

ИННОВАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ СТУДЕНТОВ В СРЕДЕ СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Я. В. Дидковская, Д. В. Трынов

*Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Россия, 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19;
diyana@yandex.ru*

Аннотация. Изучение инновационных установок студентов становится особенно актуальным в условиях неопределенности, глобализирующихся рисков и быстрого изменения рынка труда, где инновации и креативность выступают основными факторами успеха. Согласно авторскому подходу, инновационные установки личности интерпретируются как совокупность ценностных ориентаций, мотивов и моделей поведения, формирующих восприимчивость и стремление человека к нестандартному мышлению, принятию перемен и внедрению новаций. Университет выступает ключевым социальным институтом, формирующим инновационные установки студентов.

Цель исследования – изучить спектр инновационных установок студентов в системе их жизненных ценностей, а также проанализировать воздействие субъективных оценок внешней среды на формирование таких установок и креативного поведения. Эмпирической основой исследования стал анкетный опрос студентов, обучающихся в российских региональных и столичных университетах (N = 840). Выборка построена на основе целевых квот. Квотными признаками выступили город, в котором учится и проживает респондент, а также направление обучения.

Анализ вовлеченности студентов в различные инновационные практики показал, что значительная их часть активно участвует в разработке творческих проектов, освоении новых технологий, написании докладов для научных конференций, прохождении курсов повышения квалификации и проведении исследований. Это свидетельствует о широких возможностях инновационной инфраструктуры университетов. Однако примерно пятая часть респондентов не включена ни в один из элементов креативной активности.

Представлены результаты кластерного анализа, позволившего выделить четыре основных типа инновационности студентов: активные инноваторы (демонстрируют высокую активность в разработке проектов, научных исследованиях, освоении новых технологий); пассивные наблюдатели (практически не участвуют в каких-либо инновационных активностях); технологические энтузиасты (отличаются особенно высокими показателями вовлеченности в создание программных продуктов и новых технических решений); развивающиеся новаторы (занимают промежуточное положение, демонстрируя инновационную активность, но меньшую, чем активные инноваторы). Полученная типология инновационных профилей студентов может быть использована для разработки адресных мер поддержки их творческого и технологического развития. Новизна исследования состоит в выделении социальных типов инновационных установок студентов, дана их характеристика относительно ценностных ориентаций и социально-демографических особенностей студенчества.

Ключевые слова: инновационные установки, студенты, университетская среда, креативность, кластеризация, инновационные практики, мотивация творчества, инновационная инфраструктура

Благодарности: Статья выполнена при финансовой поддержке РФФ, проект № 23-28-00603, <https://rscf.ru/project/23-28-00603/>.

Для цитирования: Дидковская Я. В., Трынов Д. В. Инновационные установки студентов в среде современного университета // Университетское управление: практика и анализ. 2024. Т. 28, № 4. С. 124–136. DOI: 10.15826/umpa.2024.04.039

INNOVATIVE ATTITUDES OF STUDENTS IN THE ENVIRONMENT OF A MODERN UNIVERSITY

Ya. V. Didkovskaya, D. V. Trynov

*Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin
19 Mira str., Ekaterinburg, 620002, Russian Federation;
diyana@yandex.ru*

Abstract. The study of students' innovative attitudes becomes particularly relevant in the context of uncertainty, globalizing risks, and the rapidly changing labor market, where innovation and creativity are primary success factors. According to the author's approach, innovative attitudes are interpreted as a composite of value orientations, motives, and behavioral patterns that shape an individual's receptivity and inclination towards unconventional thinking, acceptance of change, and implementation of innovations; the university serves as a key social institution that fosters students' innovative attitudes. The objective of this research is to examine the spectrum of students' innovative attitudes within their system of life values, as well as to analyze the impact of subjective evaluations of the external environment on the formation of such attitudes and creative behavior. The empirical foundation of the study is based on a survey conducted among students enrolled in regional and capital universities in Russia (N = 840). The sample was constructed using targeted quotas; the quota characteristics included the city where the respondent studies and resides, as well as their field of study.

