

Для цитирования: Алексина А. С., Хабирова А. В., Глухих П. Л. Молодежное стартап-движение: анализ зарубежных теоретических подходов // Журнал экономической теории. — 2019. — Т. 16. — № 2. — С. 234–248

doi 10.31063/2073-6517/2019.16-2.6

УДК 332.146

JEL M130

МОЛОДЕЖНОЕ СТАРТАП-ДВИЖЕНИЕ: АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ¹

А. С. Алексина, А. В. Хабирова, П. Л. Глухих

Статья посвящена исследованию стартапов как самостоятельного научного направления изучения предпринимательства. Целями исследования являются оценка изученности феномена стартапа в зарубежных научных публикациях, систематизация основных зарубежных направлений развития теоретических положений стартап-подхода и расширение теоретических положений стартап-движения молодежи. На основе подробного терминологического обзора и выделения существующих в зарубежной научной и практико-ориентированной литературе трактовок сущности стартапа и стартап-движения систематизированы теоретические подходы к ключевым понятиям стартап-индустрии: «стартап», «стартап-сообщество» и «стартап-движение». Выделены ключевые признаки стартапа, в том числе ограниченно применяемые в отечественных исследованиях. Систематизированы факторы, формирующие стартап-движение молодежи. Разработаны социально-экономические положения авторского подхода к стартап-движению, включая необходимость четкого разграничения категории «стартап-сообщество» как формы взаимодействия участников стартап-индустрии и термина «стартап-движение» как процесса взаимодействия новых участников, стремящихся в такую благоприятную среду. Выделена последовательность этапов (периодов) и сгруппированы причины вовлечения молодежи в стартап-движение как сложной иерархической системы внутренних потребностей (индивидуальные мотивы, цели, склонности, ценностные ориентиры) и внешних вознаграждений индивида: семейная и институциональная поддержка (социальный капитал, финансовый капитал, человеческий капитал, физический капитал, факторы среды и др.). Сформулированы степени вовлеченности молодежи в стартап-движение: мотивированные к вхождению в стартап-движение; потенциально вовлекаемые в стартап-движение; устойчивые к вовлечению в стартап-движение; вышедшие из стартап-движения. Результаты статьи позволят применять сформировавшиеся зарубежные теоретические подходы в отечественных исследованиях, а также могут выступить основой для разработки комплексного методического подхода к оценке эффективности российского стартап-движения молодежи.

Ключевые слова: стартап, молодежь, обзор, стартап-движение, стартап-сообщество, стартап-компания, предпринимательство, признаки стартапа, стартап-экосистема, поддержка стартапов, факторы стартапа

В последнее время, в том числе и в России, все ярче стала прослеживаться тенденция резкого увеличения количества стартапов и объемов их финансирования на фоне роста числа неэффективно функционирующих и быстро закрывающихся бизнесов, часто создаваемых только для достижения определенных индикаторов, сопровождающаяся общим замедлением финансовых результатов хозяйствующих субъектов и сохранением недоверия к стартап-индустрии. В России на содержание и активизацию предпринимательской экосистемы (органы поддержки и регулирования предпринимательства, институты развития предпринимательства: акселераторы, инкубаторы и др.) государство прямо и косвенно тратит

сотни миллиардов бюджетных денег (из федерального бюджета по целевой подпрограмме «Развитие малого и среднего предпринимательства» — 120,5 млрд руб. в 2014–2017 гг., кроме того, финансирование осуществляется и по другим программам и бюджетам²). Соответственно при таких условиях возникает вопрос: стартапы создаются ради моды или для достижения экономических и социальных показателей в долгосрочной перспективе? Данные явления представляют собой угрозу для всей предпринимательской экосистемы и требуют пристального изучения. Важные ре-

² Счетная палата выявила проблемы в использовании средств на господдержку малого и среднего предпринимательства в регионах // Счетная палата Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.ach.gov.ru/press_center/news/32312 (дата обращения 03.10.2018).

¹ © Алексина А. С., Хабирова А. В., Глухих П. Л. Текст. 2019.

зультаты в этом направлении существуют в зарубежных исследованиях, которые представляют большой интерес как в научном (применимость сформировавшихся теоретических подходов в отечественных исследованиях), так и в практическом (для повышения эффективности политики развития высокотехнологичного предпринимательства) аспектах.

В связи с этим целями статьи являются: оценка изученности феномена стартапа в зарубежных научных публикациях; систематизация основных зарубежных направлений развития теоретических положений стартап-подхода и расширение теоретических положений стартап-движения молодежи для последующей разработки комплексного методического подхода к оценке эффективности российского стартап-движения молодежи. Достижение поставленных целей планируется через решение следующих задач: обобщение зарубежных подходов к пониманию термина «стартап» и выделение основных его признаков (с учетом отличий от отечественных подходов) и термина «стартап-сообщество»; обобщение зарубежных подходов к сущности стартап-движения; систематизация факторов, формирующих стартап-движение молодежи; разработка социально-экономических положений стартап-движения на основе систематизации зарубежных теоретических подходов.

Зарубежные подходы к трактовке термина «стартап» и его признаки

Понятие «стартап» было введено в деловой оборот в 1939 г. в США, далее развивалось в 1970-х гг. в Великобритании, а свое активное распространение в научной среде получило в 1990-е гг. С этого времени и по настоящий момент можно встретить большое разнообразие современных подходов к определению данного термина. Чаще всего в российской практике понятие «стартап» ассоциируют с технологичностью и инновационностью, однако в зарубежной литературе инновационность и высокие технологии вовсе не являются главным критерием того, что компанию можно называть стартапом.

Основные подходы зарубежных исследователей и практиков к определению термина «стартап» и отличительные черты стартапов представлены в таблице 1.

По мнению большинства зарубежных исследователей, ключевым признаком того, что компания считается стартапом, является ориентация на сверхбыстрый рост. Интересно, что компании, которые начинают получать ста-

бильную прибыль, уже не могут классифицироваться как стартап, и этот акцент на рост и быстрый масштаб отличает их от малого бизнеса, а инновации — это лишь инструмент для быстрого роста.

В своих работах многие из авторов ссылаются на подход классиков в сфере исследования стартапов — Стива Бланка и Эрика Риса. Ученые сходятся в том, что стартап всегда действует на новых, неизвестных рынках в условиях высокой неопределенности и требует своего, отличающегося от сферы малого и среднего предпринимательства, подхода в управлении. Также следует отметить, что многие из исследователей отдельное внимание уделяют культуре стартапа как одной из значимых отличительных черт.

Обобщая взгляды зарубежных исследователей, можно выделить следующие признаки, позволяющие обособить понятие «стартап» среди малого бизнеса (при этом стартапом может быть вновь созданный бизнес любого размера, в любом секторе и в любой отрасли):

- ориентация на сверхбыстрый рост;
- масштабируемая бизнес-модель;
- условия чрезвычайной неопределенности;
- инновации и технологии (не в качестве критерия, а как инструмент для быстрого развития);
- использование венчурного финансирования;
- новые рынки и условия неопределенности;
- своя культура;
- специфический подход в управлении;
- жизненный цикл (в большинстве случаев) — 2–3 года.

