



ОРИГИНАЛЬНАЯ

ВЫЯВЛЕНИЕ МОТИВАТОРОВ К ИННОВАЦИОННОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

О.А. Борис, Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия
А.В. Никулина, Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

Аннотация. В современных условиях необходимы новые решения для обеспечения хозяйствующих субъектов товарами, недоступными в результате санкций и ограничений. Поскольку молодые люди обладают высоким инновационным потенциалом, инициативностью и способностью идти на риск, именно они могут предложить новые решения указанных выше проблем. При этом начинающие бизнес-лидеры создают малые и средние инновационные предприятия, чтобы минимизировать риск внедрения новшества, обеспечить гибкость, адаптацию к изменениям, связанным с цифровизацией и высокой нестабильностью деятельности. Цель исследования – выявление мотиваторов, формирующих выбор молодыми людьми сферы инноваций и предпринимательства, с учетом, в первую очередь, тех из них, которые возникли или усилились в условиях кризиса. Для достижения целевой установки мотиваторы были сгруппированы с выделением внутренних и внешних мотивов к инновационному предпринимательству, затем они были проверены с использованием методов анкетного опроса и интервьюирования на основе сформулированных гипотез, включающих оценку предпосылок, социальной активности и инновационного потенциала молодежи, выделение преобладающих факторов мотивации. На основе выделения доминирующих мотиваторов у выпускников университета, готовых стать предпринимателями, сформирована модель мотивации инновационных предпринимателей. В основе указанной модели лежат известные теории мотивации В. Врума (V. Vroom) и модели Д. Аткинсона (J. Atkinson), усовершенствованные другими авторами. Общий уровень мотивации молодежи к бизнес-инновациям представлен в виде аддитивной модели как сложение сил внешней и внутренней мотивации, а ее составляющие в форме мультипликативной модели доминирующих факторов. Установлен уровень мотивации молодежи к инновационному предпринимательству, который по изученному массиву данных имеет достаточно высокий уровень. Установлено, что существенное влияние на мотивацию оказывает образовательная подготовка. Механизм мотивации молодежи к инновационному предпринимательству опирается на совокупность экономических, компетентностных, правовых, государственных и социально-политических инструментов. Его совершенствование предполагает включение в многоступенчатую систему форм и способов мотивационного механизма инструментов "цифровой" поддержки развития профессиональных компетенций молодых руководителей и мотивационных качеств лидерства и самолидерства.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, молодежь, мотиваторы, мотивация, социологический опрос, типы предпринимателей, уровень мотивации инновационного предпринимательства

Благодарность: исследование выполнено при поддержке гранта Президента Российской Федерации, проект № МД-2787.2021.2 "Трансформация региональной системы молодежного предпринимательства в инновационную модель, эффективно функционирующую в условиях цифровизации (на материалах Северо-Кавказского федерального округа)"

Для цитирования: Борис О.А., Никулина А.В. Выявление мотиваторов к инновационному предпринимательству современной молодежи // BENEFICIUM. 2022. № 3(44). С. 98-104. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2022.3(44).98-104

ORIGINAL PAPER

IDENTIFICATION OF MOTIVATORS FOR INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP OF MODERN YOUTH

O.A. Boris, North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia
A.V. Nikulina, North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia

Abstract. In today's environment, new solutions are needed to provide economic entities with goods that are unavailable as a result of sanctions and restrictions. Since it is young people who have a high innovative potential, initiative and the ability to take risks, it is they who can offer new solutions to the above-mentioned problems. At the same time, aspiring business leaders create small and medium-sized innovative enterprises to minimize the risk of implementing innovations, ensure flexibility, adapt to changes associated with digitalization and high volatility of activities. The purpose of the study is to identify the motivators that shape young people's choice of innovation and entrepreneurship, taking into account, primarily, those of them, which have emerged or intensified in the crisis. To achieve the target setting motivators were grouped with the allocation of internal and external motives for innovative entrepreneurship, then they were tested using questionnaire survey and interviewing methods on the basis of hypotheses formed, including assessment of prerequisites, social activity and innovation potential of young people, the selection of prevailing motivation factors. Based on the selection of dominant motivators in university graduates who are ready to become entrepreneurs, a model of motivation of innovative entrepreneurs was formed. The model is based on the well-known motivation theories of V. Vroom and D. Atkinson's model, improved by other authors. The overall level of young people's motivation to business

innovation is presented in the form of additive model as the addition of forces of external and internal motivation, and its components in the form of a multiplicative model of the dominant factors. The level of young people's motivation to innovative entrepreneurship is established: which according to the studied data set has a fairly high level. It is established that educational training has a significant influence on motivation. Mechanism of youth's motivation to innovative entrepreneurship relies on a set of economic, competence, legal, state and socio-political tools. Its improvement involves the inclusion of "digital" tools to support the development of young managers' professional competencies and motivational qualities of leadership and self-leadership in a multi-stage system of forms and methods of motivational mechanism.