Analysis of student engagement in various innovative practices revealed that a significant portion actively participates in the development of creative projects, acquisition of new technologies, preparation of reports for scientific conferences, completion of professional development courses, and conducting research. This indicates the extensive capabilities of universities' innovative infrastructure. However, approximately one-fifth of respondents reported not being involved in any elements of creative activity. Results from cluster analysis identified four primary types of student innovativeness: active innovators – who demonstrate high levels of engagement in project development, scientific research, and acquisition of new technologies; passive observers – who virtually do not participate in any innovative activities, with key motivators for creativity being largely insignificant to them; technological enthusiasts – who exhibit particularly high levels of involvement in creating software products and new technical solutions; developing innovators – who occupy an intermediate position, demonstrating some innovative activity but less than that of “active innovators.” The typology of innovative profiles obtained can be utilized for the development of targeted measures to support their creative and technological advancement. The novelty of this research lies in the identification of social types of students' innovative attitudes, providing a characterization relative to value orientations and socio-demographic features of the student body. **Keywords:** innovative attitudes, students, university environment, creativity, clustering, innovative practices, creativity motivation, innovative infrastructure

Acknowledgments: This article was carried out with financial support from the Russian Science Foundation, project No. 23-28-00603, <https://rscf.ru/project/23-28-00603/>.

For citation: Didkovskaya Ya. V., Trynov D. V. Innovative Attitudes of Students in the Environment of a Modern University. *University Management: Practice and Analysis*, 2024, vol. 28, nr 4, pp. 124–136. doi 10.15826/umpa.2024.04.039 (In Russ.).

Введение

Одной из ключевых тенденций последних десятилетий стал динамичный рост инновационной экономики и новых отраслей производства. По данным Всемирного банка, за первые 20 лет XXI века доля интеллектуальных услуг (включая информационные технологии, исследования и разработки, профессиональные услуги) в глобальном ВВП увеличилась почти вдвое и достигла 20–25 %¹. Аналитики PwC и Strategy& прогнозируют, что доля высокотехнологичных отраслей в глобальном ВВП может достигнуть 30–35 % к 2030 году. Примерно такие же цифры роста доли экономики

знаний (наукоёмких отраслей, ИКТ, творческих индустрий) в мировом ВВП (от 27 % до 34 %) прогнозируют в Глобальном институте Макензи².

Инновационная экономика неразрывно связана с системой образования, поскольку последняя воспроизводит человеческий капитал. Мировой опыт развитых и развивающихся стран показывает, что устойчивый экономический рост может быть обеспечен при помощи университетов как социокультурных интеллектуальных центров [1]. Таким образом, в отношении университета современные условия формируют запрос не только на предоставление основательных универсальных знаний, но и на формирование компетенций обучающихся

¹ Доклад о мировом развитии. Изменение характера труда. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/679061547222101914-0050022019/original/WDR19RussianPresentation.pdf> (дата обращения: 23.01.2024).

² Стимулирование роста экономики знаний. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/private-capital/our-insights/catalyzing-the-growth-of-the-impact-economy> (дата обращения: 23.01.2024).

в сфере инновационной активности [2; 3]. Она подразумевает способность личности самостоятельно ориентироваться в сложных ситуациях, принимать решения на основе анализа противоречивой информации, уметь действовать проактивно.

Рост запроса на формирование инновационных ценностных установок в процессе образования происходит по ряду объективных и субъективных причин. Во-первых, развитие технологических изменений дает новые возможности для образования. Использование цифровых технологий, онлайн-платформ и интерактивных инструментов позволяет создавать более эффективные и доступные образовательные ресурсы. Пандемия COVID-19 резко ускорила процессы цифровизации образования, что привело к значительным трансформациям и в самой системе, вынужденной быстро реагировать [4].

Во-вторых, современные университеты, превращаясь в интернациональные корпорации, существуют в условиях глобализации и нарастающей международной конкуренции. На глобальном рынке происходит конкуренция за научных работников, преподавателей и студентов. Появление и развитие глобальных рейтингов университетов (QS, Times Higher Education, ARWU и др.) позволили создать единую систему метрики для выявления более привлекательных университетских центров. Инновационные установки могут стать ключевым преимуществом в привлечении талантов и создании конкурентоспособных образовательных программ.

В-третьих, динамично изменяются потребности рынка труда. С развитием экономики знаний и технологий меняются требования к компетенциям, которые необходимы для успешной карьеры. Университеты применяют к этим изменениям адаптационные стратегии, предлагая инновационные программы обучения, которые соответствуют потребностям рынка труда [5].

В-четвертых, меняются запросы самих обучающихся. Студенты все чаще проявляют заинтересованность в современных интерактивных методах обучения, доступных онлайн-ресурсах и возможностях для применения их на практике. Инновационные установки помогают университетам удовлетворить эти растущие запросы и привлечь студентов [6–7].