С учетом выявленных особенностей считаем, что в российских исследованиях важно глубже и комплекснее рассматривать все признаки стартапа, и предлагаем авторское определение термина «стартап» как недавно образованной компании или группы людей, имеющей особую культуру, ориентированной на поиск возможностей для стремительного жизненного цикла, разрабатывающей и/или внедряющей новую технологию и/или продукт в условиях повышенной неопределенности и риска с целью максимально быстрого роста, использующей для этого масштабируемую бизнес-модель (как правило, на основе инновационной технологии и/или продукции). В отличие от существующих, в данном определении подчеркивается, что это сверхбыстро развивающаяся организация (команда) со своей культурой и отличающаяся от

Теоретические подходы зарубежных авторов к пониманию сущности термина «стартап»

Сущность определения	Автор(ы)	Отличительные черты
Стартап — это организация, созданная для поиска повторяемой и масштабируемой бизнес-модели	Бланк С. ^{*1} (2010)	Стартапы отличаются от других компаний малого бизнеса во всех возможных отношениях — от целей до индикаторов развития, от сотрудников до культуры. Согласно концепции Стива Бланка «развитие потребителей», главная задача стартапера — получить максимум информации от потенциального потребителя, прежде чем вкладывать инвестиции и набирать штат
Стартап — это предприятие, целью которого является разработка новых товаров и услуг в условиях чрезвычайной неопределенности	Рис Э. (Ries, 2011)	По мнению Эрика Риса, автора концепции «бережливого стартапа», стартап действует не как все другие бизнесы, а обязательно в условиях чрезвычайной неопределенности и высокого риска (классические инструменты менеджмента не работают). Главные элементы стартапа — это люди, продукт, инновации, условия чрезвычайной неопределенности
Стартап — это компания, предназначенная для быстрого роста на большом рынке, и имеет масштабируемую бизнес-модель	Грэм П. ^{*2} (2012)	Критерием стартапа не является факт того, что компания недавно создана и является новой; также не может быть критерием стартапа уровень технологичности компании и венчурное финансирование. Главная черта стартапа — это его быстрый рост, и все остальные характеристики уже являются следствием этого быстрого роста
Стартап — это недавно созданная компания и / или рискованное дело предпринимателя, которое находится в стадии исследования и развития рынка	Талова М., Хорват Й, Лалич М. (Čalopa et al., 2014. P. 19–20)	Необязательно, но часто стартапы связаны с высокотехнологичными проектами, поскольку такие продукты могут быть более масштабированы и имеют высокий потенциал роста. Исследовав взаимосвязь, они определили, что опыт предпринимателя и стадия развития стартапа не всегда связаны с выбираемым источником финансирования
Стартапы — это компании, разработанные для вероятно быстрого масштабирования	Макнайт Дж. ^{*3} (2016)	Выделяет 5 основных характеристик стартапов: быстрый рост, инновации (как инструмент поиска новых рынков), возраст компании (как правило, не более 3 лет), культура, технологичность. Практики определяют стартап как культуру, в которой все участники стартапа разделяют общие ценности и чувствуют вклад каждого в команде
Стартапы в целом объединяют быстрый рост, высокая опора на инновационные продукты, процессы и финансирование, максимальное внимание к новым технологиям и широкое использование инновационных бизнес-моделей	Европейская комиссия ^{*4} (2016)	Стартапы имеют большой потенциал и обладают очень быстрым ростом. В США стартапы часто вырастают до крупного бизнеса и способствуют инновационности, конкурентоспособности экономики. Но слишком мало европейских стартапов выживают дольше 2–3 лет, причем еще меньше вырастают в более крупные фирмы, что говорит о необходимости совершенствования механизмов поддержки

Окончание табл. на след. стр.

предприятий малого бизнеса стремлением к ускоренному росту, при этом инновации являются не отличительной чертой, а лишь инструментом в достижении цели.

Также считаем, что для комплексного понимания природы данного феномена отечественным исследователям не нужно игнорировать изучение среды формирования и развития стартапов, в том числе стартап-сообщество как неформальный институт.

Зарубежные подходы к пониманию термина «стартап-сообщество»

Активный рост и развитие стартапов в современной экономике России и зарубежных стран привели к развитию стартап-сообществ. Многие из исследователей отмечают, что наличие таких сообществ и сетей положительно сказывается на эффективности стартапов и способствует их возникновению.

Сущность определения	Автор(ы)	Отличительные черты
Стартап — недавно образованная компания, находящаяся в стадии активного роста и исследования рынка, созданная для решения новых потребительских проблем, вносящая вклад в экономический рост и общественное благосостояние	Ферина Н., Хуротул А., Суковидянти А. (Ferina et al., 2018. P. 41–43)	В отличие от малого бизнеса, продукты и потребители стартапа являются неопределенными и неисследованными, стартапы всегда ориентированы на очень быстрый рост (малый бизнес нацелен на стабильное получение прибыли), поэтому стартапы всегда ориентированы на инновации и создание новых потребностей у клиентов. Если стартап перестает рисковать, использует одну бизнес-модель и набрал фиксированный штат, то он становится малым бизнесом

¹ Blank S. What's A Startup? First Principles [Электронный ресурс]. URL: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/> (дата обращения: 21.08.2018).

² Graham P. Startup Equals Growth [Электронный ресурс]. URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html> (дата обращения: 21.08.2018).

³ McKnight J. Defining traits of Startups [Электронный ресурс]. URL: <https://legalvision.com.au/5-common-traits-of-startups/> (дата обращения: 21.08.2018).

⁴ Europe's Next Leaders: the Start-Up and Scale-Up Initiative // European Commission, 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/COM-2016-733-F1-EN-MAIN.PDF> (дата обращения: 21.08.2018).

Важный вклад в развитие научных исследований в области стартап-сообществ внес Эндрю Ван де Вен (Van de Ven, 1993). В своей работе 1993 года он отметил, что существует недостаток литературы в данной области, что предшествующие работы сфокусированы в основном на исследовании поведения самого предпринимателя и его индивидуальных характеристиках. Ван де Вен выдвинул концепцию «структуры социальной системы» путем определения действующих лиц, широко участвующих в инновациях и предпринимательстве в местном масштабе, например, это университеты и научные исследования, финансирование и страхование, а также пул человеческих компетенций. В дальнейшем исследователи (Neck et al., 2004) определили 6 ключевых элементов этой структуры: инкубаторы, внутрифирменные стартапы, формальные и неформальные сети, материальная инфраструктура и культура. В рамках данного подхода стартап-сообщество было представлено, в большей мере, формальными и неформальными сетями и рассматривалось как часть социальной системы. В дальнейшем подход исследователей к данному понятию стал расширяться и дополняться.

Основные подходы зарубежных ученых, исследователей и практиков к сущности стартап-сообщества и его отличительные черты представлены в таблице 2.