Keywords: innovative entrepreneurship, youth, motivators, motivation, sociological survey, types of entrepreneurs, the level of motivation for innovative entrepreneurship

Acknowledgement: the study was supported by a grant from the President of the Russian Federation, Project № MD-2787.2021.2 "Transformation of the regional system of youth entrepreneurship in the innovative model, effectively functioning in a digital environment (on the materials of the North Caucasus Federal District)".

For citation: Boris O.A., Nikulina A.V. Identification of Motivators for Innovative Entrepreneurship of Modern Youth // BENEFICIUM. 2022. Vol. 3(44). Pp. 98-104. (In Russ.). DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2022.3(44).98-104

Введение

Современное состояние экономики России в решающей степени связано с развитием инноваций и инновационного предпринимательства, которое реализуется определенным типом инициативных людей. Результативность их деятельности зависит от многих факторов, включая готовность к инновационной деятельности и ориентацию на предпринимательство. Предприниматель, создающий инновационное предприятие, должен быть лидером, способным идти на риск, проводить в жизнь инновации с высоким уровнем эффективности [1,2].

При этом достаточно часто инновационными являются создаваемые малые и средние предприятия, поскольку инновационные идеи несут большой риск, чтобы его минимизировать, новшества внедряются через малые фирмы, преимуществами которых является гибкость, способность быстро адаптироваться к изменениям, связанным с цифровизацией, компьютеризацией, ограничениями деятельности. Не случайно большая часть крупнейших изобретений прошлого века реализована маленькими предприятиями.

Ключевыми фигурами в создании малых инновационных предприятий являются его основатели, представляющие особую социально-экономическую инициативную, активную и компетентную группу, являющуюся проводником нововведений на рынок. Мы поддерживаем мнение, что именно инновационно ориентированная молодежь может решить вопросы перехода нашей страны к новому этапу индустриального развития [3,4].

Целью исследования является изучение того, какие мотиваторы определяют выбор молодыми людьми сферы инновационного предпринимательства, и получение ответа на вопрос, какие из них усиливаются и какие новые появляются в условиях кризиса.

Это взаимосвязано с вопросами о причинах негативных тенденций, влияющих на молодежное инновационное предпринимательство [5,6,7], которые целесообразно изучить, чтобы сделать более полными знания об устойчивом развитии изучаемого явления.

Цели исследования предопределили постановку гипотез исследования.

Для оценки совокупности мотиваторов инновационного предпринимательства и уровня их влияния на молодежь в современных условиях высокой нестабильности использованы методы анкетного опроса и интервьюирования.

Анкета сформирована на основе постановки прямого вопроса респонденту с просьбой оценить влияние фактора на принятие решения об открытии инновационного предприятия.

Эти вопросы поставлены на начальном этапе и в процессе исследования для проверки следующих гипотез:

- в настоящее время возникли предпосылки (рост государственной поддержки молодежного бизнеса, повышение уровня бизнес-образования, развитие малых инновационных компаний и др.) [8,9] для устойчивого развития молодежного инновационного предпринимательства в России. Необходимы исследования, насколько эти предпосылки достаточны и значимы для мотивирования молодежи к созданию собственных предприятий;
- молодежь обладает различной социальной активностью и разным уровнем инновационного потенциала, что влияет на мотивацию к инновационному предпринимательству; предполагаем, что молодые бизнес-инноваторы имеют высшее образование (в основном, техническое или экономическое); высокую социальную активность и уверенность в себе;
- молодые люди, заинтересованные иметь свое дело, более склонны к инновационному предпринимательству, чем вынужденные заниматься бизнесом по разным причинам;
- современная система рыночных отношений сформировала общество, высоко оценивающее финансовое благополучие, поэтому в структуре мотиваторов молодых предпринимателей преобладают мотивы получения доходов и их накопление;
- молодые мужчины больше, чем женщины ориентированы на инновационное предпринимательство, хотя в современных условиях, вероятнее всего, такое отличие имеет меньший уровень, чем в начале рыночных реформ.

