



Н.В. Кузьмина, В.Н. Стегний

ОРИЕНТАЦИЯ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПЕРМСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Выполнен анализ актуальных тенденций в области инновационного предпринимательства на основании работ отечественных и зарубежных авторов. Анализ показывает, что в современной России нет необходимых условий для полноценного развития инновационной предпринимательской деятельности и предпринимательства в целом. Проведено пилотажное исследование среди пермских предпринимателей и проанализированы его результаты. Приведена характеристика выборочной совокупности. Обозначены внутренние и внешние причины, затрудняющие развитие российского бизнеса в инновационной сфере, проведено сравнение полученных результатов с экспертным мнением, выявлены и проанализированы отличия. Сами предприниматели также признают значимость инноваций в своей деятельности: 32,6 % считают, что сложно представить дальнейшее развитие без внедрения инноваций.

Приведены типы предпринимателей по степени их ориентации на инновационную деятельность: ориентированный на инновационную, не ориентированный на инновационную деятельность, потенциальный новатор. В данном исследовании преобладающим является тип «потенциальный новатор», среди респондентов их оказалось 54,5 %. Выявлены основные характеристики (социально-демографические, социокультурные), присущие предпринимателям различных типов ориентации на инновационную деятельность. Среди них оказались возраст, стаж в области предпринимательства, организационно-правовая форма собственности предприятия и т.д. Рассмотрена структура жизненных ценностей, мотивов предпринимательской деятельности, планов на ближайшее будущее, а также критерии успешности у различных типов предпринимателей, выявлены их отличия и особенности. Также составлен портрет инновационно ориентированного предпринимателя. Сделаны выводы о ближайшем будущем инновационного предпринимательства в России, отмечены положительные тенденции в ориентации на инновационную деятельность современных предпринимателей.

Ключевые слова: инновационная деятельность, предпринимательство, инновационное предпринимательство, типы предпринимательской деятельности, структура жизненных ценностей, отношение к рынку, успешность предпринимательской деятельности.

Стимулирование инновационной деятельности во всех ее формах остается важнейшей задачей экономического развития многих стран на современном этапе. Об этом говорит интерес к данной теме как отечественных [1–4], так и зарубежных [5–12] исследователей.

Инновационная деятельность – это комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направ-

© Кузьмина Н.В., Стегний В.Н., 2019

Кузьмина Наталья Владимировна – аспирант кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: nata-angel@bk.ru.

Стегний Василий Николаевич – д-р социол. наук, профессор кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: socio@pstu.ru.

ленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами [13, с. 88].

Реализация инновационного потенциала страны – весьма сложный и длительный процесс, требующий самых активных управленческих воздействий, практическая отдача от которых наступает только через определенный период времени. Поэтому трудно не согласиться с мнением Н.И. Лапина, что «инновационный застой продолжается и в настоящее время, несмотря на рост финансовых вложений в приоритетные области науки и техники» [14, с. 763].

Еще Шумпетер отводил в этом процессе значительную роль предпринимателям, говоря, что их «функцией является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент» [15, с. 169–170]. Его слова актуальны и по сей день, ведь в развитии инновационного потенциала страны большая ставка делается на предпринимательство. Однако по результатам, полученным в ходе проведения глобального мониторинга предпринимательства (GEM) в 2016 году, по показателю оценки возможностей для создания бизнеса Россия заняла 64-е место среди 65 стран – участниц проекта GEM [16, с. 16]. Это ставит под сомнение развитие не только инновационного предпринимательства, но и предпринимательства в целом, в то время как выход России на качественно новый уровень технического и экономического развития невозможен без активизации инновационных процессов в предпринимательстве [17, с. 314–321].

В 2014 году для углубленного изучения данной проблемы кафедрой социологии и политологии ПНИПУ было проведено пилотажное исследование среди предпринимателей города Перми, в ходе которого было опрошено 176 респондентов. Среди них присутствуют представители Пермского бизнес-инкубатора, центра «Прорыв» и различных деловых центров города Перми.