Стартап-сообщество — это намного больше, чем просто сообщество (критическая масса) предпринимателей, и роль его намного шире, чем просто элемента стартап-экосистемы (как определялось в ранних исследованиях). На основе анализа изученных подходов можно

обобщить, что стартап-сообщество должно соответствовать следующим принципам:

- наиболее значимы в сообществе непосредственные связи и взаимодействие между самими предпринимателями, во время которого они пропитывают друг друга энергией, опытом, знаниями и поддерживают друг друга;
 - лидерами стартап-сообщества должны быть предприниматели, имеющие длительную приверженность сообществу;
 - сообщество должно включать всех, кто хочет участвовать в нем (стартапы на разных стадиях и в разных отраслях, университеты, организации поддержки и др.);
 - стартап-сообщество имеет свою культуру, в рамках которой каждый испытывает чувство общности и разделяет предпринимательские ценности;
 - стартап-сообщество должно иметь постоянную разнообразную деятельность (коворкинг-пространство, активности и мероприятия, проекты, саммиты и встречи, программы, виртуальные платформы и др.), чтобы повышать уровень взаимодействия и развивать чувство общности у каждого по отдельности и вместе целиком;
 - другие участники стартап-экосистемы и осуществляемые ими активности являются катализаторами для усиления взаимодействия между предпринимателями в стартап-сообществе;
 - эффективность и скорость развития стартап-сообщества напрямую влияет на развитие стартап-экосистемы и экономический рост.
- Таким образом, предлагаем при исследовании стартапов активнее использовать сре-

Теоретические подходы зарубежных авторов к пониманию сущности стартап-сообщества

Сущность подхода	Автор(ы)	Отличительные черты
Это сообщество предпринимателей, которые могут «пропитать» друг друга талантом, креативностью и поддержкой посредством нетворкинга, который разрушает иерархию и открывает доступ к ресурсам	Фельд Б. (Feld, 2012)	Б. Фельд описывает тактику и стратегию построения, участников, принципы и динамику развития стартап-сообщества. Стартап-сообщества способствуют развитию глубины и охвата предпринимательской экосистемы и являются ее важнейшим элементом. В качестве ключевых принципов выделяет: 1) возглавлять стартап-сообщество должны предприниматели; 2) лидеры должны иметь длительную приверженность сообществу стартапов; 3) сообщество должно включать всех, кто хочет участвовать в нем; 4) стартап-сообщество должно иметь постоянную разнообразную деятельность, которая затрагивает интересы всех стартапов и вовлекает всех участников экосистемы (фидеров [<i>feeders</i> — питатели, кормители])
Это взаимодействие и нетворкинг предпринимателей на локальном и глобальном уровнях	Крюгер М., Качиоппе Дж. ¹ (2014)	Рассматривается в качестве одного из важнейших элементов экосистемы (среди которых также выделяются: повышение осведомленности, образование, культура, финансирование, политика государства, доступность технологий, инфраструктура, навыки и таланты, лидерство). Увеличение масштабов и глубина сотрудничества, а также финансовая поддержка со стороны правительства признаются критическими для дальнейшего роста самих стартапов и экосистемы. Потребность создания хабов, которые будут объединять стартап-сообщества разных уровней
Это взаимодействие конкретных участников стартап-экосистемы, отдельных лиц и конкретных организаций, а не агрегированных систем	Мотояма Ю., Уоткинс К. ² (2014)	Стартап-экосистема рассматривается как сегмент предпринимательской экосистемы. Исследуются взаимодействия на 4 уровнях: между самими предпринимателями; между организациями, оказывающими поддержку стартапов; между предпринимателями и организациями поддержки; разнообразные поддерживающие связи (мероприятия и др.). Взаимодействие между самими предпринимателями важнее других связей. Создание среды, в которой стартапы не только могут учиться и обучать других, но и эмоционально поддерживают друг друга
Это места, которые привлекают и поддерживают инновационных предпринимателей, создающих яркие стартапы, которые могут стимулировать экономический рост, создавать рабочие места и формировать здоровье сообщества	Хван В. ³ (2016)	Люди находятся в центре предпринимательской экосистемы. Они являются ее фундаментальными строительными блоками. Все идеи, инкубаторы и капитал в мире не создадут ничего ценного, если талантливые люди не будут хорошо использовать их. Стартап-сообщество включает инвесторов, исследователей, дизайнеров, общественных лидеров, менторов, потенциальных работников, представителей закона и др. Люди могут перемещаться в сообщество и из него с течением времени, перемещаться между ролями или даже играть несколько ролей одновременно

Окончание табл. на след. стр.

довый подход и сам термин «стартап-сообщество», под которым, с учетом основных зарубежных теоретических положений, следует понимать среду с определенной культурой, являющуюся катализатором для создания и развития стартап-экосистемы, увеличивая доступ стартапа к ресурсам, знаниям и глобальным

связям посредством взаимодействия, организации коворкинг-пространства, активностей и мероприятий, проектов и программ, виртуальных платформ и т. д. В отличие от существующих отдельных подходов предлагаем делать упор на том, что стартап-сообщество — это не просто совокупность людей или он-лайн плат-

Сущность подхода	Автор(ы)	Отличительные черты
Это сообщества, созданные, чтобы помочь стартапам взаимодействовать с потенциальными партнерами через мероприятия, платформы, бизнес-классы, сети, и поддерживающие местные/региональные «экосистемы»	Европейская комиссия ⁴ (2016)	Наличие стартап-сообщества позволит стартапам приносить больше прибыли, не допускает траты значительных усилий стартапов «впустую». Это предполагает, что власти поощряют условия, которые позволят повысить эффективность стартапов. В свою очередь, эти стартапы могут создавать рабочие места, конкурировать на рынке и быть социально ответственными
Это пространство (не физическое), основанное на взаимоотношении участников стартап-экосистемы, чувстве сообщества и общей связанности	Готье Дж., Ортманс Ж. ⁵ (2018)	Выявлено, что локальные сети способствуют более высокой производительности, а наличие связей с сообществами лучших мировых экосистем — развитию стартапа, выходу на международный рынок и развитию всей экосистемы. Сокращение расстояния между людьми приведет к большему количеству связей и большему успеху. Факторы успеха локального сообщества: чувство общности (помощь друг другу); наличие круга знакомых предпринимателей; взаимодействие с другими сообществами, столкновение участников; плотность и близость работы

¹ Kruger M., Cacioppe J. Startup ecosystem report. South East Queensland. 2014 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.qld.gov.au/dsiti/assets/documents/startup-ecosystem-mapping-report.pdf> (дата обращения: 21.08.2018).

² Motoyama Y., Watkins K. K. Examining the connections within the Startup Ecosystem: a case study of St.Louis // Kauffman Foundation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kauffman.org/what-we-do/research/a-research-compendium-entrepreneurship-ecosystems/examining-the-connections-within-the-startup-ecosystem-a-case-study-of-st-louis> (дата обращения: 21.08.2018).

³ Hwang V. Entrepreneurial Ecosystem Building Playbook // Kauffman Foundation [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kauffman.org/entrepreneurial-ecosystem-building-playbook-draft-2/introduction#declarationofinterdependence> (дата обращения: 21.08.2018).

⁴ Europe's Next Leaders: the Start-Up and Scale-Up Initiative // European Commission, 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/COM-2016-733-F1-EN-MAIN.PDF> (дата обращения: 21.08.2018).

⁵ Gauthier J., Ortman J. Global Startup Ecosystem Report. 2018 // Startup Genome [Электронный ресурс]. URL: <https://startupgenome.com/all-report-thank-you/?file=2018> (дата обращения: 21.08.2018).

форма, а пространство существования стартапов, их окружение, с огромным количеством взаимосвязей, материальных и духовных потребностей, ценностей и ориентиров.

Поскольку стартап-сообщества — динамично изучаемый экономический объект, то еще более важным является понимание порядка их формирования и изменения и роли в этом процессе стартап-движения как еще более новой исследовательской категории.

Зарубежные подходы к пониманию сущности стартап-движения

В период активного и стремительного роста стартапов, которые сталкиваются с отчасти типичными трудностями и стремятся к схожим целям, все сильнее развиваются стартап-сообщества и все больше людей вовлекаются в них, образуя стартап-движение. Следует отметить, что в настоящее время наблюдается недостаток научных исследований в области изучения такого феномена, как стартап-движение.

Основные подходы зарубежных ученых, исследователей и практиков к определению термина «стартап-движение» и их отличительные черты представлены в таблице 3.