Достоверность выборки обеспечивается ее случайным характером, независимостью интернет-ответов от влияния личности интервьюера.

Как считают Н.В. Костенко и Е.П. Никифорова, одним из важных индикаторов склонности к ... предпринимательству является мотивация, лежащая в основе предпринимательской деятельности [10].

Тем более важно внешние и внутренние мотиваторы инновационной деятельности молодых предпринимателей сгруппировать по направленности и интенсивности мотивации, что позволит сформировать предложения по развитию мотивации молодежи к инновационному предпринимательству в современных непростых бизнес-условиях.

Результаты и их обсуждение

Причины и степень включенности молодежи в инновационную деятельность зависит от роста спроса на результаты научно-технической деятельности, так и молодые специалисты ориентированы на те виды деятельности, которые ценятся обществом, государством.

Кроме этого, очень часто молодежь, не имея личных капиталов, связывает свою деятельность с теми сферами, которые не требуют значительных материально-финансовых затрат и дают быструю отдачу.

Таким образом проявляются внешние и внутренние мотивы, определяющие включение молодых людей в инновационный бизнес.

Для построения модели оценки уровня (силы) мотивации молодежи к инновационному предпринимательству применим положения из статьи А.А. Коваленко [11], которые опираются на концепцию В. Врума (V. Vroom) и модель Д. Аткинсона (J. Atkinson), а также их развитие в работах Е.И.Алехиной и В.Н. Парахиной [12,13].

Согласно этим исходным позициям уровень мотивации молодежи к инновационному предпринимательству представим в виде "аддитивной модели как сложение сил внешней (CMv1) и внутренней мотивации (CMvn2):

$$CM = CMv1 + CMvn2, \quad (1)$$

Используя положения теории В.Врума силу внешней мотивации можно моделировать с использованием мультипликативной модели с учетом значимости для молодых людей внешнего аспекта мотивации:

$$CMv1 = Wr * Wu * Wz * S1, \quad (2)$$

где CMv1 – сила внешней мотивации молодого лидера к внедрению инноваций; Wr – ожидание получения запланированного результата; Wu – ожидание успешности реализуемого проекта организации; Wz – ожидание ценности для молодого предпринимателя получаемого при реализации проекта результата; S1 – значимость для молодого бизнесмена внешней мотивации.

Указанные ожидания формируют три группы внешних мотиваторов:

- 1 группа – получение результата;
- 2 группа – оценка результата как успешного;
- 3 группа – внешнее вознаграждение за результат.

Силу внутренней мотивации также целесообразно отобразить в виде мультипликативной модели на основе произведения отношений молодого лидера к себе, к инновации и коллективу организации, который он создает, скорректированная на оценку значимости внутренней мотивации:

$$CMvn2 = Rc * Ru * Rg * S2, \quad (3)$$

где CMvn2 – сила внутренней мотивации молодого бизнес-лидера к инновационной деятельности; Rc – отношение к себе, выраженное в стремлении к успеху и инновационным достижениям, как ценность индивида, в уверенности в себе, своих силах (самолидерство); Ru – отношение к инновации, зависящее от оценки индивидом привлекательности поставленных инновационных целей (их соответствие ценностям молодого лидера); Rg – отношение к коллективу, группе, выраженное в оценке социально-психологического климата в инновационном коллективе как более благоприятного; S2 – значимость для лидера внутренней мотивации, зависящей от оценки привлекательности

инновации, инновационной деятельности для работника.

Указанные ожидания формируют три группы внутренних мотиваторов:

- 1 группа – отношение к себе;
- 2 группа – отношение к инновации;
- 3 группа – отношение к организации.

Выпускникам вузов в процессе анкетирования было предложено выделить наиболее важные факторы мотивации в соответствии с указанными в модели группами. При этом фиксировалась основная причина организации инновационного бизнеса (ведущий фактор мотивации), и выявлен соответствующий вид молодых предпринимателей. Их классификация сформирована на основе работ Пола Рейнолдса (P. Reynolds) [14] и включает следующие группы: вынужденные предприниматели (или «предприниматели поневоле», поскольку другой достойной работы не нашлось); заинтересованные предприниматели, ориентированные на независимость и максимизацию дохода.