По численности занятых в бизнесе работников организации были разделены на микропредприятия с численностью до 15 чел., которые составили основную массу выборки – 68,2 %, малые предприятия (до 100 чел.) – 28,4 % и средние предприятия (более 100 чел.) – 3,4 %. Среднее количество работников в опрашиваемых организациях 22 чел.

Практически в равной степени представлены в выборке как начинающие предприниматели (в бизнесе от 1 до 4 лет) – 47,7 %, так и устоявшиеся (в бизнесе 5 лет и более) – 50,0 %, незначительна доля нарождающихся предпринимателей (в бизнесе менее года) – 2,3 %. Среднее число лет в бизнесе составляет 6,95 года. При этом чем старше предприятие, тем шире штат сотрудников.

Одной из задач исследования было выявление внутренних и внешних причин, затрудняющих развитие российского бизнеса в инновационной сфере. Если обратиться к экспертизе в данной области, которым является гене-

ральный директор Российской венчурной компании И.Р. Агамирзян [18], то можно выделить следующие причины: первая – отсутствие в законодательстве адекватной организационно-правовой формы. Вторая – излишняя зарегулированность и негибкость существующих правовых форм. Третья – недостаточный объем грантовой поддержки инноваторов, а также отсутствие большого спектра механизмов привлечения финансирования.

Результаты данного исследования несколько отличаются от экспертной оценки (табл. 1): основными внутренними причинами, препятствующими развитию российского инновационного предпринимательства, респонденты считают недостаток собственных денежных средств, плохую систему стимулирования инновационной активности и отсутствие квалифицированных, инновационно настроенных кадров. Важно отметить, что такой вариант, как отсутствие желания, хоть и не вошел в число основных причин, но занимает далеко не последнее место. Это говорит о том, что многие предприниматели еще не осознали необходимость инновационной деятельности.

Таблица 1

Причины, затрудняющие развитие российского бизнеса
в инновационной сфере

Причины	Доля ответов, %	Ранг
<i>Внутренние</i>		
Недостаток собственных денежных средств	59,10	1
Плохая система стимулирования инновационной активности	47,20	2
Отсутствие квалифицированных, инновационно настроенных кадров	41,50	3
Сложности с поиском потенциальных инвесторов инновационного проекта	36,40	4
Отсутствие желания	34,10	5
Неразвитость научно-технических связей с другими инновационными фирмами	27,30	6
Отсутствие технических возможностей для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ	25,00	7–8
Недостаток информации о новых технологиях	25,00	7–8
Сложности с разработкой инновационно-инвестиционного проекта	22,70	9
Недостаток идей	19,90	10
Недостаток информации о потенциальных покупателях инноваций	18,80	11
<i>Внешние</i>		
Риск не окупить инвестиции	69,30	1
Недостаточная финансовая поддержка	56,80	2
Административные барьеры	51,70	3
Несовершенство федеральных нормативно-правовых документов	45,50	4–5

Окончание табл. 1

Причины	Доля ответов, %	Ранг
Слабые налоговые, арендные и т.д. льготы	45,50	4–5
Недостаточно льготные условия для получения кредита	39,20	6
Несовершенство региональных нормативно-правовых документов	36,90	7
Недостаточная информационная поддержка	22,70	8
Недостаточная научно-методическая поддержка	14,20	9
Недостаточная организационная поддержка	9,10	10

Среди внешних причин основными, по мнению предпринимателей, являются: риск не окупить инвестиции, недостаточная финансовая поддержка и наличие административных барьеров.

Оценивая роль инноваций в современном обществе, предприниматели чаще всего признают их значимость. 32,6 % считают, что сложно представить дальнейшее развитие без внедрения инноваций, полагают, что можно обойтись и без внедрения инноваций 23,3 %.

Многие авторы [15, 19, 20] считают, что все предприниматели по своей сути новаторы, однако на практике не все они ориентированы на инновационную деятельность. Поэтому нами были выделены типы предпринимателей по степени их ориентации на инновационную деятельность.

Ориентированный на инновационную деятельность тип, который не только имеет желание, но и внедряет (стремится к внедрению) инноваций.

