-style-type: none"> Центр развития предпринимательства (Чикагский университет, Harvard Grid) Сеть акселераторов Lab-to-Market (Колумбийский университет) 	<ul style="list-style-type: none"> Грант на старт бизнеса для ученых (Германия) 	<ul style="list-style-type: none"> Акселерационные программы (Канада) Образовательные программы (разные форматы) Инкубаторы / инновационные хабы (Бристоль) Платформы для ученых (Евросоюз) Хакатоны, ярмарки вакансий (Великобритания)
УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ В РОССИИ	Низкий Вузы фокусируются в основном на студенческих стартапах.	Низкий Существующие меры поддерживают в основном R&D, а не запуск бизнеса. Есть только программа «Умник» Фонда содействия инновациям и конкурс «Новатор Москвы» , направленный не только на ученых	Низкий Есть отдельные акселерационные и образовательные программы для ученых, в основном организуемые университетами или частным бизнесом. Часто ученые являются лишь одной из многих целевых аудиторий.
Примечание	Рассчитаны только на сотрудников конкретного университета, в отличие от нефинансовых мер поддержки, которыми могут воспользоваться исследователи вне зависимости от аффилиации	Не учитывали меры поддержки, предназначенные для уже созданных наукоемких стартапов	Государственные программы часто запускаются в партнерстве с университетами или научными центрами, которые лучше понимают особенности мышления и потребности ученых, могут предоставить им оборудование и инфраструктуру

Программы учитывают менталитет ученых и специфику наукоемких стартапов. Поэтому объясняют особенности карьерного пути предпринимателя, работают со страхом провала, знакомят с основателями, которые успешно коммерциализировали свои разработки, разбирают вопросы защиты интеллектуальной собственности и предоставляют инфраструктуру для R&D.

Вовлечение и демонстрация альтернативного трека развития карьеры

Многие ученые не осознают, что их изобретения могут стать основой для открытия бизнеса. Поэтому важной частью программ поддержки является популяризация предпринимательства как альтернативного трека развития карьеры. Программы включают инструменты, которые позволяют ученому понять, как его изобретение может быть использовано на практике и насколько ему подходит карьера предпринимателя.

«Хотите попробовать сделать что-то вместе в команде?»

«Попробуешь себя в роли технологического предпринимателя и сможешь сделать осознанный выбор о своей будущей карьере»

«Оцени, насколько тебе подходит карьера предпринимателя»

При этом не важно есть ли у ученого конкретный проект или идея, главное – чтобы ученый попробовал себя в другой роли.

«Нет готового проекта? Не беда! Зарегистрируйтесь ... у вас будет возможность присоединиться к команде понравившегося проекта»

Работа со страхами

Ценностное предложение программ поддержки часто формулируется с учетом особенностей восприятия учеными предпринимательства. В частности, ученые испытывают опасения по открытию собственного бизнеса. Поэтому организаторы стараются сделать акцент на оказание всесторонней поддержки, безопасной среде, где можно попробовать себя предпринимателем без негативных последствий.

«Бойтесь ошибиться? Мы поможем на всех этапах...»

«...быстрый и комфортный путь от идеи до инвестиций»

Доступ к сообществу единомышленников и экспертов

Нетворкинг – важная часть большинства программ поддержки. Помимо доступа к потенциальным инвесторам, отраслевым экспертам и клиентам для ученого важно увидеть примеры других ученых, которые смогли запустить успешный технологический бизнес.

Дифференцированный подход

Программы поддержки предлагают отдельные треки для ученых с разным уровнем зрелости проекта:

- есть научные разработки, но нет идеи бизнеса;
- есть идея продукта / бизнеса, которую нужно проверить, но нет предпринимательских компетенций;
- есть идея продукта и базовые предпринимательские компетенции;
- есть MVP, нужно разработать готовый продукт.

Специфичные сервисы

Учитывая особенности наукоемких проектов, программы:

- подробно рассматривают вопросы защиты интеллектуальной собственности, а также оказывают поддержку патентования;
- предоставляют инфраструктуру для R&D и доработки продукта (оборудование, лаборатории).