Выпускникам был задан вопрос о том, какие факторы привлекают их к инновационной деятельности и насколько сильно. В результате получено представление о структуре мотивации участвующих или собирающихся включиться в инновационную деятельность молодых специалистов.

По каждому фактору по ответам всех респондентов (153 человека) вычислен средневзвешенный уровень оценки влияния мотиватора с учетом того, что по каждому фактору предлагались три варианта ответа:

- определенно привлекает (1 балл);
- в некоторой степени привлекает (0,5 балла);
- не привлекает (0 баллов).

Затем проводились расчеты уровня влияния мотиватора (LMI) по формуле:

$$LMI = (n1*1 + n2*0,5 + n3*0) / \Sigma n, \quad (4)$$

где n1 – число ответов «определенно привлекает»; n2 – число ответов «в некоторой степени привлекает»; n3 – число ответов «не привлекает»; Σn – общее число респондентов (в нашем обследовании – 153 респондента).

Факторы-мотиваторы лидеров к инновационной деятельности отобраны на основе анализа публикаций и проведенных предварительных открытых интервью 10 бизнес-лидеров. Они указаны в *графе 2 табл. 1* и включают:

А) факторы внешней мотивации (цифра означает номер группы):

- возможность получить достойный уровень дохода (3);
- возможность иметь собственное дело (1);
- хорошая бизнес-подготовка (1);
- поддержка государством инновационного бизнеса (2);
- высокая ценность инновационного бизнеса в обществе (2).

Б) факторы внутренней мотивации (цифра означает номер группы):

- уверенность в успехе собственного дела (1);
- возможность реализации творческих способностей и идей (3);
- ориентация на высоко содержательную работу (3);
- желание быть инновационным лидером (2);
- возможность быть независимым (1);

- высокая ценность инновационного бизнеса для предпринимателя (2).

Этот перечень незакрытый, он может расширяться в зависимости от мнений, выявленных в пилотном интервью перед проведением анкетирования. Кроме этого, названные факторы-мотиваторы не всегда четко можно отнести к той или иной группе, а также необходимо учитывать, кем были даны ответы (выпуск-

ником, который стремится иметь свое дело или рассматривает его как "запасной" вариант).

С учетом этого были сформированы три информационных массива (общий, по вынужденным и заинтересованным предпринимателям (табл. 1 – общие данные, рис. 1 – сравнительные данные по указанным видам предпринимателей).

Таблица 1 / Table 1

Оценка силы факторов-мотиваторов молодежного инновационного предпринимательства (по результатам опроса выпускников СКФУ) / Evaluation of the strength of motivating factors of youth innovative entrepreneurship (according to the results of a survey of NCFU graduates)

Группа факторов / Group of factors	Наименование фактора / Factor name	Число ответов по вариантам / Number of responses by option			Сумма / Sum	Оценка силы мотивации / Strength rating motivation	Средняя величина мотивации по группе факторов / Average value of motivation by a group of factors
		1 (1балл) / 1 (1 point)	2 (0.5 балла) / 2 (0.5 points)	3 (0 баллов) / 3 (0 points)			
1	2	3	4	5	6	7	8
Внешняя	1.1 Возможность иметь собственное дело	86	49	18	110.5	0.7222	0.7124
	1.2 Хорошая бизнес-подготовка	98	50	5	123.0	0.8039	
	2.1 Поддержка государством инновационного бизнеса	71	61	21	101.5	0.6634	0.6928
	2.2 Высокая ценность инновационного бизнеса в обществе	46	98	9	95.0	0.6209	
	3.1 Возможность получить достойный уровень дохода	102	51	0	127.5	0.8333	
Внутренняя	1.1 Уверенность в успехе собственного дела	77	76	0	115.0	0.7516	0.7222
	1.2 Возможность быть независимым	71	70	12	106.0	0.6928	
	2.1 Желание быть инновационным лидером	26	62	65	57.0	0.3725	0.3824
	2.2. Высокая ценность инновационного бизнеса для предпринимателя	18	84	51	60.0	0.3922	
	3.1 Возможность реализации творческих способностей и идей	99	45	9	121.5	0.7941	0.7990
	3.2 Ориентация на высоко содержательную работу	94	58	1	123.0	0.8039	

Источник: составлено авторами / Source: compiled by the authors

Как видно из таблицы 1, в целом наиболее высокую оценку (графа 7 таблицы 1) во внутренней мотивации получили ориентация на содержательную работу, возможность реализации творческих способностей, хотя в целом доминирует внешняя материальная мотивация молодежи к труду, развивающаяся в последние два десятилетия.

