

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2020.91.10.082

Факторы, влияющие на предпринимательскую мотивацию ученых

Малярчук Павел Игоревич

Магистрант,
кафедра менеджмента,
Дальневосточный Федеральный Университет,
690090, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: maliarchuk.pi@students.dvfu.ru

Егоричев Владислав Андреевич

Магистрант,
кафедра менеджмента,
Дальневосточный Федеральный Университет,
690090, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: egorichev.va@students.dvfu.ru

Зорина Анастасия Юрьевна

Магистрант,
кафедра менеджмента,
Дальневосточный Федеральный Университет,
690090, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: zorina.aiu@students.dvfu.ru

Бочтовая Алёна Александровна

Магистрант,
кафедра менеджмента,
Дальневосточный Федеральный Университет,
690090, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: bochtovaia.aal@students.dvfu.ru

Теремов Дмитрий Олегович

Магистрант,
кафедра менеджмента,
Дальневосточный Федеральный Университет,
690090, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: teremov.do@students.dvfu.ru

Аннотация

Статья посвящена изучению мотивации предпринимателей. В данном исследовании показана типология предпринимательских и непредпринимательских ученых, выявлены два противоположных типа мотивов. В статье показано от каких мотивов и факторов зависит мотивация ученых. Одним из приоритетных направлений развития российских предприятий является внедрение инновационных продуктов в производственную и непромышленную сферу. При реализации данной задачи бизнес сталкивается с проблемой нехватки собственных средств и недоступностью внешних финансовых ресурсов. Проблемы инновационной деятельности становятся в последние годы всё более актуальными. Обновление всех сфер жизни невозможно без нововведений в производство, управление, финансы. Именно инновации ведут к обновлению рынка, улучшению качества и расширению ассортимента товаров и услуг, созданию новых методов производства, сбыта продукции, повышению эффективности управления. В связи с этим появляется рост интереса ученых к изучению технологического предпринимательства и важен такой аспект как мотивация ученых, которые предпочитают предпринимательство, а не написание научных статей.

Для цитирования в научных исследованиях

Малярчук П.И., Егоричев В.А., Зорина А.Ю., Бочтовая А.А., Теремов Д.О. Факторы, влияющие на предпринимательскую мотивацию ученых // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 10А. С. 713-719. DOI: 10.34670/AR.2020.91.10.082

Ключевые слова

Мотивация предпринимателей, технологические предприниматели, подходы к изучению мотивации.

Введение

Принимая во внимание мировые тенденции, Российская Федерация заявила свои намерения в инновационном развитии. Следствием этого стало повышенное внимание к технологическому предпринимательству. Данная область предпринимательства мало изучена и интерес к ней возрастает каждый год. Технологическое предпринимательство актуально, потому что помогает организациям повысить свой уровень конкурентоспособности за счет инноваций. Исходя из вышесказанного необходимо понять какие факторы влияют на предпринимательскую мотивацию ученых.

Подходы к изучению мотивации технологических предпринимателей

Проанализировав литературу по вопросам мотивации технологических предпринимателей можно выделить несколько подходов к ее изучению. Первый подход связан с предположением, что на мотивацию технологических предпринимателей влияют различные факторы внешней среды. Так ряд авторов (Fernández-Pérez, Abreu, Malita) отмечают, что личные и профессиональные связи играют одну из главных ролей в принятии решения по вопросу о создании бизнеса. При этом более опытные и успешные коллеги могут играть роль наставников для начинающих предпринимателей. Устойчивые профессиональные связи обеспечивают возможность к доступу и обмену профессиональной информацией. Важным внешним фактором

по мнению многих авторов является возможность доступа к венчурному капиталу. Наличие бизнес-инкубаторов и технопарков является значительным мотивационным фактором (Shane, D'Este). Также значительное влияние оказывает государственная поддержка в области создания стартапов, патентования и лицензирования. Так, Moutinho приходит к выводу о том, что большинство ученых считает, что существует много трудностей, связанных с процессом патентования и что они не получают поддержку от своих организаций, у которых нет надлежащих полномочий для оказания помощи в области патентования и лицензирования. Все это отрицательно влияет на предпринимательскую мотивацию ученых [Fernández-Pérez, Abreu, Malita, 2016; Aubry, Bonnet, Renou-Maissant, 2015; Shane, 2004].

Второй подход предполагает, что предпринимательская мотивация зависит от личных мотивов ученого с одной стороны и факторов внешней среды с другой. Так, например, Lam, исследует влияние потребности в передаче своих научных знаний на мотивацию технологических предпринимателей. В работе отмечается, что ученые рассматривают предпринимательство как способ реализовать свои научные знания, при этом внешние факторы являются лишь вспомогательными факторами. Авторы выделяют четыре типа технологических предпринимателей: традиционный, предпринимательский и два гибридных типа, сочетающих в себе характеристики одного и другого типа. Авторы приходят к выводу, что именно гибридные типы технологических предпринимателей являются более распространенными и наиболее приспособленными для работы на стыке между наукой и промышленностью [Wright, Lam, Mosey, 2018].