Среди исследователей-практиков можно наблюдать различные взгляды на данное понятие. На основе анализа представленных выше работ современных практиков и исследователей можно выделить два основных подхода к определению стартап-движения (в широком и узком смысле):

1. Это взаимодействие стартапов с целью обмена опытом (и помощи молодым стартапам с выходом на глобальные рынки) и формирования единой, полезной для всех он-лайн платформы, открывающей доступ к современным и только полезным, практико-ориентированным ресурсам.

2. Это объединение ведущих стартап-экосистем и стартап-сообществ с целью создания глобального хаба, открывающего возможности роста, глобальные связи и ресурсы для каждого

Теоретические подходы зарубежных авторов к пониманию сущности стартап-движения

Сущность подхода	Автор(ы)	Отличительные черты
Это перемещение стартапа в нужном направлении (с импульсом), позволяющее сэкономить ресурсы и быстро достичь результата	Кумар В. ^{*1} (2013)	Рассматривает понятия стартап-движение на основе сопоставления двух категорий: движение и импульс. Импульс перемещает вещи в нужном направлении, тогда как движение — это состояние чего-то. Иногда все возрастающий объем работы (движение) приводит к меньшим достижениям (импульс). Стартапам нужен импульс, чтобы они эффективно работали и достигали успеха
Движение является намного большим, чем просто собственная идея или компания, оно создает другие компании с реальными доходами, имеет импульс и привлекает интерес самых творческих ученых в мире	Шах С. ^{*2} (2014)	У движения есть своя масса, собственная плотность, собственный вектор, все из которых создают кинетическую энергию, которая привлекает нужных людей к своей миссии и делает вещи лучше для большего количества участников. Компании являются частью движения, но есть компании, которые сами по себе являются движением, если они способствуют воплощению чужих идей в жизнь (Kickstarter, Airbnb, Tesla и др.), они все имеют свой импульс
Это не только стартапы, это более глубокий культурный сдвиг, который обеспечивает жизнедеятельность организма [экосистемы]	Хван В. ^{*3} (2014)	Рассматривает стартап-движение в очень широком и глубоком смысле как «перезагрузку человеческого духа». Стартап-движение связывает предпринимателей вместе в стартап-сообществах и социальных сетях. Стартап-движение — это не только движение стартапов, но стартап-сообществ и стартап-экосистем к единой глобальной экосистеме
Это один из видов социального движения, представляющий собой объединенные действия группы стартапов, которыми движет конкретная причина, имеют четкую цель и план действий	Сателл Г. ^{*4} (2017)	Стартап-движение строится на тех же принципах, что и любое другое социальное движение. Движение начинается с команды преданных активистов, имеющих страсть к своему делу, которые вовлекают в движение других участников, чувствующих себя частью движения
Стартап-движение — это место для начинающих предпринимателей и стартапов, чтобы поглощать знания, которые могут помочь им перенести свой бизнес на новый уровень	Ничоллс Г. ^{*5} (2017)	Представляет собой онлайн платформу, основанную собственником стартапа, с подборкой историй и интервью предпринимателей, полезными инструментами и вдохновляющими статьями и пр. Ресурс ориентирован на молодежь и содержит только актуальную информацию, чтобы начинающие стартаперы меньше времени тратили на поиск сведений в Интернете и сортировку устаревшей информации
Это объединение людей, формирующих [строящих] мировые стартап-экосистемы	Глобальное стартап-движение ^{*6} (2018)	Движение, вовлекающее лидеров ведущих в мире экосистем. Для развития стартапов необходимо объединять экосистемы и сообщества в глобальный хаб. Глобальное стартап-движение — онлайн платформа, на которой размещены полезные ресурсы, интервью и сервисы для стартапов, и организация саммита лидеров экосистем

^{*1} Kumar V. Startup movement Vs momentum, a classic dilemma [Электронный ресурс]. URL: <https://analyticsweek.com/content/movement-vs-momentum-a-classic-startup-dilemma/> (дата обращения: 21.08.2018).

^{*2} Shah S. Startups movements and an unstoppable kinetic energy [Электронный ресурс]. URL: <http://haystack.vc/2014/03/04/startups-movements-and-an-unstoppable-kinetic-energy/> (дата обращения: 21.08.2018).

^{*3} Hwang V.W. The startup movement is not about startups, actually [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/victorhwang/2014/01/03/the-startup-movement-is-not-about-startups-actually/#7f2dfe3371a9> (дата обращения: 21.08.2018).

^{*4} Satell G. Things entrepreneurs can learn from successful social movements [Электронный ресурс]. URL: <https://www.inc.com/greg-satell/entrepreneurs-can-learn-a-lot-from-successful-soci.html> (дата обращения: 21.08.2018).

^{*5} Nicholls G. The start of the movement — Startup movement [Электронный ресурс]. URL: <http://www.startupmovement.co/the-start-of-something/> (дата обращения: 21.08.2018).

^{*6} The Global Startup Movement [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thegsm.co/> (дата обращения: 21.08.2018).

стартапа. Это главный и важнейший инструмент для создания этих сообществ и экосистем.

Практики отмечают, что сам стартап также может быть назван движением, если он имеет импульс, вовлекает в свое направление деятельности других участников, которые при этом генерируют прибыль и развивают сообщество.

Таким образом, стартап-движением может быть сам стартап, локальное взаимодействие стартап-сообществ или глобальное объединение стартап-экосистем, если каждый из них отвечает следующим принципам:

- совместная работа, имеющая общую цель, направленная на решение системных проблем;
- деятельность, которая вовлекает других участников стартап-экосистемы, создает новые стартапы и они активно развиваются;
- активность с заданным направлением (вектором), способствующая быстрому развитию стартапов, позволяющая облегчить доступ к ресурсам и найти решение бизнес-проблем;
- возглавляется лидерами, а каждый участник испытывает чувство приверженности движению.

Считаем важным расширить и конкретизировать данные зарубежные подходы положениями на уровне индивида, добавив основных субъектов с учетом выполняемых ими ролей в стартап-движении. Под стартап-движением мы предлагаем понимать взаимодействия, связывающие основателей и участников стартапа в команду, а также сотрудничество стартапов между собой, посредством социальных сетей и стартап-сообществ с целью взаимопомощи для достижения результатов и формирования единой, полезной для всех среды, открывающей доступ к современным и только полезным, практико-ориентированным ресурсам. Такой подход позволит лучше осознать природу стартап-движения с учетом личностного поведения ключевых участников, выявить их мотивы и стимулы вовлечения в стартап-движение, признаки включенности и удержания в команде и стартап-сообществе, а также причины выхода из него.

Систематизация факторов, формирующих стартап-движение молодежи

Поскольку наиболее активным субъектом в стартап-движении выступает молодежь, то именно она и выбрана в качестве объекта исследования. Так, международные авторитетные исследователи стартап-движения (Berglund, Wennberg, 2006; Suzuki, Okamuro, 2017. P. 20; Olugbola, 2017) считают всемирной

тенденцией, что стартапы, в значительной степени, создаются выпускниками высших учебных заведений. Повышенная готовность к риску из-за отсутствия больших финансовых обязательств, наличие свободного времени, творческий потенциал и нестандартный взгляд студентов разных специальностей на системные проблемы; среда, в которой есть обучение и исследования, создают определенные преимущества молодежи перед другими возрастными группами. Россия не исключение, так, согласно исследованию Академии проектов Farminers, которая как инкубатор стартапов в 2011 году приняла 926 заявок от IT-стартапов из разных регионов России на получение инвестиций, средний возраст стартапера 26–30 лет, а тех, кто старше 35 лет, только 8 %¹. Схожие данные показало исследование российского рынка инновационного предпринимательства Startup Barometer за 2017 год: в среднем возраст основателей отечественных стартапов 30–32 года². В связи с этим исследование активности молодежи в стартап-движении представляет большой интерес.