Материальная мотивация несколько в меньшей степени затрагивает инновационную деятельность, где высоко влияние лидерской мотивации, желание быть первым, лучшим в выбранной сфере деятельности.

Однако в среднем индекс мотива организации собственного дела в инновационной сфере, то есть сила мотивации к инновационному предпринимательству, составляет только 0.3725, что значительно ниже влияния других мотиваторов.

Существенное влияние на мотивацию и еще большее – на успешность инновационной деятельности, оказывает образовательная подготовка, что подтверждается выводами других исследователей [15].

Таким образом, по усредненным данным получим, что уровень внешней мотивации составит:

$$СМв1=0.7124*0.6928*0.8333 = 0.4113.$$

При этом уровень внутренней мотивации оказывается намного ниже, чем внешней, и составляет:

$$СМвн2 = 0.7222*0.3824*0.7990 = 0.2207.$$

Это заставляет задуматься над тем, какие приоритеты заложены в сознании молодежи, если основу действий молодых людей при создании инновационных компаний составляют внешние факторы.

В целом уровень мотивации молодых людей Ставрополя (в нашем обследовании – это выпускники СКФУ) – неплохой, он составляет 0.632, т.е. примерно 60% от максимальной бизнес-активности молодежи.

Сравнение мотиваторов по группам "вынужденных" и "заинтересованных" предпринимателей подтверждает, что заинтересованные имеют свое дело, более склонны к инновационному предпринимательству, чем вынужденные (рис. 1).

Об этом свидетельствует более высокая оценка влияния таких мотиваторов, как: желание быть инновационным лидером, а также высокая ценность инно-

вационного бизнеса в обществе и для самого предпринимателя. Также результаты исследования подтверждают, что в структуре мотиваторов молодых предпринимателей преобладают мотивы получения доходов, причем различие по группам предпринимателей не высоко.

Также высоким уровнем влияния в обеих группах предпринимателей обладают такие факторы, как уверенность в успехе собственного дела, ориентация на высоко содержательную работу, а также возможность реализации творческих способностей и идей.