СТРАНА

Чикаго, США

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ

Отдельное подразделение Центра предпринимательства Чикагского университета развивает инициативы по поддержке бизнес-проектов исследователей, ученых и выпускников в области DeepTech.

ГОД ЗАПУСКА: 2023*

ОПЕРАТОР

Центр предпринимательства Чикагского университета

ДРУГИЕ ИНИЦИАТИВЫ ЦЕНТРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

- George Shultz Innovation Fund – университетский венчурный фонд
- Svider Private Equity Program – серия программ по обучению венчурному инвестированию
- Программы для студентов и выпускников: Customer Discovery Bootcamp, Physical Products Incubator, New Venture Challenge
- Центр трансфера технологий
- Подкасты по предпринимательству

<https://polsky.uchicago.edu/polsky-deep-tech-ventures/>

Polsky Deep Tech Ventures

АКСЕЛЕРАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ

Учитывают степень готовности бизнес-проекта, часть проходят во время летних каникул.

- **The BUILD Accelerator** – проработка бизнес-идеи, создание MVP (3 мес.).
- **The LAUNCH Accelerator** – разработка плана выхода на рынок, продвижения и привлечения финансирования; помимо обучения дают \$10 тыс. инвестиций за долю в компании. (3 мес.).
- **Compass DeepTech accelerator** включает обучение, менторскую поддержку, финансирование до \$250 тыс. лучшим проектам от университетского венчурного фонда (4,5 мес.).

МЕРОПРИЯТИЯ

Нацелены на расширение взаимодействия и продвижение наукоемких стартапов университета.

- **Deep Tech Ventures showcase** – конференция и питч-сессии стартапов, созданных в университете и готовых для привлечения финансирования (проводится несколько раз в год).
- **Collaboratorium** – регулярные мероприятия, на которых ученые могут получить идеи развития своих бизнес-проектов и привлечь новых членов в команду из числа лучших студентов.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

- **Регулярные курсы** развития предпринимательских компетенций (1–2 мес.).
- **I-Corps program** (создана Национальным научным фондом США, университет – один из центров проведения) – изучение основ предпринимательства, проверка ценности идеи через интервью с отраслевыми экспертами и потенциальными пользователями, микрогрант (2 мес.).

СООБЩЕСТВА ЭКСПЕРТОВ И МЕНТОРОВ

Помогают выбрать стратегию коммерциализации научных разработок.

- **Business Development Fellows** – выпускники бизнес-факультетов.
- **Science Commercialization Advisors** – представители бизнеса и сторонние эксперты.

*Многие программы Polsky Deep Tech Ventures были запущены в Центре предпринимательства ранее, однако в 2023 году было решено объединить их в отдельное подразделение, специализирующиеся только на наукоемких проектах.

СТРАНА

Германия

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ

Ускорить разработку бизнес-плана и запуск наукоемкого бизнеса.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Ученые и студенты немецких вузов

ГОД ЗАПУСКА: 2007

ОПЕРАТОР

Министерство экономики и защиты климата (софинансируется Европейским социальным фондом)

ПОКАЗАТЕЛИ РАБОТЫ 2007-2022

2 800+ грантов одобрено

304 млн евро выдано

<https://www.exist.de/EXIST/Navigation/EN/Start-upFunding/EXIST-Business-Start-up-Grant/exist-business-start-up-grant.html>

EXIST start-up grant

Грант выдается на 1 год. Заявку подает университет или научный центр. Драфт бизнес-плана должен быть представлен через 5 месяцев после получения гранта, готовый бизнес-план – через 10 месяцев.

Требования к участникам

- Ученые из университетов или научных центров
- Выпускники, которые окончили вуз не позже, чем 5 лет назад
- Студенты старших курсов; не финансируются команды, которые состоят только из студентов.
- Команды до трех человек, нет зарегистрированной компании
- Необходимо представить описание бизнес-идеи и потенциала ее коммерческого использования

Что получает заявитель

- Ежемесячные стипендии: €3000 для докторов наук, €2500 для кандидатов наук и магистров, €2000 для технического персонала, €1000 для студентов
- До €30 000 на закупку оборудования, материалов, ПО, лицензий
- €5000 на коучинг и обучение (есть собственная сеть экспертов, к которым можно обратиться – Entrepreneurial Network)
- Бесплатное рабочее место, а также доступ к лабораториям и мастерским университета / научного центра
- Стартовый семинар, где команды получают оценку своих сильных и слабых сторон.