В российском пространстве высшей школы сегодня создана разветвленная сеть программ, способствующих развитию инновационных креативных навыков и продвижению предпринимательской активности студентов. Организационной основой инновационной инфраструктуры российских

университетов выступают различные бизнес-инкубаторы, инновационные акселераторы, центры трансфера технологий и т. д. [8]. Эти и иные структуры зачастую представляют собой коллаборации с бизнес-сообществом и органами власти, которые выступают донорами для тех или иных проектов. Тем самым вузы создают комплексную экосистему поддержки инноваций и предпринимательства для студентов, аспирантов и молодых ученых [9].

Для успешного функционирования инновационной инфраструктуры университетов необходима постоянная работа по формированию предпринимательской и инновационной культуры обучающихся [10]. Однако вопрос об эффективности подобных усилий пока остается открытым. При этом оценивать эффективность инновационной инфраструктуры, опираясь лишь на цифры, отражающие показатели освоенности финансов, вряд ли представляется правильным. Также неясно, насколько подобные программы, вшитые в ткань университетской жизни, являются ее неотъемлемой органичной частью. Должны ли они быть ориентированы на массового обучающегося со всеми вытекающими последствиями или выполнять функцию поиска и поддержки одаренной молодежи?

При значительном интересе ученых к изучению университетской среды как целостной системы, реагирующей на вызовы и угрозы [11–14], имеется определенный недостаток исследований самих обучающихся как неотъемлемого элемента этой среды. Учитывая социальный запрос на инновации, главным потенциальным носителем которого является молодое поколение, следует уделить особое внимание особенностям его мышления, формированию ценностных установок и стратегий поведения. Без уяснения этих оснований деятельности невозможно понять перспективы инновационных преобразований в системе высшего образования и реальном секторе экономики страны.

Методология и методы исследования

Под инновационными установками личности мы понимаем совокупность ориентаций, мотивов и моделей поведения, формирующих восприимчивость и стремление человека к нестандартному мышлению, принятию перемен и внедрению новаций. Ценность инновационных установок возрастает в модернизированных обществах как реакция на быстрые изменения и технологические трансформации. Они требуют динамичных и адаптивных стратегий поведения, способных интегрировать новшества в свою жизнь, создавать продукты

инновационной экономики и прибегать к их постоянному обновлению.

В структуре инновационных установок студенческой молодежи мы выделяем следующие составляющие: ценностные ориентации инновационной личности, когнитивные мотивы и поведение.

Прежде всего, инновационные установки тесно взаимосвязаны с системой ценностей человека, выступая одним из ее элементов. Ценности личности определяют ее отношение к инновациям и нововведениям, а инновационные установки есть не что иное, как подходы и методы, которые она использует для решения проблем и достижения целей. Связь ценностей с поведением отмечали социальные мыслители, начиная с М. Вебера, провозгласившего ценности ключевым фактором в нормировании поведения людей. Ценности выступают движущей силой и побуждением, поскольку выступают мотивами действий [15].

Когнитивные мотивы также играют существенную роль в формировании инновационных установок личности. Среди них следует упомянуть убеждения и представления о важности инноваций в будущей жизни молодежи, а также образ и стереотипы творческого поведения и людей, которые его транслируют. Исследуя влияние убеждений и мотивации на творческий потенциал личности, М. Каровски и С. Кауфман приходят к выводу, что они формируют каркас «творческой самости» индивида, определяющий творческий потенциал человека. Они рассматривают творческую самость как совокупность убеждений, самооффективности, мотивации и идентичности, которые влияют на творческие способности человека [16]. Привлекательный образ творческого человека, связанный не только с общественным поощрением, но и с соответствующим вознаграждением, может значительно содействовать в формировании инновационных установок.

Своеобразным итогом складывания инновационных установок можно считать формирование «инновационной личности». Этот концепт характерен для обществ модерна, где торжествуют активное освоение окружающего мира, креативность, свобода самореализации. Э. Хаген считал, что такой тип личности является важной предпосылкой для ускорения экономического роста, развития предпринимательских инициатив и накопления капитала. Он подчеркивал, что инновационная личность активно стремится управлять окружающей действительностью, ищет лучшие решения и фокусируется на внедрении новшеств и оригинальных идей [17]. А. Инкелис акцентировал внимание на таких качествах инновационной

личности, как открытость к экспериментам, готовность принимать инновации и изменения, способность признавать разнообразие мнений, а также нацеленность на новые возможности как в настоящем, так и в будущем. Эти личности готовы преодолевать преграды и заранее планировать свои действия в условиях неопределенности [18]. Среди характеристик инновационной личности также выделяют стремление к изменениям, креативный подход, способность к генерации новых идей и их эффективной реализации, умение адаптироваться к неопределенным условиям и развивать навыки саморефлексии. Таким образом, инновационная личность представляет собой ресурс, необходимый для успешной адаптации в стремительно меняющемся мире [19].