Стартап-движение рассматривается как разновидность социального сообщества, в основе которого лежат социальные сети (Hernández, González, 2017). К наиболее важным понятиям в анализе социальных сетей С. Вассерман и К. Фауст (Wasserman, Faust, 2013) относят следующие:

- деятели или узлы (являются индивидуальными, корпоративными или коллективом дискретных социальных единиц);
- связи и соединения (участники соединены или связаны друг с другом через социальные связи: ими могут быть, например, дружба, передача чего-либо (например, кредит, продажа), принадлежность, поведенческое взаимодействие и т. д.).

Таким образом, причины вовлечения молодежи в стартап-движение, включения в стартап-сообщество и выхода из них можно рассматривать на аналогичных уровнях:

- сами индивиды (молодежь) со своими намерениями и ожиданиями и узлы сети (стартапы, стартап-сообщества, университеты, объ-

¹ Портрет российского стартапа: кто такой, откуда родом? [Электронный ресурс]. URL: https://republic.ru/business/portret_rossiyskogo_startapa_kto_takoy_otkuda_rodod-685322.xhtml (дата обращения 03.10.2018).

² Венчурный барометр 2017. Исследование российского рынка венчурных инвестиций [Электронный ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1Kdoacu2Dgj2sf9lejBa6wlyTHeXoaJuz/view> (дата обращения 03.10.2018).

екты инфраструктуры со своими программами для молодежи);

— социальные связи (семья, друзья) и др.

За продолжительную зарубежную историю изучения природы предпринимательства сформировался широкий пласт исследований, посвященных мотивам и факторам становления и развития предпринимателя, которые на новом этапе исследований уточняются и дополняются для стартапов. Одним из доминирующих в последнее время является подход, который существующие теории предпринимательских мотивов (индивидуальные мотивы и цели, социальное обучение, человеческий капитал и экологические факторы) группирует в две категории: теории управления и теории стимулирования (*drive theories and incentive theories*) (Carsrud, Brännback, 2010). Эти теории предполагают, что внутренние потребности и внешние вознаграждения мотивируют человека начать новый бизнес.

Наиболее глубоко проработанными в зарубежных исследованиях являются социальные факторы стартап-намерений индивидов. Так, Тейлор (Taylor, 2011) применяет специальное понятие «социальная поддержка», которое характеризует восприятие или опыт быть любимым, заботиться о других и быть частью взаимодополняющей социальной сети. Социальная поддержка может быть получена из рабочих и нерабочих сред. Семья — это социальная поддержка, исходящая из самых важных нерабочих условий. Х.Е. Алдрич, Й.Е. Цлифф (Aldrich, Cliff, 2003) утверждали, что семья может оказать глубокое влияние на компанию.

Семейная социальная поддержка в виде социального капитала, финансового капитала, человеческого капитала, физического капитала и сплоченность семьи подразделяется на материальные и нематериальные факторы. Семейная сплоченность классифицируется как неосязаемая семейная поддержка, такая как готовность семей слушать или сопереживать (Adams et al., 1996; Edelman et al., 2016). Другие семейные факторы определяются как социальный капитал, финансовый капитал, человеческий капитал и физический капитал, они классифицируются как осязаемая поддержка, направленная на решение проблемы (Manolova et al., 2008).

В результате эмпирической проверки вышеописанных факторов Н. Ферина, А.Е. Кхуротул, А.П. Сукошидянти (Ferina et al., 2018. Р. 43, 45) сделали вывод о том, что семейная социальная поддержка в форме поддержки финансового

капитала, социального капитала, человеческого капитала и физическая поддержка не повлияли на деятельность стартапов в Маланге. Единственная переменная в этом исследовании, которая повлияла на деятельность стартапов, — это сплоченность семьи. Авторы указали, что при запуске бизнеса респонденты находились под сильным влиянием поддержки семьи в форме ее единства и близости. Эмоциональная близость была для них очень значимой, особенно в первые дни, когда они начали бизнес. Отсутствие какого-либо влияния поддержки финансового, социального, человеческого и физического капиталов свидетельствует, что респонденты ожидали помощи от внешних сторон, кроме семьи, например, инвесторов или правительства.

Поскольку кроме социальных факторов выделяются и другие, то правильнее говорить о системе факторов. Так, исследователи из Саудовской Аравии достаточно подробно обобщили основные факторы, побуждающие молодежь к выбору предпринимательства и созданию стартапа (Mazharul et al., 2018. Р. 6):

— демографические факторы (семейное положение; наличие детей; возраст; семейные отношения);

— факторы человеческого капитала (текущие образовательные программы; предыдущий бизнес-опыт);

— мотивационные и целевые факторы (желаемый вклад в экономику страны; социальный статус; готовность к риску; стремление заработать больше денег);

— факторы среды (университетские курсы; СМИ, социальные сети; помощь государства);

— теория социального обучения (члены семьи, родственники и друзья, вовлеченные в бизнес).

Следует отметить работу Р. Хоффмана (Hoffman, Caspocha, 2012), который выразил свой взгляд на развитие карьеры с позиции стартапа. Автор провел аналогию развития стартапа с профессиональным и личностным ростом индивида и отметил такие важные черты стартапера, как умение работать в неопределенности, гибкость, энтузиазм, разумный риск, изобретательность и стойкость. Являясь сооснователем социальной сети «LinkedIn», в своих работах он заложил основные принципы «стартап-сообщества», подчеркивая важность развития сети. Он выделил понятие «сеть профессиональных контактов», понимая под ним умеренное количество близких прочных связей и широкую сеть слабых связей, подчеркивая, что наибольшую эффективность дают

близкие связи, основанные на взаимопомощи и поддержке друг друга.

Современные зарубежные исследователи, в отличие от российских, в развитии теоретических положений стартап-подхода выделяют понятие «импульса» как движения с вектором. Правильно заданное движение приводит к возникновению стартапа благодаря действиям индивида под влиянием сложившихся ценностных ориентиров, интересов, внешних и внутренних факторов, окружения и пр. Понятие импульса обсуждается исследователями и в контексте определения термина «стартап-движения», они отмечают, что стартап-движение обязательно должно обладать импульсом, только тогда оно приведет к развитию стартап-сообществ и всей стартап-экосистемы в целом.

Большая часть исследований посвящена изучению и оценке факторов развития стартапов. Исследуются внешние факторы, такие как использование технологий, системы учета, системы управления, инвестиционная политика и др. (Ferina et al., 2018. Р. 43). Есть ряд исследований, которые связывают стартапы с внутренними факторами, такими как семейная социальная поддержка, ценностные ориентиры (Mueller et al., 2012) и поведение индивида (Kessler, 2007). Люди — еще один важнейший фактор, который не может быть не изучен. Так, исследователи из Чехии (Smolová et al., 2018) указывают, что основополагающим аспектом запуска стартапа является правильная команда людей с различными навыками. Сила команды имеет огромное значение для развития стартапа. Важны также факторы в среде, в которой будут работать стартапы, они могут повлиять на их успех: позитивная промышленная среда, которая включает стабильный и поддерживающий политический климат, фискальное регулирование, инфраструктура и рынки

труда благоприятно повлияют на эволюцию успешных стартапов. Х.Р. Додж и Й.Е. Роббинс (Dodge, Robbins, 1992) обнаружили, что финансовые проблемы, в том числе недостаточная капитализация и поиск источников финансирования, являются преобладающими в течение более ранних лет предприятия.