Еще один грант **EXIST Transfer of Research** нацелен на более сложные проекты, которые требуют проведения дополнительных исследований. Выдается по схожей схеме, но в два этапа: 1 этап – проведение НИОКР, разработка прототипа и бизнес-плана (18 месяцев, €250 000). 2 этап – регистрация компании, проработка операционного плана развития (18 месяцев, €180 000).

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

Демонстрируют ученым альтернативный трек развития карьеры. В зависимости от длительности либо дают базовое представление об открытии бизнеса, либо глубоко развивают необходимые предпринимательские навыки. Запускаются государственными организациями, университетами и частными компаниями.

	Young Entrepreneurs in Science	Quebec Scientific Entrepreneurship Program	Runway Startup Postdoc Program	Venture Science Doctorate
Кто организует	Государство Оператором выступает НКО Falling Walls Foundation, поддерживаемое Министерством образования и науки	Государство Оператором выступает District 3 Innovation Centre в Университете Конкордия при финансовой поддержке Фонда научных исследований Квебека	Университет Корнельский университет	Венчурный фонд Deep Science Ventures
Страна	Германия	Квебек, Канада	Нью-Йорк, США	Великобритания
Год запуска	2018	2019	2014	2023
Требования к участникам	<ul style="list-style-type: none"> Ученые и исследователи со степенью кандидата наук (PhD) Любая научная сфера 	<ul style="list-style-type: none"> Студенты и выпускники университетов Квебека Ученые со степенью магистра или кандидата наук в области STEM и социальных наук 	<ul style="list-style-type: none"> Ученые, получившие степень кандидата наук в течение последних пяти лет Есть идея стартапа Ученые из любой страны 	<ul style="list-style-type: none"> Степень бакалавра в области STEM, инноваций или профессиональный исследовательский опыт Ученые из любой страны
Характеристики программы	<ul style="list-style-type: none"> Воркшопы – от 2 часов до 2 дней Онлайн Бесплатно 	<ul style="list-style-type: none"> 12 недель (проводится 2 раза в год) Онлайн Бесплатно 	<ul style="list-style-type: none"> 1–2 года Онлайн + офлайн Бесплатно, участник получает финансирование в обмен на долю в будущем стартапе 	<ul style="list-style-type: none"> 3 года Онлайн + офлайн Фокус – медицина и климат Бесплатно
Результаты	Н.д.	<ul style="list-style-type: none"> 700+ человек прошло программу 60+ созданных стартапов 	<ul style="list-style-type: none"> 30+ созданных стартапов 200 новых рабочих мест 	<ul style="list-style-type: none"> 1000 ученых-предпринимателей в год (планы)

Основные направления обучения схожи для всех программ:

- Отличие мышления ученого и предпринимателя
- Оценка рыночного потенциала изобретения
- Сторителлинг и питчинг своей идеи
- Проверка гипотез и изучение потребителей
- Стратегии коммерциализации и выхода на рынок
- Построение бизнес-моделей
- Возможные механизмы привлечения финансирования

АКСЕЛЕРАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ

СТРАНА

Канада

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ

Вовлечение ученых в предпринимательскую деятельность и коммерциализацию изобретений. Все программы бесплатные.

ГОД ЗАПУСКА: 2020

ОПЕРАТОР

Правительство Канады (финансируется несколькими агентствами) в партнерстве с университетами

ПОКАЗАТЕЛИ РАБОТЫ 2020–2023

350 команд, 30 стартапов создано
\$50+ млн оценка созданных стартапов

ПОХОЖИЕ КЕЙСЫ

[Research to Commercialisation accelerator](#), Кения – помимо ученых обучают специалистов, которые могут стать амбассадорами предпринимательства в своих вузах / научных центрах.

[L2M initiative](#), Индия – для разработок TRL 5–6, помимо обучения и стипендии выдается грант на развитие проекта.