Мотивами создания бизнеса для данного типа являются жажда нового, неизвестного, стремление к творчеству и стремление реализовать свой жизненный и профессиональный потенциал. Главное для них инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, готовность к риску оказаться в меньшинстве.

Следующий тип – *потенциальный новатор*, который содержит в себе как характеристики ориентированного на инновационную деятельность типа, так и традиционного, однако преобладает инновационный компонент.

Не ориентированный на инновационную деятельность (консервативный, традиционный) тип ориентирован на уважение к сложившимся традициям, обычаям, следование привычному, принятому большинством. Он не стремится внедрять инновационные элементы в свою деятельность. Основные мотивы создания предпринимательства здесь желание стать богатым, обеспеченным и стабильность выплаты заработной платы.

Как и предполагалось, среди типов ориентации на инновационную деятельность преобладает тип «потенциальный новатор», среди респондентов их оказалось 54,5 %. Второе место занимают инновационно ориентированные предприниматели, набрав 27,3 %. Остальные 13,6 % являются представителями традиционного типа. В тип не вошло 4,6 % респондентов вследствие

несоответствия критериям отбора, оно не будет учитываться при дальнейшем анализе.

Ориентация предпринимателя на инновационный тип деятельности влечет за собой трансформацию многих элементов предприятия в целом, а также отражается на социально-демографических и социокультурных характеристиках самого предпринимателя. Попытаемся выявить основные характеристики (социально-демографические, социокультурные), присущие различным типам ориентации на инновационную деятельность у современных предпринимателей.

Инновационно ориентированный тип преобладает в таких отраслях, как розничная торговля и финансовые услуги. Потенциальные предприниматели в большей мере представлены в сфере интеллектуальных услуг и в других сферах (скорее всего, в сфере информационных технологий, так как данный вариант составляет большую часть ответов в графе «Другая сфера»). Традиционный же тип чаще занимается строительством, оптовой торговлей и посреднической деятельностью. Также можно отметить, что первый и третий типы занимают в большей степени, чем традиционный тип, видами деятельности, связанными наукой, интеллектуальными технологиями (табл. 2). Это связано с тем, что представители разных типов имеют свои возрастные особенности (табл. 3).

Таблица 2

Сфера деятельности в зависимости от типа ориентации на инновационную деятельность (в % от числа опрошенных в каждой группе)

Сфера деятельности	Типы ориентации предпринимателей на инновационную деятельность			Итого
	инновационно ориентированный	традиционный	потенциальный новатор	
Розничная торговля	58,3	16,7	8,3	23,8
Строительство, ремонт	8,3	16,7	4,2	7,1
Сельское хозяйство	0	0	8,3	4,8
Оптовая торговля	8,3	33,3	16,7	16,7
Промышленность (производство)	0	0	1,0	0,6
Бытовое обслуживание	0	0	4,2	2,4
Туризм, спорт, культура	0	0	7,3	4,2
Посредническая деятельность	0	16,7	0	2,4
Интеллектуальные услуги	8,3	0	12,5	9,5
Финансовые услуги	6,3	0	0	1,8
Научно-техническая деятельность	2,1	0	4,2	3,0
Другая сфера	8,3	16,7	33,3	23,8
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

Респонденты старшего возраста, которые преобладают среди представителей традиционного типа, чаще предпочитают устоявшиеся отрасли, где большое влияние имеют традиции, связи и т.д. Более молодые респонденты предпочитают развивающиеся отрасли, такие как интеллектуальные услуги, информационные технологии, которые требуют большей активности, изобретательности.