Инновационные установки также рассматриваются как нечто воссозданное и привитое средой, социализирующей индивида. В процессе социализации индивиды встраиваются в общество и принимают его нормы, ценности и ожидания [20]. Хотя этот процесс не линейен и сопровождает всю человеческую жизнь в разных формах, основы социализации закладываются в детстве и юности [21]. Согласно теории социального научения А. Бандуры, социальное воспроизводство индивидов происходит не только через собственный опыт, но и через наблюдение за поведением других людей, т. е. моделирование [22]. В этом процессе ключевую социализирующую роль играют общественные институты, регулирующие поведение людей. Если речь идет о формировании ценностных установок молодежи, таким институтом прежде всего выступает образование.

Социальная среда университета является основой, которая может стать питательной почвой для становления инновационных установок, либо, напротив, препятствием для подобных устремлений.

Университетская среда включает в себя систему управления университетом, организационную техническую инфраструктуру, кадровый потенциал, а также сами отношения, которые складываются в процессе взаимодействия всех субъектов. Все эти компоненты должны отвечать определенным принципам, которые могли бы способствовать формированию инновационных установок обучающихся [23]. Принято считать, что сущности инновационной и предпринимательской культуры схожи [24]. В их основе находятся детерминанты проактивного, рискованного и подчас интуитивного поведения, которые открывают дорогу творческому началу. Й. Шумпетер полагал, что предпринимательская деятельность имеет собственные основания, которые коренятся в коммерческих целях

труда. Научная деятельность отлична от предпринимательской, поскольку направлена на поисковую исследовательскую цель и во многом освобождена от решения задач коммерциализации результатов труда [25]. Отсюда следует, что эти два направления формирования установок схожи между собой, но все же различны по стартовым диспозициям. Кроме того, в реалиях существования университетов оказывается не так просто соединить коммерческую и научную задачи инновационной деятельности [26]. Подавляющее большинство времени работники университета тратят либо на обучение студентов, либо на научную деятельность. Вопросы коммерциализации, равно как патентирование, внедрение на производстве и прочее, остаются вне поля их компетенций и попросту не могут быть освоены в полной мере. Отсюда проявляется противоречие во внутренней среде вуза: с одной стороны, существует академическая среда, предполагающая образовательную деятельность и научные изыскания, с другой – производственно-коммерческая сфера, где требуется наличие иных компетенций [27]. Это противоречие может быть преодолено только за счет гармонизации ролевых диспозиций участников инновационной деятельности.

Таким образом, в своем исследовании мы исходим из признания того, что взаимодействие обучающегося с агентами университетской среды – центральное место в формировании установок на инновации. В своем исследовании мы измеряли это взаимодействие через субъективные оценки самими студентами различных параметров университетской среды, образующих условия для реализации креативного и инновационного потенциала.

Данные и метод

Результаты исследования формирования инновационных установок студентов основываются на материалах анкетного опроса обучающихся российских университетов, проводившегося в марте-апреле 2024 г. В выборку вошли университеты Москвы (МГУ, НИУ ВШЭ), Санкт-Петербурга (СПбГУ), Екатеринбурга (УрФУ), Волгограда (ВолГТУ и ВолГУ) и Тюмени (ТюмГУ и ТюмГИУ). Стратегия выборки – квотная целевая; признаками выступили город, в котором учится и проживает респондент, а также направление обучения – науки об обществе; гуманитарные науки, педагогика, образование и искусство; инженерные науки и технологии; математические и естественные науки. N = 840 респондентов.

Обработка данных проведена в программе Vortex.10. Рассчитаны индексы (средние баллы)

оценок респондентами значимости основных жизненных и профессиональных ценностей. Проведен корреляционный анализ зависимостей между направлением обучения, местом проживания респондентов и переменными, измеряющими различные аспекты их креативности. Выводы о значимости взаимосвязи определялись на основе расчетов коэффициентов Крамера (для номинальных шкал) и Эта (для условно-количественных шкал).