<https://www.lab2market.ca/>

Lab2Market Program

Для исследователей со степенью магистра, аспирантов и кандидатов наук в области STEM. Программы ориентированы на разные задачи и уровень предпринимательских компетенций участников. Длится полный рабочий день (40 часов в неделю)

L2M Discover	L2M Validate	L2M Launch	L2M Build
ДЛЯ КОГО			
Нет идеи бизнеса, но есть интерес к созданию бизнеса	Есть идея, которую нужно валидировать	Есть идея и базовые знания о предпринимательстве	Разработка готового продукта, привлечение первых клиентов
ТРЕБОВАНИЯ К УЧАСТНИКАМ			
-	Команда минимум из 2 чел. Один отвечает за бизнес-вопросы, второй – за техническую составляющую	<ul style="list-style-type: none"> Команда 2-5 чел., только топ-менеджмент Минимум один член команды – ученый (могут участвовать студенты) Знание базовых концепций (Lean Startup, Business Model Canvas и т.п.) 	Конкурсный отбор участников на основе оценки бизнес и технологической составляющих проектов
ЧТО ПОЛУЧАЮТ УЧАСТНИКИ			
Понимание, насколько подходит карьера предпринимателя и каковы могут быть прикладные направления использования своих изобретений	<ul style="list-style-type: none"> Стипендия \$15 тыс. Обучение: анализ рынка, проведение 100+ CusDev интервью, составление плана развития проекта Доступ к сообществу единомышленников 	<ul style="list-style-type: none"> Стипендия \$15 тыс. Обучение: анализ целевой аудитории, доработка продукта и бизнес-модели, подготовка питч-дека Менторская поддержка Питч-сессия с инвесторами в конце программы Доступ к сообществу единомышленников 	<ul style="list-style-type: none"> Стипендия \$30 тыс. Обучение: разработка MVP и дорожной карты проекта, проведение CusDev Менторская поддержка Поддержка в поиске партнеров, площадок пилотирования и финансирования Презентация на демо-дне
ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОГРАММЫ			
<ul style="list-style-type: none"> 3 дня Онлайн 	<ul style="list-style-type: none"> 16 недель Офлайн Отдельный трек для Healthcare-проектов 	<ul style="list-style-type: none"> 12 недель (летние месяцы) Офлайн 	<ul style="list-style-type: none"> 12 месяцев Офлайн + Онлайн

СТРАНА

Европейский союз (платформа запущена в рамках программы Erasmus+)

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Расширение профессионального нетворка и предоставление информации о сервисах для ученых, исследователей и наукоемких (deeptech) стартапов в странах ЕС.

ГОД ЗАПУСКА: 2021

ОПЕРАТОР

Факультет электротехники и вычислительной техники Загребского университета (совместно с несколькими другими университетами)

ПОХОЖИЕ КЕЙСЫ

[Science & Startups](#) (Берлин) – объединяет программы и ресурсы университетов города, нацеленные на создание бизнеса учеными и студентами.

Cogsteps

На платформе регистрируются ученые, предприниматели, эксперты и инкубаторы. Главная особенность – персонализированная рекомендательная система на основе профиля пользователя, которая позволяет быстро подобрать единомышленников, партнеров, членов команды.

Возможности платформы для ученых:

- Представить свою идею / проект / разработку.
- Обсудить ее с экспертами и другими предпринимателями.
- Найти сооснователей к себе в команду или присоединиться к командам других проектов.
- Представить свой проект инвесторам и получить от них обратную связь.
- Посмотреть подборки образовательных материалов по различным аспектам открытия бизнеса.
- Посмотреть актуальные мероприятия (питчи, обучающие интенсивы, инкубационные программы), в которых можно принять участие.

Оператор платформы также сам организует отдельные мероприятия для ученых:

- Буткемп Startup 101 – 5-дневная образовательная программа по изучению основ предпринимательства, вопросов защиты интеллектуальной собственности и привлечения инвестиций.
- From research to MVP – 7-дневная образовательная программа. Основные темы: анализ рынка, CusDev, разработка прототипа и стратегии выхода на рынок, подготовка бизнес-плана.