Таблица 3

Возраст в зависимости от типа ориентации на инновационную деятельность (в % от числа опрошенных в каждой группе)

Тип	Возраст			Итого
	до 30 лет	от 31 до 50 лет	от 51 и старше	
Инновационно ориентированный	75	16,7	8,3	100
Традиционный	0	83,3	16,7	100
Потенциальный новатор	54,2	33,3	12,5	100
Итого	52,4	35,7	11,9	100

Представители традиционного типа имеют большой стаж в области предпринимательства. Потенциальные новаторы чаще начинающие предприниматели. Среди инновационно ориентированных предпринимателей большая доля относится к малым предприятиям (до 100 чел.). Та же тенденция характерна и для потенциальных предпринимателей. Предприниматели традиционного типа чаще организуют микропредприятия и средние. Также первый и третий тип (инновационно ориентированные и потенциальные новаторы) чаще являются представителями более молодых возрастных групп, в то время как среди традиционных предпринимателей молодежи нет вообще. Большинство представителей первого типа чаще организуют свои предприятия в форме ИП, для традиционного же типа характерной является форма ООО.

Для того чтобы лучше понимать причины того или иного поведения предпринимателей, необходимо выяснить не только влияние на их деятельность социально-демографических и социокультурных факторов, но и выявить структуру их жизненных ценностей, мотивов предпринимательской деятельности, планов на ближайшее будущее, а также критериев успешности и т.д.

Ядро ценностей у типов практически одинаково (табл. 4). Отличия проявляются по другим пунктам: критерий «нахождение чего-то нового» находится среди значимых критериев для инновационно ориентированного типа, в то время как представители других типов поставили данный критерий на 9-е место. Обратная история с критериями «удовлетворение» и «хорошие взаимоотношения в коллективе»: последние два типа ставят их на более высокие позиции, чем представители инновационно ориентированного типа. Таким образом, для представителей первого типа нахождение чего-то нового и развитие в целом первично по отношению к условиям ведения бизнеса.

Таблица 4

Критерии успешности предпринимательской деятельности
в зависимости от типа ориентации на инновационную деятельность
(в % от числа опрошенных в каждой группе)

Критерии успеха	Доля ответов, %	Общий ранг	Инновационно ориентированный		Традиционный		Потенциальный новатор	
			%	ранг	%	ранг	%	ранг
Доход (прибыль)	76,10	1	75,00	1	100,00	1	66,70	1
Достижение стабильности своего дела и его развитие	50,00	2	66,70	2	33,30	3	50,00	2
Достижение цели (результата)	47,70	3	41,70	3	50,00	2	45,80	3
Самореализация	34,10	4	25,00	4–6	16,70	4–8	37,50	4
Удовлетворение	22,70	5	0,00	9	16,70	4–8	33,30	5
Развитие общества	15,90	6	25,00	4–6	16,70	4–8	12,50	7–8
Уважение и авторитет	14,20	7–8	16,70	7	16,70	4–8	12,50	7–8
Хорошие взаимоотношения в коллективе	14,20	7–8	8,30	8	16,70	4–8	16,70	6
Нахождение чего-то нового	11,40	9	25,00	4–6	0,00	9	8,30	9

Примечание: сумма процентов по столбцам превышает 100 %, так как респонденты могли выбрать несколько ответов.

Характерной чертой предпринимателей, попавших в выборку, является то, что доминирующими ценностями в структуре жизненных ориентаций являются терминальные. При этом разные типы имеют существенные отличия по структуре ценностных ориентаций (табл. 5).

Если для традиционного типа и потенциальных новаторов ценность семьи выходит на 1-е место, то для инновационно ориентированного типа она занимает лишь 5–6-е место (58,3 %), для этого типа более характерны ценности «наличие верных друзей» и «свобода, независимость». Наличие собственного дела как ценность также более характерна для предпринимателей первого типа. Более высокие позиции для традиционного типа занимают ценности «уважение окружающих» и «мир и стабильность в обществе». Такое распределение ценностей может быть связано с тем, что предприниматели первого типа представляют более молодое поколение, чем предприниматели традиционного (которые прошли социализацию в другом типе общества). Отметим, что большинство предпринимателей поставили «возможность хорошо жить, не работая» на последнюю позицию, что говорит об их потребности в работе и интересе к ней.