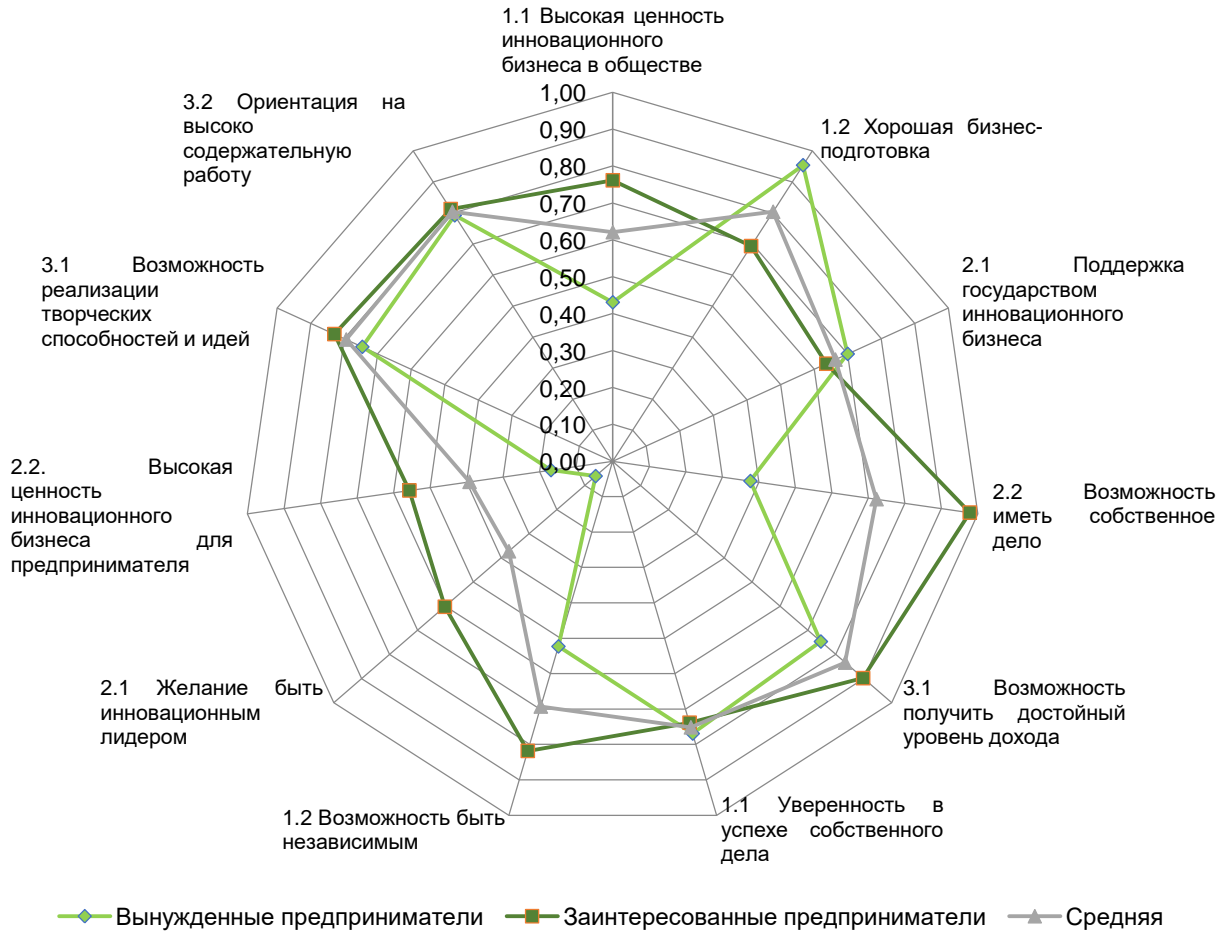


Рис. 1. Сравнительная диаграмма оценки ответов респондентов на вопросы анкеты по влиянию мотиваторов на молодых предпринимателей / Fig. 1 Comparative diagram of the assessment of respondents' answers to the questions of the questionnaire on the influence of motivators on young entrepreneurs

Источник: построено авторами / Source: compiled by the authors

Итак, делая вывод о привлекательности предпринимательской деятельности для студентов, можно выделить относительно высокий заработок, свободу самореализации, возможность независимости, но не все так однозначно, как кажется на первый взгляд. К примеру, один из приоритетных вариантов с точки зрения привлекательности предпринимательской деятельности, высокий заработок, весьма заметно снижается степенью возникновения рисков ситуации (или низкой уверенностью в успехе дела), особенно, в современных условиях высокой волатильности экономики.

Анализ полученных данных показывает, что мнения молодых предпринимателей существенно расходятся в оценке такого фактора, как желание быть инновационным лидером и возможность иметь собственное дело. Заинтересованные предприниматели высоко оценивают личное стремление создать ус-

пешный бизнес, считают это стремление безусловно необходимым.

Молодые люди, начинающие бизнес "под давлением обстоятельств», считают наиболее значимыми наличие финансовых средств и компетентный уровень (хорошая бизнес-подготовка), или знание того дела, которое они предполагают открыть для самообеспечения.

Заключение

На основе результатов проведенного исследования, можно сделать следующий вывод. Механизм мотивации молодежи к инновационному предпринимательству должен опираться на развитие, укрепление факторов внешней мотивации, несмотря на довольно устойчивое мнение о приоритете внутренних побуждений у людей новаторского склада.

Действующими инструментами должны стать:

– экономические, обеспечивающие возможность получить достойный уровень дохода, лояльность в его налогообложении;

– образовательные (компетентностные), которые обеспечиваются хорошим уровнем бизнес-подготовки в образовательных учреждениях и возможностью постоянного самосовершенствования;

– правовые, дающие возможность молодым людям создать собственное предприятие и гарантии его защиты от бюрократического «давления»;

– государственные, включая защиту и поддержку государством инновационного бизнеса;

– социально-политические, включающие меры по воспитанию в государстве и обществе понимания высокой ценности инновационного бизнеса.