СТРАНА

Бристоль, Великобритания

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Превращение Бристоля в один из международных DeepTech-центров.

ГОД ЗАПУСКА: 2017

ОПЕРАТОР

НКО в партнерстве с университетом Бристоля и Research England

ПОХОЖИЕ КЕЙСЫ

[Innovation Space](#) (Делавэр, США) – доступ к лабораториям и офисам, несколько акселерационных программ, венчурный фонд

<https://sciencecreates.co.uk/>;
<https://www.accelerate.sciencecreates.co.uk/>

Science Creates

Изначально это был один инкубатор, позднее Science Creates превратился в экосистему сервисов, направленных на поддержку создания и развития DeepTech-стартапов. Ученые, команды, стартапы ранней стадии могут стать резидентами инкубаторов и пользоваться всеми сервисами бесплатно, но должны пройти конкурсный отбор (информация по критериям отбора отсутствует).

Сервисы и инфраструктура

- **2 инкубатора** общей площадью более 4000 м2 (Old Market Incubator, St Philips Incubator). Резиденты получают:
 - Доступ к лабораториям, офисным помещениям, коворкингам, пространствам для мероприятий
 - Консультации по различным бизнес-вопросам, в т.ч. менторская поддержка (1-на-1)
 - Регулярные мероприятия: воркшопы от экспертов по разным вопросам (защита интеллектуальной собственности, подготовка заявок на гранты, регистрация бизнеса и др.), встречи с фаундерами-учеными
 - Внутренняя база образовательных ресурсов
 - Доступ к сообществу экспертов (DeepTech-стартапы и успешные ученые-предприниматели, инвесторы, научные центры)
- **Венчурный фонд Science Creates Ventures** – pre-seed и seed инвестиции по принципу smart money. Инвестирует не только в резидентов инкубаторов
- **Science Creates Outreach** – программа для школьников от 9 лет, нацеленная на популяризацию карьеры ученого-предпринимателя. Для учащихся школ организуется 2-часовая сессия, которая включает: экскурсию, воркшоп с научными экспериментами и Q&A-сессию с успешным ученым-предпринимателем. Мероприятия могут проводиться бесплатно, но приветствуется пожертвование в размере \$190. Более 3000 школьников ежегодно участвует в программе.
- **Science Creates Accelerator** – акселератор с фокусом на проектах в области инженерной биологии на стадии идеи или MVP. Программа финансируется государственным агентством UK Research and Innovation.

ПРОГРАММЫ НАСТАВНИЧЕСТВА В ФОРМАТЕ «РЕЗИДЕНТСТВА»

Academic Entrepreneurs in Residence

Менторская поддержка ученых по коммерциализации своих разработок. Запущена в 2022 году университетом Калгари (Канада)

Наставники – университетские ученые с предпринимательским опытом. Они становятся временными членами исследовательской команды, помогают оценить коммерческий потенциал изобретения и разработать план по его коммерциализации.

Ежегодно отбирается 10–15 исследовательских команд, к которым подбираются наставники.

Целевая аудитория: ученые университета Калгари, которые хотят открыть свой бизнес.

ЯРМАРКИ ВАКАНСИЙ ДЛЯ УЧЕНЫХ

Crick Startup Career Fair

Ярмарка вакансий в biotech-стартапах для ученых Великобритании. Проводится несколько раз в год научным институтом Фрэнсиса Крика.

Цель: сближение ученых и предпринимателей.

Что получают участники:

- знакомство с 20+ стартапами;
- советы как получить работу в стартапе;
- CV Clinic – проверка и рекомендации по резюме в формате индивидуальной консультации.

ХАКАТОНЫ ДЛЯ УЧЕНЫХ

Crick Innovation Challenge

Недельный хакатон для ученых Великобритании. Организуется научным институтом Фрэнсиса Крика с 2020 года. Проводится ежегодно.

Целевая аудитория: магистры, ученые с научной степенью, научные сотрудники.