Активность создания стартапов и их успешность также связывают с возрастом начинающих учредителей. В связи с этим исследование университетских стартапов представляет большой интерес для ученых. Университеты всегда рассматриваются исследователями как благоприятная среда для развития молодежного предпринимательства, в том числе стартапов (Suzuki, Okamuro, 2017. Р. 20). Отмечаются творческий потенциал и нестандартный взгляд студентов разных специальностей на системные проблемы (Berglund, Wennberg, 2006); среда, в которой есть обучение и исследования. Молодежь нуждается в мотивации через финансирование или другие механизмы поддержки со стороны всех заинтересованных сторон (таких как правительство, преподаватели, семья, друзья и др.), чтобы привести бизнес мечты в реальность (Olugbola, 2017). Таким образом, проблема доступа к таким ресурсам, как капитал и мотивация, вызывают серьезную озабоченность у многих молодых людей, однако в университетской среде она решается быстрее.

Таким образом, мы видим, что ряд исследователей в своих работах делают фокус на социальных аспектах, таких как пол стартапера, его возраст, образование, социальный статус, семейное положение и прочее. В результате анализа зарубежных исследователей авторами на рисунке 1 систематизированы современные направления развития теоретических положений стартап-подхода по объектам и предметам исследований.

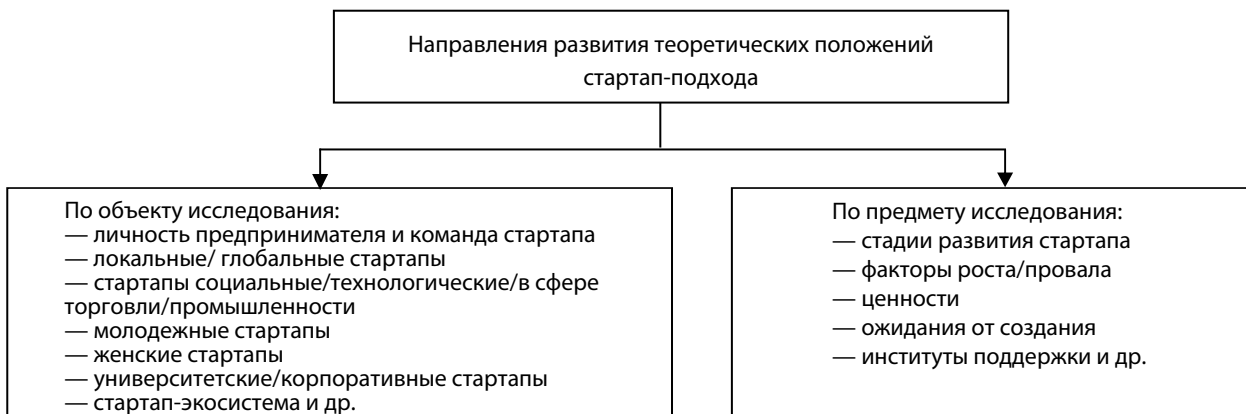


Рис. 1. Современные направления развития теоретических положений стартап-подхода



Рис. 2. Структура стартап-движения

Исследователи определяют факторы успеха стартапа и выявляют их взаимосвязь с вышеуказанными характеристиками, подчеркивая значимость этих взаимосвязей.

Сфера деятельности стартапа начинает активно изучаться и российскими учеными. Спектр исследований пока не очень широк и сводится к следующим направлениям: оценка роли стартап-компаний в развитии экономики России, вопросы разработки маркетинговых инструментов развития стартапов, обучение студентов технологиям создания стартапов и др. (Lobareva et al., 2018). Особый интерес представляют исследования, оценивающие роль стартап-компаний в развитии экономики России (Иншаков, 2014; Отраднава, Комендантова, 2015; Глухих и др., 2018). Имеющиеся исследования в большей степени пока указывают на признаки нарождающегося экономического явления — стартап-индустрии и очерчивают существующие проблемы. Одним из самых популярных направлений

российских исследований сегодня являются вопросы разработки маркетинговых инструментов развития стартапов (Патраков, 2014; и др.). Символично, что интерес исследователей к маркетинговым аспектам оказался большим, чем к сущности и значению стартап-компаний, хотя без данной методической основы инструменты продвижения не могут быть достаточно зрелыми. Отраднo, что достаточно популярна у исследователей тема внедрения программ и курсов обучения студентов технологиям создания стартапов (Катасонова, 2015; и др.). Положительно оцениваем развитие данного направления исследований как стратегический шаг в формировании кадрового потенциала стартап-компаний, но убеждены, что методика обучения также должна быть основана на комплексном понимании природы стартапа. Учитывая вышесказанное, можно заключить, что основные направления исследования сущности стартапа как экономического явления, значение стартапов для экономики и

их роль в формировании профессиональных качеств предпринимателя у инициативных субъектов экономики в целом рассмотрены недостаточно глубоко, а также в российской научной литературе фактически отсутствует изучение социологических аспектов. Поэтому авторами предпринята попытка на основе систематизации зарубежных теоретических подходов к изучению природы стартапов разработать социально-экономические положения стартап-движения (рис. 2).

Считаем целесообразным сформулировать следующие основные положения авторского подхода к стартап-движению:

— в исследованиях требуется более четкое разграничение категории «стартап-сообщество» как формы взаимодействия (более сформированной и максимально полезной средой для становления и развития стартапов) (Андреева и др., 2018) и термина «стартап-движение» как процесса взаимодействия новых участников, стремящихся в такую благоприятную среду (связывающую основателей и участников стартапа в команду, а также дающую условия для сотрудничества стартапов между собой);

— период «стартап-движения» всегда начинается с процесса «вовлечения в стартап-движение», при успешном сценарии далее следует процесс «удержания в стартап-движении», при негативном — «выход из стартап-движения»; продолжением благоприятного сценария является процесс «включения в стартап-сообщество», далее — «удержание в стартап-сообществе», при негативном — «выход из стартап-сообщества» и снова попадание в стартап-движение или полный выход из него;

— причинами вовлечения молодежи в стартап-движение и стремления к созданию/развитию стартапа всегда выступает сложная иерархическая система внутренних потребностей (индивидуальные мотивы: потребности в достижении независимости, в самореализации; цели; склонности; ценностные ориентиры и др.) и внешних вознаграждений индивида: семейная и институциональная поддержка (социальный капитал, финансовый капитал, человеческий капитал, физический капитал, факторы среды и др.);

— в стартап-движении можно выделить 4 степени вовлеченности молодежи: мотивированные к вхождению в стартап-движение (наиболее эмоционально и ресурсно готовые к участию в активностях и созданию или участию в стартапе); потенциально вовлекаемые в стартап-движение (склонные к участию в активностях и созданию); устойчивые к вовлечению в стартап-движение (убежденные не участвовать в активностях и создании/развитии стартапа); вышедшие из стартап-движения (ранее участвующие в активностях и/или создании/развитии стартапа).