Таблица 5

Ценностные ориентации в зависимости от типа ориентации на инновационную деятельность (в % от числа опрошенных в каждой группе)

Ценностные ориентации	Процент наблюдений	Общий ранг	Инновационно ориентированный		Традиционный		Потенциальный новатор	
			%	Ранг	%	Ранг	%	Ранг
Благополучная, крепкая семья	63,60	1	58,30	5–6	83,30	1–2	62,50	1
Здоровье	61,90	2	66,70	3–4	83,30	1–2	58,30	2
Наличие надежных друзей	59,10	3	75,00	1–2	66,70	3–4	54,20	3–4
Свобода, независимость	58,50	4	75,00	1–2	33,30	9–15	54,20	3–4
Любовь	50,00	5	66,70	3–4	66,70	3–4	41,70	5
Высокая материальная обеспеченность	40,90	6	58,30	5–6	50,00	5–8	33,30	6
Мир и стабильность в обществе	32,40	7	41,70	9–12	50,00	5–8	25,00	7–9
Хорошее образование	31,80	8	41,70	9–12	33,30	9–15	25,00	7–9
Квалифицированная, интересная работу	29,50	9–10	50,00	7–8	50,00	5–8	16,70	11
Возможность развивать свои способности	29,50	9–10	41,70	9–12	33,30	9–15	25,00	7–9
Наличие собственного дела	27,30	11	50,00	7–8	16,70	9–15	20,80	10
Уважение окружающих	22,70	12	33,30	13	50,00	5–8	12,50	12–14
Отдых, развлечение	20,50	13	41,70	9–12	33,30	9–15	8,30	15
Надежная, гарантированная, стабильная работу	15,90	14	16,70	15	33,30	9–15	12,50	12–14
Карьера, высокое положение в обществе	11,40	15	25,00	14	33,30	9–15	0,00	16
Возможность хорошо жить, не работая	10,80	16	0,00	16	16,70	16	12,50	12–14

Примечание: сумма процентов по столбцам превышает 100 %, так как респонденты могли выбрать несколько ответов.

Далее попробуем выяснить, считают ли себя респонденты предпринимателями успешными, т.е. соответствуют ли они критериям, которые обозначили ранее (см. табл. 4). Более успешным в бизнесе считает себя инновационно ориентированный тип, в то время как потенциальные новаторы – менее успешными (табл. 6).

Таблица 6

Оценка успешности предпринимательской деятельности
в зависимости от типа ориентации на инновационную деятельность
(в % от числа опрошенных в каждой группе)

Оценка успешности предпринимательской деятельности	Тип ориентации на инновационную деятельность			Итого
	Инновационно ориентированный	Традиционный	Потенциальный новатор	
Да, безусловно	41,7	16,7	12,5	21,4
Скорее да, чем нет	33,3	50	37,5	38,1
Скорее нет, чем да	8,3	16,7	12,5	11,9
Пока нет	8,3	0	29,2	19
Затрудняюсь ответить	8,3	16,7	8,3	9,5
Итого	100	100	100	100

Схожая тенденция прослеживается и с удовлетворенностью жизнью в целом. Среди предпринимателей первого типа неудовлетворенных жизнью не нашлось, в то время как среди второго и третьего это утверждение набрало 16,7 и 4,2 % соответственно (табл. 7).

Таблица 7

Оценка удовлетворенности жизнью в целом в зависимости
от типа ориентации на инновационную деятельность
(в % от числа опрошенных в каждой группе)

Удовлетворенность жизнью в целом	Тип ориентации на инновационную деятельность			Итого
	Инновационно ориентированный	Традиционный	Потенциальный новатор	
Вполне удовлетворены	50	50	37,5	42,9
Скорее да, чем нет	50	33,3	37,5	40,5
Скорее нет, чем да	0	0	20,8	11,9
Не удовлетворены	0	16,7	4,2	4,8
Итого	48	24	96	168

Среди представителей инновационно ориентированного типа большинство (75,0 %) адаптировано к рынку, почти та же ситуация с представителями третьего типа (70,8 %). Среди представителей традиционного типа большинство находится в переходной стадии (табл. 8). Следовательно, с повышением ориентации на инновационную деятельность повышается и адаптация к рынку.