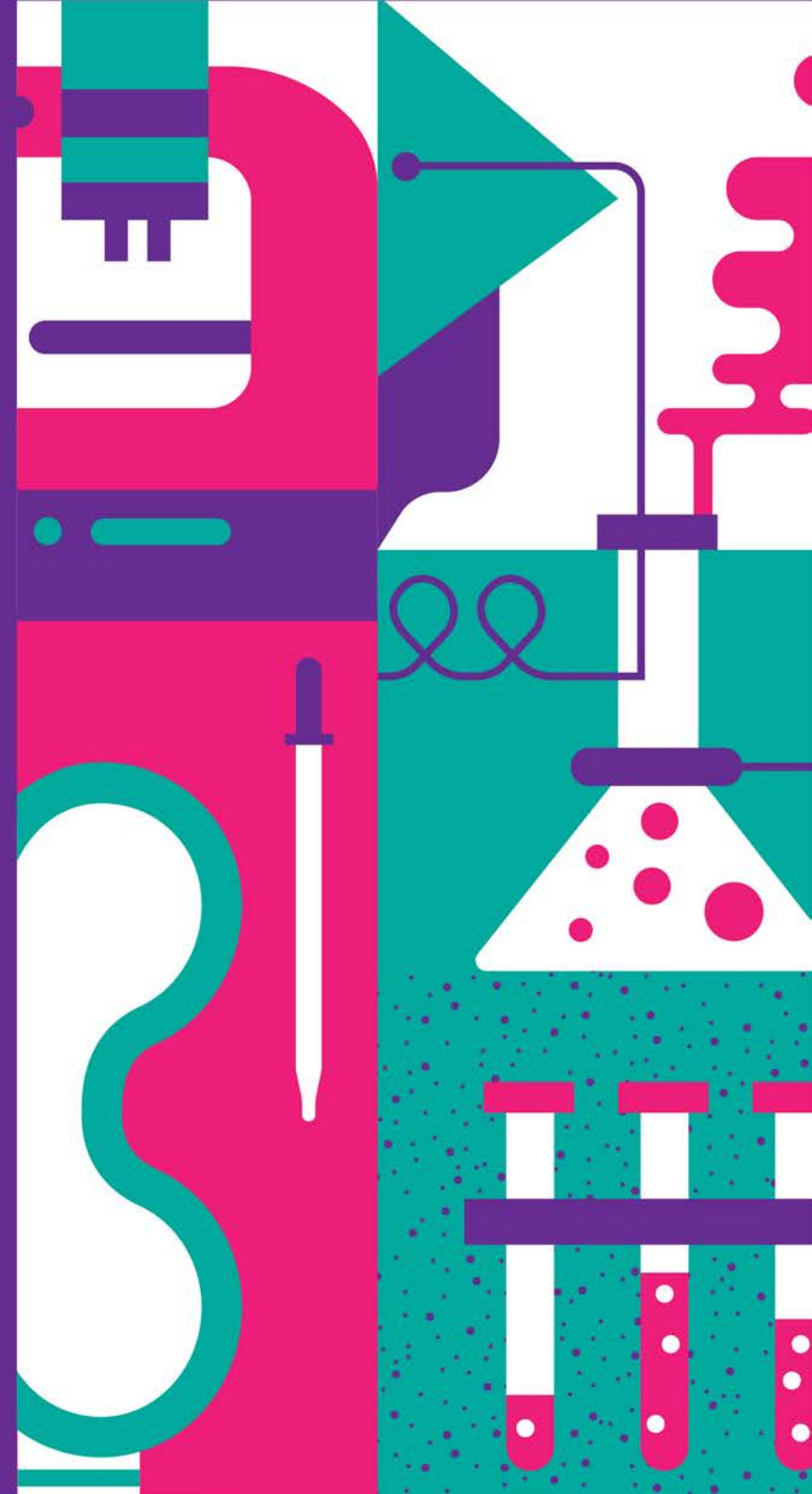
Основная цель: стимулирование предпринимательского и творческого мышления среди ученых. Для участия не обязательно наличие идеи или команды, можно быть просто «любопытным и открытым новому».

Что получают участники:

- образовательные модули и коуч-сессии по разработке проекта;
- панельные дискуссии с инвесторами успешными фаундерами-учеными;
- небольшие денежные призы за наиболее инновационные идеи.