Таким образом, расширены теоретические положения стартап-подхода и разработаны социально-экономические положения стартап-движения, включая причины и степень вовлеченности молодежи в стартап-движение. Уточнен понятийно-категориальный аппарат в сфере стартап-подхода и стартап-движения с точки зрения различных научных зарубежных подходов с учетом современных тенденций. Как было показано выше, многими зарубежными исследователями отдельное внимание уделяется изучению молодежных стартапов, в том числе создаваемых в университетской среде. Ученые отмечают, что факторы, стимулы и ожидания молодых женщин-предпринимателей могут отличаться от таковых у молодых мужчин. Таким образом, при исследовании причин вовлечения молодежи в стартап-сообщество важно в российских условиях проверить гипотезу о том, что пол молодого человека будет влиять на формирование пула наиболее важных причин, определяющих готовность молодежи к вступлению в стартап-сообщество.

Также стоит отметить, что зарубежными исследователями активно изучаются такие факторы успеха стартапа, как демографические и социальные (влияние семьи, друзей, воспитания, религии), в то время как в российских исследованиях им не уделяется должного внимания. При разработке типологии и эмпирической проверке факторов развития молодежного стартап-движения их следует выделить в качестве отдельного типа факторов — демографических; семейных; религиозно-нравственных.

Благодарность

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18–310–00130.

Список источников

Андреева Е. Л., Глухих П. Л., Мыслякова Ю. Г. Бизнес-стратегии участия компании в предпринимательских экосистемах // Управленец. — 2018. — Т. 9. — № 6. — С. 49–57.

- Глухих П. Л., Мыслякова Ю. Г., Малышева Е. В., Красных С. С. Взаимосвязь экспортного потенциала региона и стартап-движения молодежи // Экономика региона. — 2018. — № 4. — С. 1512–1525.
- Инишаков М. О. Развитие инновационных стартапов в современных российских условиях // Экономика, социология и право. — 2014. — № 1. — С. 50–52.
- Катасонова Г. Р. Методика изучения студентами экономических вузов этапов становления стартап-компаний // Управление инновациями: теория, методология, практика. — 2015. — № 12. — С. 119–123.
- Отраднава Д. К., Комендантова О. С. Современные проблемы стартап-компаний и их роль в развитии России // Математические методы и модели в исследовании государственных и корпоративных финансов и финансовых рынков: сборник материалов Всероссийской молодежной научно-практической конференции. — Уфа : ООО «Аэтерна», 2015. — С. 202–204.
- Патраков А. В. Использование маркетинговых методов при проектировании деятельности стартап-компаний // Белгородский экономический вестник. — 2014. — № 4 (76). — С. 143–149.
- Adams G. A., King D. W., King L. Relationships of Job and Family Involvement, Family Social Support, and Work-Family Conflict with Job and Life Satisfaction // Journal of Applied Psychology. — 1996. — Vol. 81. — P. 411–420.
- Aldrich H. E., Cliff J. E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective // Journal of Business Venturing. — 2003. — Vol. 18. — P. 573–596.
- Berglund H., Wennberg K. Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education // International Journal of Continuing Engineering Education and Life Long Learning. — 2006. — Vol. 16 (5). — P. 366–379.
- Čalopa M. K., Horvat J., Lalić M. Analysis of financing sources for start-up companies // Management. — 2014. — Vol. 19 (2). — P. 19–44.
- Carsrud A., Brännback M. Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? // Journal of Small Business Management. — 2010. — Vol. 49. — P. 9–26.
- Dodge H. R., Robbins J. E. An Empirical Investigation of the Organizational Life Cycle Model for Small Business Development and Survival // Journal of Small Business Management. — 1992. — Vol. 30. — P. 27–37.
- Edelman L., Manolova T., Shirokova G., Tsukanova T. The impact of family support on young entrepreneurs start-up activities // Journal of Business Venturing. — 2016. — No. 31. — P. 428–448.
- Feld B. Startup communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city. — New York: Wiley, 2012. — 202 p.
- Ferina N., Khurotul A., Sukowidyanti A. Does family social support affect startup business activities? // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. — 2018. — No. 2(74). — P. 41–54.
- Hernández C., González D. Study of the Start-Up Ecosystem in Lima, Peru: Analysis of Interorganizational Networks // Journal of Technology Management and Innovation. — 2017. — No. 1. — P. 73–74.
- Hoffman R., Casnocha B. The Start-up of You: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform Your Career. — New York: Crown Business, 2012. — 272 p.
- Kessler A. Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic // Entrepreneurship and regional development. — 2007. — Vol. 19 (5). — P. 381–403.
- Lobareva N. S., Malinkin S. V., Glukhikh P. L. Challenges and prospects of youth start-up movement research as a new trend of Russian entrepreneurship development // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. — 2018. — Т. 13. — № 4. — С. 602–622.
- Manolova T., Eunni R., Gyoshev B. Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in Eastern Europe // Entrepreneurship Theory and Practice. — 2008. — Vol. 32. — No. 1. — P. 203–218.
- Mazharul I., Bokhari A. H., Abalala T. S. Perceptions to Start up Business as a Career Choice among Saudi Female Higher Education Students // Societies. — 2018. — Vol. 31. — No. 8. — P. 1–22.
- Mueller A., Varkey K., Covin J., Slevin D. Pioneering orientation and firm growth: Knowing when and to what degree pioneering makes sense // Journal of Management. — 2012. — Vol. 38 (5). — P. 1517–1549.
- Neck H. M., Meyer G. D., Cohen B., Corbett A. An entrepreneurial system view of new venture creation // Journal of Small Business Management. — 2004. — Vol. 42. — P. 190–208.
- Olugbola S. A. Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator // Journal of Innovation & Knowledge. — 2017. — No. 2. — P. 155–171.
- Ries E. The lean startup. How today's Entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. — New York: Crown Business, 2011. — 320 p.
- Smolová H., Kubová P., Urbanová H. Success factors for start-ups related to agriculture, food and nutrition and their relevance to education // Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis. — 2018. — Vol. 66. — No. 3. — P. 791–801.
- Suzuki S., Okamoto H. Determinants of Academic Startups' Orientation toward International Business Expansion // Administrative Sciences. — 2017. — No. 7 (1). — P. 13–28.
- Taylor S. E. Social Support: A Review // The Handbook of Health Psychology. — New York: Oxford University Press, 2011. — P. 189–214.
- Van de Ven A. The development of an infrastructure for entrepreneurship // Journal of Business Venturing. — Elsevier, 1993. — Vol. 8(3). — P. 211–230.
- Wasserman S., Faust K. Análisis de redes sociales: Métodos y aplicaciones. — Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. — 2013. — P. 874.

Информация об авторах

Алексина Анна Сергеевна — кандидат экономических наук, Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург, Российская Федерация; e-mail: annasg2012@ya.ru).

Хабирова Анастасия Владимировна — кандидат экономических наук, доцент кафедры теории управления и инноваций, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Российская Федерация; e-mail: Anastasia.Ivanova@urfu.ru).

Глухих Павел Леонидович — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центра региональных компаративных исследований, Институт экономики УрО РАН; доцент кафедры технологии и экономики, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург, Российская Федерация; e-mail: Gluchih_P_L@mail.ru).

For citation: Aleksina, A. S., Khabirova, A. V., & Glukhikh, P. L. (2019). Youth Startup Movement: Analysis of Foreign Theoretical Approaches. *Zhurnal Ekonomicheskoy Teorii* [Russian Journal of Economic Theory], 16(2), 234-248

Aleksina A. S., Khabirova A. V., Glukhikh P. L.