Таким образом, результаты исследования показали, что динамика ориентации на инновационную предпринимательскую деятельность у современных российских предпринимателей в целом положительная.

Таблица 8

Отношение к рынку в зависимости от типа ориентации на инновационную деятельность (в % от числа опрошенных в каждой группе)

Отношение к рынку	Тип ориентации на инновационную деятельность			Итого
	Инновац. ориентир.	Традиционный	Потенциальный новатор	
Не адаптированы (рынок – усиление неравенства, эксплуатация человека человеком, падение жизненного уровня трудящихся)	0	0	4,2	2,4
Адаптированы (рынок – простор для инициативы, предпринимательства, общество свободных, независимых производителей, путь к благосостоянию, материальному достатку)	75	16,7	70,8	64,3
Переходная стадия (рынок – реальность, которую нельзя изменить, остается только приспособиться к происходящему)	25	83,3	25	33,3
Итого	100	100	100	100

Попытаемся составить портрет инновационно ориентированного предпринимателя. В него входят преимущественно респонденты в возрасте до 30 лет, как правило, это представители микро- или малых предприятий с организационно-правовой формой ИП. Основное отличие потенциальных новаторов от инновационно ориентированных проявляется более низким уровне инновационной активности первых. Следовательно, основная задача, стоящая перед правительством, заинтересованном в увеличении числа инновационно ориентированных предпринимателей, в том, чтобы побудить потенциальных новаторов к большей инновационной активности.

Список литературы

1. Ельмеева И.Г. Инновационное предпринимательство в России: положение среди мировых лидеров инновационной деятельности // Молодой ученый. – 2013. – № 5. – С. 296–299.
2. Миронова Д.Д. Особенности пространственного развития инновационного малого предпринимательства // Инженерный вестник Дона. – 2011. – № 2. – С. 304–313.
3. Информационно-аналитические материалы по результатам социологического исследования по вопросу оценки инновационного потенциала бизнеса Ростовской области. – Ростов н/Д, 2008.

4. Товстенко Б.П. Факторы, влияющие на инновационную активность предприятия [Электронный ресурс] // Российский экономический интернет-журнал. – 2012. – № 2. – С. 265–269. – URL: <http://www.e-rej.ru/Articles/2012/Tovstenko.pdf> (дата обращения: 14.02.2019).
5. Manocha S. Innovation and entrepreneurship in today's scenario // International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research. – 2012. – Vol. 1, iss. 8. – P. 196–205.
6. An empirical study on sustainable innovation academic entrepreneurship process model / Xiao-Duo Qian, Jing Xia, Wei Liu, Sang-Bing Tsai // Sustainability. – 2018. – No. 10. – P. 15.
7. Szabo Z.K., Herman E. Innovative entrepreneurship for economic development in EU // Procedia Economics and Finance. – 2012. – No. 3. – P. 268–275.
8. Innovation, the new challenge of today's entrepreneurship / A.M. Vada-streanu, A. Bot, D. Maier, A. Maier. // Journal of Investment and Management. – 2015. – No. 4(6). – P. 357–362.
9. Fuentelsaz L., Maicas J.P., Montero J. Entrepreneurs and innovation: The contingent role of institutional factors // International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship. – 2018. – Vol. 36, iss. 6. – P. 686–711.
10. Roibu (Crucianu) P.-A. Entrepreneurship and innovation in South Korea // International Conference RCIC'17. – P. 231–236.
11. Wong P., Ho Y., Autio E. Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data // Small Business Economics. – 2005. – Vol. 24, iss. 3. – P. 335–350.
12. Roberts E.B. Entrepreneurs in high technology. – Oxford University Press: NY, USA, 1991.
13. Актуальные проблемы инвестиций и инноваций в современной России: моногр. / С.Н. Глаголев, Ю.А. Дорошенко, В.В. Моисеев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. – 294 с.
14. Лапин Н.И. Застойные сферы функционирования региональных сообществ и выращивание институтов их саморазвития // Регионы в России: социокультурные портреты регионов в общероссийском контексте: моногр. / Ин-т философии Рос. АН. – М.: Academia, 2009. – С. 3–18.
15. Шумпетер Й. Теория экономического развития: пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982.
16. Глобальный мониторинг предпринимательства 2016–2017 [Электронный ресурс]. – URL: http://smb.gov.ru/files/images/gem_russia_2016-2017.pdf (дата обращения: 15.02.2019).
17. Кузьминова Н.В. Проблемы становления предпринимателей как социальной группы в современных российских условиях // Магистерский журнал. – 2014. – № 1. – С. 314–321.