Результат: разработка концепции продукта, который презентуется в конце хакатона экспертам и инвесторам.

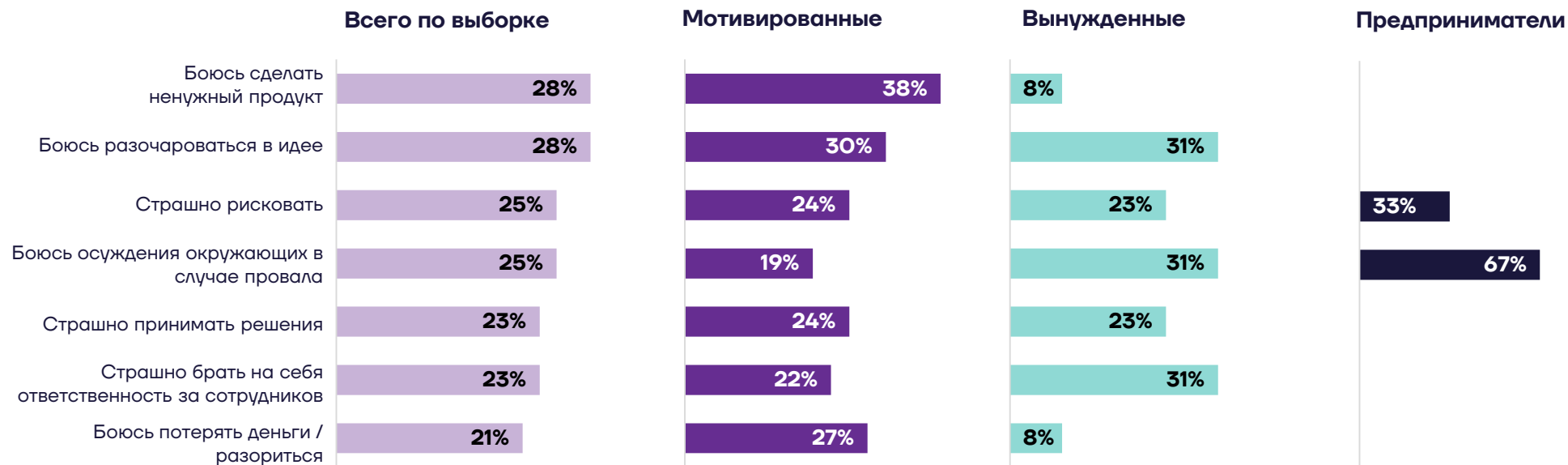
Приложение



СТРАХИ ПО ГРУППАМ

Какие тревоги и страхи вы испытываете

% от общего количества респондентов по группам; не равно 100%, т.к. можно было выбрать несколько вариантов



ПОТРЕБНОСТИ

Ключевые ресурсы, которых не хватает по группам

% от общего количества респондентов, которые планируют открыть свой бизнес по группам; отмечены значения, отличающиеся от средних по выборке

	Всего по выборке	Пол	Возраст	Уровень зрелости бизнес-идеи	Руководители	Предпринимательский опыт
Денег	31%	40% Женщины 25% Мужчины	50% 50-59 лет 46% 40-49 лет	50% Конкретных идей пока нет 41% Готовлю / есть бизнес-план	38% Да 19% Нет	54% Нет 26% Есть
Команды	27%			45% Готовлю / есть бизнес-план	21% Да 35% Нет	31% Есть 8% Нет
Времени	23%	30% Женщины 19% Мужчины	50% 50-59 лет 8% 40-49 лет	50% Конкретных идей пока нет		46% Нет 15% Есть
Партнера	21%	27% Женщины 17% Мужчины		43% Есть идея, но пока не прорабатывал		
Практического опыта	19%			31% Проверяю востребованность продукта		23% Есть 0% Нет
Дисциплины	17%			0% Конкретных идей пока нет		14% Есть 31% Нет
Идеи продукта	17%		29% до 29 лет	28% Конкретных идей пока нет	11% Да 26% Нет	
Нетворкинга, нужных контактов	15%		31% 40-49 лет		23% Да 6% Нет	
Наставника	15%		29% до 29 лет		21% Да 6% Нет	
Вдохновения	14%					
Знаний и навыков	12%			29% Есть идея, но пока не прорабатывал	9% Да 16% Нет	