Поисковая модель эмпирической части исследования напрямую вытекает из теоретических положений, в связи с чем нами определено несколько смысловых разделов, инструментализирующих инновационные установки студенчества.

Результаты и обсуждение

Инновационные установки в контексте жизненных и профессиональных ценностей студентов

Анализ установок, способствующих инновационному поведению, мы начали с выявления реального ценностного мира молодых людей, впоследствии сопоставив его с образом креативного человека, сложившимся в сознании студенчества.

Как показало исследование, в системе ценностей студентов преобладают индивидуалистические и гедонистические черты³: «получение от жизни ярких впечатлений, эмоций, удовольствий» (4,40); «самореализация, реализация своих способностей и сил» (4,40); «комфортные условия жизни, уют, благоустроенный дом» (4,37); «профессиональный рост, развитие компетенций и навыков» (4,28). Уступают им по значимости ценности коллективизма: «способствовать справедливости в обществе» (3,48); «возможность помогать людям, улучшать жизнь других людей» (3,45). Наименьшей значимостью для респондентов обладают традиционалистские ценности: «жить праведно, религия, вера в бога» (2,27). Таким образом, современное студенчество предстает в свете выраженной индивидуалистической системы ценностных ориентаций. Подчеркнем светский характер ценностей, которые также отличают студенчество как просвещенную часть молодого поколения. С одной стороны, сформированность ценностей индивидуализма способствует развитию творческих навыков, поскольку позволяет действовать самостоятельно на свой страх и риск, с другой – преобладание гедонистического начала может препятствовать развитию таких качеств, как трудолюбие, упорство и последовательность. Установки на легкость

³ Рейтинг ценностей составлен на основе средних значений, где 1 – «совершенно не важно в жизни»; 5 – «критически важно в жизни».

и непринужденность входят в противоречие с реальным миром, где приходится прилагать усилия и нести ответственность. Рассогласованность между желаемой и реальной картиной мира создает риски разочарования, краха жизненных планов, фрустрации.

Образ креативного человека в сознании студентов

Мы выяснили у респондентов, какие черты, по их мнению, присущи креативным людям. Доминанты черт креативности по результатам опроса студентов можно разделить на три группы – высокосignимые, среднесignимые и малосignимые. Среди высокосignимых черт преобладают такие доминанты личности, как «смелый» (64,2 %), «инновационный» (61,4 %), «свободный» (51,9 %). Среднесignимые доминанты – «умный» (35,4 %), «коммуникабельный» (29,5 %), «самостоятельный» (23,5 %). Малосignимые черты – «неутомимый» (16,3 %); «сомневающийся» (6,5 %). Базовый набор и сочетание черт креативности сложились в сознании студентов, о чем свидетельствует довольно четкая градация качеств. Можно описать образ креативного человека в терминах «свободный, смелый новатор». Важно отметить, что в ассоциативном ряду представлений о креативности

преобладают позитивные коннотации. Вместе с тем у креативности нет морального измерения. Например, качество «порядочность» упоминали лишь 3,4 % респондентов, а «леность» – 2,5 %. Таким образом, креативность в сознании студентов – черта важная и полезная, но вместе с тем морально нейтральная.

Мотивация к творческой активности

Анализируя срез о мотивации студентов к творческой деятельности, мы приходим к выводу, что ключевым драйвером для них выступает личная страсть и интерес к творчеству (Табл. 1). Независимо от направления обучения студентов, средний балл по этому фактору превышает 4,3, что указывает на его исключительную значимость.

Тем не менее, другие мотивы, такие как поддержка окружающих, финансовое вознаграждение и возможность вносить изменения, также играют важную роль, хоть и менее выраженную. В целом, полученные результаты демонстрируют комплексный характер мотивации студентов к творческой самореализации, сочетающий внутренние побуждения и внешние стимулы. В свою очередь, такие мотивы, как «конкуренция и вызов» или «возможность решать сложные задачи», хоть и важны, но не являются определяющими в побуждении