18. Калышева Е. Шлагбаум для стартапа. Узкие места инновационно-венчурной системы: таможня, плохие законы и дефицит инфраструктуры [Электронный ресурс] // Российская бизнес-газета. – 2010. – № 768 (35). – URL: <http://www.rg.ru/2010/09/21/agairzyan.html> (дата обращения: 14.02.2019).
19. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. – М.: Прогресс, 1995. – 496 с.
20. Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.

References

1. El'meeva I.G. Innovatsionnoe predprinimatel'stvo v Rossii: polozhenie sredi mirovykh liderov innovatsionnoi deiatel'nosti [Innovative entrepreneurship in Russia: The position among the world leaders of innovative activity]. *Molodoi uchenyi*, 2013, no. 5, pp. 296–299, available at: <https://moluch.ru/archive/52/6745/> (accessed 15 February 2019).
2. Mironova D.D. Osobennosti prostranstvennogo razvitiia innovatsionnogo malogo predprinimatel'stva [Features of spatial development of innovative small business]. Available at: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n2y2011/449> (accessed 16 February 2019).
3. Informatsionno-analiticheskie materialy po rezul'tatam sotsiologicheskogo issledovaniia po voprosu otsenki innovatsionnogo potentsiala biznesa Rostovkoi oblasti [Information and analytical materials on the results of sociological study on the assessment of innovative potential of business in the Rostov Region]. Rostov on Don, 2008.
4. Tovstenko B.P. Faktory, vliiaushchie na innovatsionnuiu aktivnost' predpriiatiia [Factors affecting the innovative activity of the enterprise]. Available at: <http://www.e-rej.ru/Articles/2012/Tovstenko.pdf> (accessed 14 February 2019).
5. Manocha S. Innovation and Entrepreneurship in Today's Scenario. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 2012, vol. 1, iss. 8, pp. 196–205.
6. Xiao-Duo Qian, Jing Xia, Wei Liu, and Sang-Bing Tsai. An Empirical Study on Sustainable Innovation Academic Entrepreneurship Process Model. *Sustainability*, 2018, no. 10, p. 15.
7. Szabo Z.K., Herman E. Innovative Entrepreneurship for Economic Development in EU. *Procedia Economics and Finance*, 2012, no. 3, pp. 268–275.
8. Vadastreanu A.M., Bot A., Maier D., Maier A. Innovation, the New Challenge of Today's Entrepreneurship. *Journal of Investment and Management*, 2015, no. 4 (6), pp. 357–362.
9. Fuentelsaz L., Maicas J.P., Montero J. Entrepreneurs and Innovation: The Contingent Role of Institutional Factors. *International Small Business Journal. Researching Entrepreneurship*, 2018, vol. 36, iss. 6, pp. 686–711.