В исследовании, проведенном Sass, на примере, группы немецких ученых доказано, что предпринимательская мотивация зависит от личных мотивов ученого, которые активизируют факторы внешней среды. Автором были выделены типы предпринимательских и непредпринимательских ученых (таблица 1).

Таблица 1 - Типы предпринимательских и непредпринимательских ученых

Тип ученого	Основная мотивация	Внешняя среда	Функция мотивации
<i>Типология предпринимательских ученых</i>			
Кормилец	Обеспечение средств к существованию	Риск потери работы	Мотивация = F (обеспечение средств к существованию, риск потери работы)
Разочарованный ученый	Рост и развитие	Мотивацию к труду в рабочей среде	Мотивация = F (рост и развитие, рабочая среда)
Независимый человек	Автономия	Не оказывает влияния	Мотивация = F (автономии)
Предприниматель	Эксплуатация ноу-хау	Возможности рынка	Мотивация = F (эксплуатация ноу-хау, возможности рынка)
Любопытный ученый	Научное любопытство	Возможности применения изобретения	Мотивация = F (научно-любопытство, возможности применения)
Спортсмен	Вызов	Конкурентная среда	Мотивация = F (вызов, конкурентная окружающая среда)
<i>Типология непредпринимательских ученых</i>			
Традиционный исследователь	Научное любопытство	Наличие сложных, нерешенных проблем	Мотивация = F (научное любопытство, нерешенные проблемы)

Тип ученого	Основная мотивация	Внешняя среда	Функция мотивации
Прикладной исследователь	Научное любопытство	Возможность практического применения результатов	Мотивация = F (научное любопытство, практическое применение)

Источник [Sass, Faria, 2015].

Автор показывает, что предпринимательская мотивация может быть выражением собственной научной мотивации ученого. Предпринимательство является еще одним способом продемонстрировать свою высокую квалификацию. В этом смысле предпринимательство может рассматриваться как адекватная альтернатива публикации статей или выполнения контрактов. Предпринимательство может рассматриваться как способ передачи научных знаний для практического применения («любопытный ученый»). Немецкие ученые столкнулись с ограниченными сроками контрактов («кормилец»). Ученые не удовлетворены существующей системой вознаграждения («разочарованный ученый»). Предпринимательская мотивация также является результатом высокого самоопределения (независимый человек).

Третий подход основан на выделении и изучении двух групп предпринимательских мотивов: «толкающих» и «тянущих». В таблице 2 представлены примеры толкающих и тянущих мотивов.

Таблица 2 - Тянущие и толкающие мотивы, влияющие на мотивацию технологических предпринимателей

Толкающие мотивы	Тянущие мотивы
Недостаточный доход	Карьерный рост
Неудовлетворенность работой (условиями работы)	Приобретение новых знаний и навыков
Невозможность дальнейшего продвижения по карьерной лестнице	Для личного удовлетворения (расширение круга общения, обретение независимости, повышение социального статуса и т.д.)
Давление на ученых для участия в предпринимательской деятельности	Желание богатства

Мотивы «толкающие», вызываются необходимостью, в условиях которой предпринимательская деятельность является средством преодоления неблагоприятных обстоятельств. Мотивы «тянущие», вызываются позитивными причинами, в которых предпринимательская деятельность является возможностью для самореализации.

Существуют разные взгляды на то какие мотивы, тянущие или толкающие, оказывают большее влияние на мотивацию технологических предпринимателей. Существуют исследования, в которых предполагается, что предприниматели мотивированы факторами какого-то одного типа, либо толкающими, либо тянущими. В зависимости от этого их можно назвать либо "вынужденными", либо "осознанными" предпринимателями. Однако, большинство авторов (Rosa Cassar, De Silva) приходят к выводу, что указанные мотивационные факторы действуют совместно, и невозможно сказать, что влияние оказывают только толкающие, или только тянущие мотивы. Есть исследования, в которых авторы указывают, что, в развитых странах, например, в США, ученые преимущественно мотивированы тянущими мотивами. К ним были отнесены наличие рыночных возможностей, желание попробовать что-то новое и желание применить свои знания на практике. Недостаточный доход являлся

единственным толкающим мотивом, имеющим значение. Аналогичное исследование, проведенное в Великобритании, выявило личное удовлетворение и желание увеличить личное благосостояние, как основные тянущие мотивы, которые мотивируют технологических предпринимателей. В исследовании De Silva показано что предпринимательская мотивация может меняться в зависимости от стадии развития компании. Так, на стадии создания компании технологический предприниматель, чаще всего, мотивирован комбинацией тянущих и толкающих мотивов. По мере перехода к стадии роста мотивационные факторы меняются, и в основном технологические предприниматели мотивируются тянущими мотивами [Cassar, De Silva, 2000].