Таблица 1

Мотивы творческой деятельности

Table 1

Motives of creative activity

Что лично вас побуждает к творчеству? (1 – совершенно не побуждает, 5 – побуждает в значительной степени), средние баллы	Профиль обучения		Среднее значение	Коэффициенты
	Социо-гуманитарный	STEM		
Возможность внести изменения и улучшения в окружающую действительность	3,44	3,33	3,36	Коэффициент Эта (зависимая кол. в строках) [0..1]: 0,041, Вероятность ошибки (значимость): 0,240
Конкуренция и вызов	2,97	2,98	2,97	Коэффициент Эта (зависимая кол. в строках) [0..1]: 0,006, Вероятность ошибки (значимость): 0,880
Личная страсть и интерес к творческой деятельности	4,35	4,33	4,32	Коэффициент Эта (зависимая кол. в строках) [0..1]: 0,021, Вероятность ошибки (значимость): 0,550
Финансовое вознаграждение	3,54	3,30	3,39	Коэффициент Эта (зависимая кол. в строках) [0..1]: 0,086, Вероятность ошибки (значимость): 0,015
Поддержка и признание со стороны окружающих	3,67	3,35	3,46	Коэффициент Эта (зависимая кол. в строках) [0..1]: 0,121, Вероятность ошибки (значимость): 0,001
Возможность решать сложные задачи	3,47	3,48	3,48	Коэффициент Эта (зависимая кол. в строках) [0..1]: 0,003, Вероятность ошибки (значимость): 0,940

студентов к творчеству, так как их средние оценки ниже 3,5 баллов.

Отметим некоторые различия в средних баллах между студентами социально-гуманитарных и технических специальностей. Например, финансовое вознаграждение и признание значат больше для гуманитариев, в то время как для STEM-студентов эти факторы менее существенны. Это говорит о важности учета специфики различных академических направлений при изучении мотивации к творчеству.

Вовлеченность студентов в инновационные практики

Инновационные установки выражены в готовности к реальной практике участия в той или иной активности. Данные нашего опроса показывают достаточно высокий уровень вовлеченности значительной части респондентов в различные виды креативной деятельности, связанные с обучением, профессиональным развитием и научно-исследовательской работой (Табл. 2). Наиболее распространенными видами творческой активности среди респондентов за последний год оказались участие в разработке творческих проектов (37,6 %); освоение новых технологий и обобщения (33,5 %); выступления с докладами

на научных конференциях и семинарах (29,4 %); прохождение курсов повышения квалификации, тренингов (29,2 %); участие в проведении научных исследований (28,7 %). Фактически именно эти виды деятельности подразумевают креативные формы творческой активности обучающихся. Высокий уровень вовлеченности в указанные виды деятельности косвенно указывает на широкие возможности инновационной инфраструктуры, предоставляемые университетами. В среднем каждый респондент отметил 2,44 вида креативной активности, в которых он принял участие. Это достаточно высокий показатель, свидетельствующий о многогранности творческой вовлеченности студентов.

Относительно высокая доля респондентов (22,2 %) оказалась не охваченной никакими формами творческой деятельности. Вероятно, эта группа испытывает недостаток мотивации к саморазвитию, творчеству и приобретению нового опыта. Эти обучающиеся в большей степени могут быть ориентированы на получение диплома, а не на активное участие в разных видах креативной работы. Их личностной особенностью является склонность к консервативному, конформистскому поведению, избеганию рисков и неопределенности, связанных с творческой деятельностью.

Таблица 2

Вовлеченность в креативные практики

Table 2

Involvement in creative practices

Рейтинг	Отметьте из перечисленных видов деятельности те, которыми вы занимались за последний год (можно выбрать любое количество ответов)	% ответивших
1	Участвовал в разработке творческого проекта	37,6
2	Осваивал новую технологию, новое оборудование	33,5
3	Выступал с докладами на научных конференциях или семинарах	29,4
4	Проходил курсы повышения квалификации, тренинги и др.	29,2
5	Участвовал в проведении научного исследования	28,7
6	Ничем из перечисленного	22,2
7	Создавал программные продукты	18,8
8	Участвовал в конкурсах на получение грантов, стипендий	16,8
9	Создавал или усовершенствовал устройства, технические средства для личного потребления (для себя, семьи, друзей)	15,9
10	Разрабатывал бизнес-план и предлагал его к рассмотрению в банке, инвесторам и т. д.	9,6
11	Регистрировал свои патенты на изобретения	1,8
	Сумма ответов:	243,4
	Итого ответивших:	99,9

Также не исключается, что вероятным препятствием для креативной деятельности могут быть организационные и средовые условия. Следует допустить, что для части студентов доступ к различным творческим возможностям (курсы, проекты, конференции) затруднен из-за организационных или финансовых ограничений в вузе или регионе. Это может их демотивировать.