10. Roibu (Crucianu) P.-A. Entrepreneurship and Innovation in South Korea. *International Conference RCIC'17*, 2017, pp. 231–236.
11. Wong P., Ho Y. & Autio E. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 2005, vol. 24, 3rd ed., pp. 335–350.
12. Roberts E.B. *Entrepreneurs in High Technology*. Oxford University Press, NY, USA, 1991.
13. Glagolev S.N., Doroshenko Iu.A., Moiseev V.V. Aktual'nye problemy investitsii i innovatsii v sovremennoi Rossii [Urgent problems of investment and innovations in modern Russia]. Belgorod, Belgorod State Technical University, 2013, 294 p.
14. Lapin N.I. Zastoinye sfery funktsionirovaniia regional'nykh soobshchestv i vyrashchivanie institutov ikh samorazvitiia [Stagnant spheres of functioning of regional communities and building institutions of their self-development]. *Regiony v Rossii: sotsiokul'turnye portrety regionov v obshcherossiiskom kontekste*. Moscow, Academia, 2009, pp. 3–18.
15. Schumpeter J. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (Russ. ed.: Shumpeter I. *Teoriia ekonomicheskogo razvitiia*. Moscow, Progress, 1982).
16. Global'nyi monitoring predprinimatel'stva [Global monitoring of entrepreneurship]. 2016–2017, available at: http://smb.gov.ru/files/images/gem_russia_2016-2017.pdf (accessed 15 February 2019).
17. Kuz'minova N.V. Problemy stanovleniia predprinimatelei kak sotsial'noi gruppy v sovremennykh rossiiskikh usloviakh [The problems of becoming entrepreneurs as a social group under modern Russian conditions]. *Magisterskii zhurnal*, 2014, no. 1, pp. 314–321.
18. Kalysheva E. Shlagbaum dlia startapa. Uzkie mesta innovatsionno-venchurnoi sistemy: tamozhnia, plokhie zakony i defitsit infrastruktury [A barrier for a startup. Bottlenecks of innovative-venture system: Customs, bad laws and infrastructure deficit]. *Rossiiskaia biznes-gazeta*, 2010, no. 768 (35), available at: <http://www.rg.ru/2010/09/21/agairzyan.html> (accessed 14 February 2019).
19. Eucken W. *Principles of Economic Policy* (Russ. ed.: Oiken V. *Osnovnye printsipy ekonomicheskoi politiki*. Moscow, Progress, 1995, 496 p.).
20. Drucker P. *Innovation and Entrepreneurship* (Russ. ed.: Druker P. *Biznes i innovatsii*. Moscow, Vil'iams, 2007, 432 p.).

Оригинальность 92 %

Получено 10.10.2018 Принято 09.11.2018 Опубликовано 28.06.2019

N.V. Kuzminova, V.N. Stegny

ORIENTATION TO INNOVATIONS OF PERM ENTREPRENEURS

The article analyzes the current trends in the field of innovative entrepreneurship based on the work of Russian and foreign authors. The analysis shows that in modern Russia the necessary conditions for the full development of innovative entrepreneurial activity and entrepreneurship in general are still forming. The results of a pilot study among Perm entrepreneurs are considered. The description of the sample is presented. Internal and external factors that impede the development of Russian business in the innovation sphere are identified; the results obtained are compared with the expert opinion, and differences are identified and analyzed. Entrepreneurs themselves also recognize the importance of innovation in their activities: 32.6% believe that it is difficult to imagine further development without introducing innovations.

Three types of entrepreneurs are given according to the degree of their orientation to innovation activity: oriented towards innovation, not oriented towards innovation, potential innovator. In the study, the type of potential innovator is predominant, making 54.5% of all respondents. The main characteristics (socio-demographic, socio-cultural) inherent in entrepreneurs of various types of orientation to innovative activity are revealed. Among them are age, experience in the field of entrepreneurship, organizational and legal form of ownership of an enterprise, etc. The structure of life values, business motives, plans for the near future, as well as success criteria for various types of entrepreneurs, their differences and peculiarities are identified. Moreover, a portrait of an innovative entrepreneur is built. The conclusions about the near future of innovative entrepreneurship are made, positive trends in orientation to innovative activity of modern entrepreneurs are observed.

Keywords: innovation activity, entrepreneurship, innovative entrepreneurship, types of entrepreneurial activity, structure of life values, attitude to the market, success of entrepreneurial activity.

Natalya V. Kuzminova – Postgraduate Student, Department of Sociology and Political Science, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: nata-angel@bk.ru.

Vasily N. Stegny – Doctor of Sociology, Professor, Department of Sociology and Political Science, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: socio@pstu.ru.

Received 10.10.2018

Accepted 09.11.2018

Published 28.06.2019