Обобщив рассмотренные подходы, можно заметить, что они имеют между собой много общего. Так, в каждом из них, так или иначе, анализируется влияние внешних факторов на мотивацию технологических предпринимателей, а второй и третий подход предполагают также влияние личных мотивов ученого.

Заключение

В заключении хотелось бы сказать, что в работе приведены типология предпринимательских и не предпринимательских ученых, указаны факторы и мотивы, которые влияют на мотивацию предпринимательских ученых. Таким образом, можно сделать вывод, что мотивы технологических предпринимателей, преобладающие в процессе принятия решения о создании бизнеса, отличаются от мотивов традиционных предпринимателей. А значит данный вопрос требует дальнейшего изучения.

Библиография

1. Cassar R., De Silva. Cultural barriers to knowledge management // *Academic of management Executive*. 2000. Vol. 14(4). P. 437–457.
2. Fernández-Pérez, Abreu B., Malita A. –2016. – The obstacles for science technology parks in a developing country. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 8(1), 4. doi:10.1504/ijtld.2016.075180
3. Mike Wright, Sue Lam, Simon Mosey, *Entrepreneurship and University Technology Transfer* // *The journal of technology transfer*. – 2018. – P. 21-30.
4. Moutinho Aubry, Jean Bonnet, Patricia Renou-Maissant, *Entrepreneurship and the business cycle: the “Schumpeter” effect versus the “refugee” effect—a French appraisal based on regional data* // *The Annals of Regional Science*. – 2015. – С. 99-117.
5. Sass A., João Ricardo Faria, *Entrepreneurship and business cycles: technological innovations and unemployment* // *International Entrepreneurship and Management Journal*. – 2015. – P. 50-64.
6. Shane, S., *D’Este Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Cheltenham: Edward Elgar 2004.

Factors affecting the entrepreneurial motivation of scientists

Pavel I. Malyarchuk

Undergraduate,
Department of management,
Eastern Federal University,
690090, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: maliarchuk.pi@students.dvfu.ru

Vladislav A. Egorichev

Undergraduate,
Department of management,
Eastern Federal University,
690090, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: egorichev.va@students.dvfu.ru

Anastasiya Yu. Zorina

Undergraduate,
Department of management,
Eastern Federal University,
690090, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: zorina.aiu@students.dvfu.ru

Alena A. Bochtovaya

Undergraduate,
Department of management,
Eastern Federal University,
690090, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: bochtovaia.aal@students.dvfu.ru

Dmitrii O. Teremov

Undergraduate,
Department of management,
Eastern Federal University,
690090, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: teremov.do@students.dvfu.ru

Abstract

The article is devoted to the study of motivation of entrepreneurs. Researchers have identified two opposite types of motives. The article shows what motives and factors the motivation of scientists depends on. The introduction of innovative products in the manufacturing and non-manufacturing sectors. In implementing this task, the business is faced with the problem of a lack of equity and inaccessibility of external financial resources. The problems of innovative activity in recent years have become increasingly relevant. Updating all spheres of life is impossible without innovations in production, management, and finance. It is innovations that lead to the renewal of the market, the improvement of quality and the expansion of the assortment of goods and services, the creation of new methods of production, marketing of products, and increased management efficiency. In this regard, there is a growing interest of scientists in the study of technological entrepreneurship and an important aspect is the motivation of scientists who prefer entrepreneurship rather than writing scientific articles.

For citation

Malyarchuk P.I., Egorichev V.A., Zorina A.Yu., Bochtovaya A.A., Teremov D.O. (2019) Faktory, vliyayushchie na uspešnost' predprinimatelei malogo i srednego biznesa [Factors affecting the entrepreneurial motivation of scientists]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (10A), pp. 713-719. DOI: 10.34670/AR.2020.91.10.082

Keywords

Motivation of entrepreneurs, technological entrepreneurs, approaches to the study of motivation.

References

1. Cassar R., De Silva. Cultural barriers to knowledge management // *Academic of management Executive*. 2000. Vol. 14(4). P. 437–457.
2. Fernández-Pérez, Abreu B., Malita A. –2016. – The obstacles for science technology parks in a developing country. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 8(1), 4. doi:10.1504/ijtlid.2016.075180
3. Mike Wright, Sue Lam, Simon Mosey, *Entrepreneurship and University Technology Transfer* // *The journal of technology transfer*. – 2018. – P. 21-30.
4. Moutinho Aubry, Jean Bonnet, Patricia Renou-Maissant, *Entrepreneurship and the business cycle: the “Schumpeter” effect versus the “refugee” effect—a French appraisal based on regional data* // *The Annals of Regional Science*. – 2015. – C. 99-117.
5. Sass A., João Ricardo Faria, *Entrepreneurship and business cycles: technological innovations and unemployment* // *International Entrepreneurship and Management Journal*. – 2015. – P. 50-64.
6. Shane, S., *D’Este Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Cheltenham: Edward Elgar 2004.