- Деньги** – важнее для респондентов старше 40 лет, без предпринимательского опыта и конкретной идеи будущего бизнеса. Складывается ощущение, что запрос на деньги формулируется «по привычке» у респондентов менее осведомленных о технологическом предпринимательстве. Об этом косвенно свидетельствует тот факт, что большинство респондентов затрудняется указать на какие конкретно цели им необходимо финансирование.
- Недостаток времени** часто выделяется наравне с деньгами как ключевая сложность респондентами, у которых нет идей своего бизнеса.
- Команда** – более значима для ученых, занимающих не руководящие позиции с довольно высоким уровнем проработки идеи (есть или готовят бизнес-план).
- Наставник и идея продукта** – ключевые запросы молодых ученых до 29 лет.

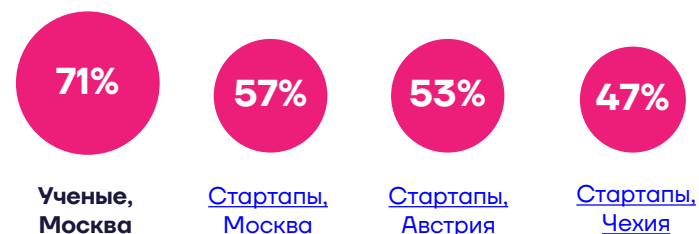
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ

Большинство ученых имеет опыт предпринимательской деятельности. Среди тех, кто планирует открыть свое дело в ближайшие три года, доля опытных предпринимателей выше. У трети ученых предпринимательский опыт был исключительно негативным, причем среди вынужденных предпринимателей таких половина.

- **71% ученых имеет предыдущий опыт предпринимательской деятельности.** Это довольно высокая доля. Так, например, среди уже действующих стартапов, в среднем только у 45–55% основателей есть предыдущий предпринимательский опыт.
- Связь между предпринимательскими намерениями и опытом не ярко выражена, тем не менее **среди тех, кто планирует открыть свой бизнес, опытные предприниматели встречаются чаще.** Так, среди вынужденных предпринимателей у 100% респондентов есть предыдущий предпринимательский опыт. Наименее опытна группа лояльных к предпринимательству, а также те, кто затруднились ответить про свое отношение к предпринимательству или открытию собственного дела.
- **У трети ученых предпринимательский опыт был исключительно негативным,** причем среди вынужденных предпринимателей таких половина. Наличие отрицательного предпринимательского опыта приводит в целом к негативному отношению к предпринимательству как к карьерному выбору и повышенным страхам в отношении открытия своего дела.
- **Предыдущий предпринимательский опыт чаще встречается у ученых, занимающих руководящие должности** (81% опрошенных) и реже – у респондентов с учеными степенями (61%), выбравших скорее академический, чем предпринимательский трек в карьере.

Имеют предпринимательский опыт

% от общего количества респондентов



Наличие предыдущего предпринимательского опыта

% от общего количества респондентов в каждой группе





АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
МОСКВЫ

По всем вопросам, связанным с данным исследованием, обращайтесь по адресу research@develop.mos.ru

Аналитический центр
Агентства инноваций Москвы
<https://innoagency.ru/analytics/list>

Все интеллектуальные права на данный результат интеллектуальной деятельности в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (часть четвертая) принадлежат ГБУ «Агентство инноваций города Москвы» (далее – Агентство) ©). Не допускается без согласия Агентства внесение изменений, сокращений и дополнений, извращение, искажение результата, порочащих деловую репутацию правообладателя, копирование и использование в составе иных результатов интеллектуальной деятельности или самостоятельно, а также тиражирование, воспроизведение, показ без согласия правообладателя, совершение иных неправомерных действий. Допускается без согласия Агентства и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени правообладателя и источника заимствования совершать действия, предусмотренные статьями 1274 — 1276, 1278 Гражданского кодекса Российской Федерации.