Youth Startup Movement: Analysis of Foreign Theoretical Approaches

The article is devoted to the study of startups as an independent scientific direction of studying entrepreneurship. The purpose of the study is to assess the degree of knowledge on the startup phenomenon in foreign academic papers, to systematize the main foreign trends in the development of theoretical ideas of the startup approach, and to expand the theoretical views on the youth startup movement. Foreign theoretical approaches to the key concepts of the startup industry — “startup”, “startup community”, “startup movement” — are systematized. Key features of a startup including those that are meagrely mentioned in Russian studies are highlighted. Factors affecting the startup movement of young people are systematized. The scientific contribution is seen in the authorial development of the socio-economic position of the startup movement. The author separates the category of «startup community» as a form of interaction between the participants of the startup industry from the term “startup movement” as a process of interaction between new participants willing to associate themselves with such a favourable environment. Startup movement as a complex hierarchical system of internal needs (individual motives, goals, aptitudes, values) and external rewards (family, institutional support) of an individual are determined. Four levels of youth involvement in the startup movement are defined. The results of the article will enable the application of established foreign theoretical approaches in Russian studies and could also be the basis for the development of an integrated methodological approach to the assessment of the effectiveness of the Russian youth startup movement.

Keywords: startup, youth, review, startup movement, startup community, startup company, entrepreneurship, startup features, startup ecosystem, startup support, startup factors

Acknowledgements

This research has been supported by the Russian Foundation for Basic Research, project No. 18-310-00130.

References

- Andreeva, E. L., Glukhikh, P. L., & Myslyakova, Yu. G. (2018). Biznes-strategii uchastiya kompanii v predprinimatel'skikh ekosistemakh [Business strategies of company's participation in entrepreneurs' ecosystems]. *Upravlenets [The Manager]*, 9(6), 49-57. (In Russ.)
- Glukhikh, P. L., Myslyakova, Yu. G., Malysheva, E. V., & Krasnykh, S. S. (2018). Vzaimosvyaz' eksportnogo potentsiala regiona i startap-dvizheniya molodezhi [The relationship of the region's export potential and the start-up movement of youth]. *Ekonomika regiona [Economy of Region]*, 4, 1512-1525. (In Russ.)
- Inshakov, M. O. (2014). Razvitie innovatsionnykh startapov v sovremennykh rossiyskikh usloviyakh [Development of innovative start-UPS in modern Russian conditions]. *Ekonomika, sotsiologiya i pravo [Economics, sociology and the law]*, 1, 50-52. (In Russ.)
- Katasonova, G. R. (2015). Metodika izucheniya studentami ekonomicheskikh vuzov etapov stanovleniya startap kompaniy [The method of study of students of economic institutions of the stages of formation of startup companies]. *Upravlenie innovatsiyami: teoriya, metodologiya, praktika [Innovation management: theory, methodology, practice]*, 12, 119-123. (In Russ.)
- Otradnova, D. K., & Komendantova, O. S. (2015). Sovremennye problemy startap-kompaniy i ikh rol' v razvitii Rossii [Modern problems of start-up companies and their role in the development of Russia]. In *Matematicheskie metody i modeli v issledovanii gosudarstvennykh i korporativnykh finansov i finansovykh rynkov. Sbornik materialov Vserossiyskoy molodezhnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Mathematical models in the research of state and corporate finances and financial markets. Proceedings of the Russian youth research to practice conference]* (pp. 202-204). Ufa, Russia: ООО “Aeterna”. (In Russ.)
- Patrakov, A. V. (2014). Ispol'zovanie marketingovykh metodov pri proektirovanii deyatelnosti startap-kompaniy [The use of marketing methods in designing the activities of start-up companies]. *Belgorodskiy ekonomicheskii vestnik [Belgorod economic bulletin]*, 4(76), 143-149. (In Russ.)
- Adams, G. A., King, D. W., & King, L. (1996). Relationships of Job and Family Involvement, Family Social Support, and Work-Family Conflict with Job and Life Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 81, 411-420.

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18, 573-596.
- Berglund, H., & Wennberg, K. (2006). Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education. *International Journal of Continuing Engineering Education and Life Long Learning*, 16(5), 366-379.
- Čalopa, M. K., Horvat, J., & Lalić, M. (2014). Analysis of financing sources for start-up companies. *Management*, 19(2), 19-44.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2010). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49, 9-26.
- Dodge, H. R., & Robbins, J. E. (1992). An Empirical Investigation of the Organizational Life Cycle Model for Small Business Development and Survival. *Journal of Small Business Management*, 30, 27-37.
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31, 428-448.
- Feld, B. (2012). *Startup communities: building an entrepreneurial ecosystem in your city*. New York: Wiley, 202.
- Ferina, N., Khurotul, A., & Sukowidyanti, A. (2018). Does family social support affect startup business activities? *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 2(74), 41-54.
- Hernández, C., & González, D. (2017). Study of the Start-Up Ecosystem in Lima, Peru: Analysis of Interorganizational Networks. *Journal of Technology Management and Innovation*, 1, 73-74.
- Hoffman, R., & Casnocha, B. (2012). *The Start-up of You: Adapt to the Future, Invest in Yourself, and Transform Your Career*. New York. Crown Business, 272.
- Kessler, A. (2007). Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic. *Entrepreneurship and regional development*, 19(5), 381-403.
- Lobareva, N. S., Malinkin, S. V., & Glukhikh, P. L. (2018). Challenges and prospects of youth start-up movement research as a new trend of Russian entrepreneurship development. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika [Bulletin of Perm University. Series: Economics]*, 13(4), 602-622.
- Manolova, T., Eunni, R., & Gyoshev, B. (2008). Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(1), 203-218.
- Mazharul, I., Bokhari, A. H., & Abalala, T. S. (2018). Perceptions to Start up Business as a Career Choice among Saudi Female Higher Education Students. *Societies*, 31(8), 1-22.
- Mueller, A., Varkey, K., Covin, J., & Slevin, D. (2012). Pioneering orientation and firm growth: Knowing when and to what degree pioneering makes sense. *Journal of Management*, 38(5), 1517-1549.
- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., & Corbett, A. (2004). An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 42, 190-208.
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2, 155-171.
- Ries, E. (2011). *The lean startup. How today's Entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business, 320.
- Smolová, H., Kubová, P., & Urbanová, H. (2018). Success factors for start-ups related to agriculture, food and nutrition and their relevance to education. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(3), 791-801.
- Suzuki, S., & Okamuro, H. (2017). Determinants of Academic Startups' Orientation toward International Business Expansion. *Administrative Sciences*, 7(1), 13-28.
- Taylor, S. E. (2011). Social Support: A Review. In M. S. Friedman (Ed.), *The Handbook of Health Psychology* (pp. 189-214). NY: Oxford University Press.
- Van de Ven, A. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230.
- Wasserman, S., & Faust, K. (2013). *Análisis de redes sociales: Métodos y aplicaciones*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 874.

Authors

Anna Sergeevna Aleksina — PhD in Economics, Ural State University of Economics (Ekaterinburg, Russian Federation; e-mail: annasg2012@ya.ru).

Anastasiya Vladimirovna Khabirova — PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Innovation Theory, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin (Ekaterinburg, Russian Federation; e-mail: Anastasia.Ivanova@urfu.ru).

Pavel Leonidovich Glukhikh — PhD in Economics, Senior Research Associate of the Center of Regional Comparative Research, Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences; Associate Professor of the Department of Technology and Economics, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg, Russian Federation; e-mail: Gluchih_P_L@mail.ru).