Сложившийся в настоящее время механизм стимулирования инновационной деятельности не учитывает специфики молодежного предпринимательства, характеризующейся тем, что это в основном начинающие предприниматели «стартового» бизнеса. Поэтому необходимо его совершенствование в направлении обязательного выделения во всех нормативных актах, проектах и программах развития инноваций молодежного сектора, а также его поддержка для создания необходимых предпосылок устойчивого функционирования созданных молодежных инновационных компаний.

При этом необходимо включение в многоступенчатую систему форм и способов мотивационного механизма инструментов "цифровой" поддержки развития профессиональных компетенций молодых руководителей и мотивационных качеств лидерства и самолидерства.

Вклад авторов

Фактический вклад каждого соавтора в выполненную работу составляет: Борис О.А. - 60%, Никулина А.В. - 40%.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Библиография

- [1] Устаев Р.М., Борис О.А. О проблемах и перспективах предпринимательства в молодежной среде в современных реалиях пандемии коронавируса // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 6(87). С. 149-157. DOI: 10.37493/2307-907X.2021.6.18
- [2] Alekhina E., Boris O., Parakhina V. Innovative and Motivational Competence of Leaders and its Transformation in the Context of Digitalization // International journal of circuits, systems and signal processing. 2020. Vol. 14. Pp. 589-593. (На англ.). DOI: 10.46300/9106.2020.14.75
- [3] Далибошко А.И. Понятие молодежного предпринимательства и его место в развитии экономики страны // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2017. № 3. С. 307–315. DOI: 10.21295/2223-5639-2017-3-307-316
- [4] Andreeva O.V., Sukhoveeva A.A. Youth entrepreneurship and effective tools for its development // CITISE. 2020. Vol. 2(24). Pp. 385-393. (На англ.). DOI: 10.15350/2409-7616.2020.2.35
- [5] Молодежное предпринимательство: проблемы и решения (2021). URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/252839363> (дата обращения 18.06.2021).
- [6] Lewis K., Massey C. Youth entrepreneurship. In book: Entrepreneurship: New perspectives in a global age. Publisher: Routledge. 2018. Pp. 206-226. (На англ.). DOI:10.4324/9781315190877-12
- [7] Долгорукова И.В. Факторы развития молодежного предпринимательства в современной России // Социальная

- политика и социология. 2019. Том 18. № 2(131). С. 26–34. DOI: 10.17922/2071-3665-2019-18-2-26-34
- [8] Мельников М.С. Образовательные технологии в развитии молодежного предпринимательства // Российское предпринимательство. 2012. № 6(104). С. 201-207.
- [9] Мельникова Е.Н. Влияние программ государственной поддержки на развитие инновационного предпринимательства в России. BENEFICIUM. 2019. № 4(33). С. 34-41. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).34-41
- [10] Костенко Н.В., Никифорова Е.П. Новгородчина: «портрет» социального предпринимателя // BENEFICIUM. 2019. № 1(30). С. 17-25. DOI 10.34680/BENEFICIUM.2019.1(30).17-25
- [11] Коваленко А.А. Исследование мотивации инновационной деятельности // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. № 47. С. 54-79.
- [12] Парахина В.Н., Алехина Е.И. Трансформация способов стимулирования инновационной деятельности в современных условиях российской экономики. М.: «Юнити-Дана», 2021. 215 с.
- [13] Parakhina V.N., Alekhina E.I. The Importance of the Development of Forms and Methods of Stimulating Innovative Activity of Personnel in the Strategic Aspect. Socio-economic Systems: Paradigms for the Future. AG: Springer Nature. 2021. Vol. 314. Pp. 1127-1136. (На англ.). DOI 10.1007/978-3-030-56433-9_118
- [14] Reynolds P.D., Curtin R.T. New business creation: An international overview. Springer, 2010. 348 p. (На англ.). DOI: 10.1007/978-1-4419-7536-2
- [15] Mavlutova I., Lesinskis K., Liogys M., Hermanis J. Innovative teaching techniques for entrepreneurship education in the era of digitalisation. WSEAS Transactions on Environment and Development. 2020. Vol. 16(1). Pp. 725-733. (На англ.). DOI:10.37394/232015.2020.16.75

References

- [1] Ustaev R.M., Boris O.A. About the problems and prospects of entrepreneurship among young people in the modern realities of the coronavirus pandemic // Newsletter of North-Caucasus Federal University. 2021. Vol. 6(87). Pp. 149-157. (In Russ.). DOI: 10.37493/2307-907X.2021.6.18
- [2] Alekhina E., Boris O., Parakhina V. Innovative and Motivational Competence of Leaders and its Transformation in the Context of Digitalization // International journal of circuits, systems and signal processing. 2020. Vol. 14. Pp. 589-593. DOI: 10.46300/9106.2020.14.75
- [3] Dalibozko A.I. Youth Entrepreneurship Concept and its Place in the Country's Economy Development // Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. 2017. Vol. 3. Pp. 307–315. (In Russ.). DOI: 10.21295/2223-5639-2017-3-307-316
- [4] Andreeva O.V., Sukhoveeva A.A. Youth entrepreneurship and effective tools for its development // CITISE. 2020. Vol. 2(24). Pp. 385-393. DOI: 10.15350/2409-7616.2020.2.35
- [5] Molodezhnoe predprinimatel'stvo: problemy i resheniya [Youth entrepreneurship: problems and solutions] (2021). (In Russ.). URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/252839363> (accessed on 18.06.2021).
- [6] Lewis K., Massey C. Youth entrepreneurship. In book: Entrepreneurship: New perspectives in a global age. Publisher: Routledge. 2018. Pp. 206-226. DOI:10.4324/9781315190877-12
- [7] Dolgorukova I.V. The Factors in the Development of Youth Entrepreneurship in Modern Russia // Social policy and sociology. 2019. Vol. 18(2)(131). Pp. 26–34. (In Russ.). DOI: 10.17922/2071-3665-2019-18-2-26-34.
- [8] Melnikov M.S. Educational technologies and business opportunities for young people// Rossijskoe predprinimatel'stvo [Russian Entrepreneurship]. 2012. Vol. 6(104). Pp. 201-207. (In Russ.).
- [9] Melnikova E.N. Impact of state support programmes on the development of innovative entrepreneurship in Russia. BENEFICIUM. 2019. Vol. 4(33). Pp. 34-41. (In Russ.). DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).34-41
- [10] Kostenko N.V., Nikiforova E.P. The Novgorod region: "the portrait" of a social entrepreneur // BENEFICIUM. 2019.

- Vol. 1(30). Pp. 17-25. (In Russ.). DOI 10.34680/BENEFICIUM.2019.1(30).17-25.
- [11] Kovalenko A.A. A Study of Innovative Activity Motivation // Public administration. E-journal. 2014. Vol. 47. Pp. 54-79. (In Russ.).
- [12] Parakhina V.N., Alekhina E.I. Transformaciya sposobov stimulirovaniya innovacionnoj deyatelnosti v sovremennyh usloviyah rossijskoj ekonomiki [Transformation of ways to stimulate innovation in the modern conditions of the Russian economy]. M.: Uniti-Dana, 2021. 215 p. (In Russ.).
- [13] Parakhina V.N., Alekhina E.I. The Importance of the Development of Forms and Methods of Stimulating Innovative Activity of Personnel in the Strategic Aspect. Socio-economic Systems: Paradigms for the Future. AG: Springer Nature. 2021. Vol. 314. Pp. 1127-1136. DOI 10.1007/978-3-030-56433-9_118
- [14] Reynolds P.D., Curtin R.T. New business creation: An international overview. Springer, 2010. 348 p. DOI: 10.1007/978-1-4419-7536-2
- [15] Mavlutova I., Lesinskis K., Liogys M., Hermanis J. Innovative teaching techniques for entrepreneurship education in the era of digitalisation. WSEAS Transactions on Environment and Development. 2020. Vol. 16(1). Pp. 725-733. DOI:10.37394/232015.2020.16.75

Информация об авторах / About the Authors

Ольга Александровна Борис – доктор экон. наук, профессор, Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия / **Olga A. Boris** – Doctor of Economics, Professor, North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia

E-mail: oboris@ncfu.ru

SPIN РИНЦ 3854-6274

ORCID 0000-0002-6245-9250

Scopus Author ID 56512228200

ResearcherID S-7217-2016

Анна Васильевна Никулина – аспирант, Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия / **Anna.V. Nikulina** – graduate student, North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia

E-mail: poletunovaanna@yandex.ru

ORCID 0000-0001-9353-4711

Дата поступления статьи: 10 июля 2022
Принято решение о публикации: 20 сентября 2022

Received: July 10, 2022
Accepted: September 20, 2022