В целом, полученные нами данные указывают на то, что университет в достаточной мере создает возможности для научной, творческой и общественной деятельности студентов (Табл. 3). Наиболее высокие средние оценки получили возможности для занятия наукой и вовлечение в исследовательскую деятельность (средняя оценка – 4,32), а также возможности для творческих занятий (средняя оценка – 4,01).

Более 80 % студентов оценили эти возможности на 4 или 5 баллов, что говорит о хорошо развитой инфраструктуре и поддержке этих направлений в университете. Возможности для получения дополнительных знаний и саморазвития также были оценены достаточно высоко (средняя оценка – 3,99). Около 70 % студентов дали этому аспекту оценки «4» или «5». Несколько ниже оценивались возможности для общения по интересам и поиска единомышленников (средняя оценка – 3,91). Хотя 68,5 % студентов дали высокие оценки, есть определенный запрос на развитие таких площадок в вузе. Самые низкие оценки получили возможности для развития управленческих навыков и общественной активности студентов (средняя оценка – 3,71). Только 61 % опрошенных оценили этот аспект на 4 или 5 баллов. Это может свидетельствовать о недостаточном внимании вуза к формированию

у студентов навыков самоуправления и участия в принятии решений.

Типологизация инновационности студентов

Нам удалось выявить некоторые типы инновационности современных студентов посредством кластеризации признаков, составляющих значимые структурные элементы инновационных установок студенчества – мотивации к творчеству и вовлеченности в инновационные практики. Переменная «мотивация к творчеству» отражает укорененность ценностных инновационных установок, а именно – их содержательную направленность, внутренний мотив. Переменная «инновационная активность» отражает реальную вовлеченность в ту или иную сферу инновационной творческой деятельности.

Силуэтная мера связности и разделения кластеров составляет 0,15, что указывает на умеренную структуру кластеров. Средние расстояния между центрами кластеров равны 3,09, что свидетельствует о существенной дифференциации между ними, об их удаленности друг от друга в многомерном пространстве характеристик. Анализ конечных центров кластеров демонстрирует явные различия в характеристиках студентов, относящихся к разным кластерам. Наибольший кластер 3 (253 наблюдения) характеризует группу студентов, которые более активно участвовали в разработке творческих проектов, прохождении курсов повышения квалификации, создании программных продуктов и освоении новых технологий. Наименьший кластер 2 (166 наблюдений) представляет студентов, почти не участвовавших ни в каких инновационных активностях.

Таблица 3

Оценки возможностей реализации инновационного потенциала в университетской среде

Table 3

Assessment of the possibilities of realizing the innovative potential in the university environment

Валидные	Насколько университет, в котором вы учитесь, создает возможности для студентов?	Среднее значение
1	Для занятия наукой, вовлечения в исследования (участие в исследовательских проектах, грантах)	4,32
2	Для творческих занятий (наличие творческих мастерских, кружков, студий)	4,01
3	Для получения дополнительных знаний и саморазвития (доступность дополнительных курсов, тренингов, интересных мастер-классов)	3,99
4	Для общения по интересам, поиска единомышленников (площадки для неформального общения, обмена идеями, дискуссий на разные темы)	3,91
5	Для развития управленческих навыков и общественной активности (дни самоуправления в университете, участие в обсуждении и принятии решений, касающихся жизни студентов)	3,71

Проведенная кластеризация позволила выделить четыре основные группы респондентов.

Кластер 1. Активные инноваторы (27,2 %). Этот кластер отличается наиболее высокими показателями по таким параметрам, как участие в разработке творческих проектов, проведении научных исследований, докладах на конференциях, освоении новых технологий. Респонденты этого кластера демонстрируют ярко выраженную инновационную активность.

Кластер 2. Пассивные наблюдатели (19,8 %). Данный кластер характеризуется практически полным отсутствием вовлеченности студентов в инновационную деятельность. Практически по всем показателям эта группа имеет минимальные значения, что позволяет охарактеризовать их как пассивных сторонних наблюдателей.

Кластер 3. Технологические энтузиасты (30,3 %). Студенты этого кластера отличаются особенно высокими показателями в создании программных продуктов, освоении новых технологий, участии в разработке технических средств. Их можно охарактеризовать как технологически ориентированных энтузиастов.

Кластер 4. Развивающиеся новаторы (22,7 %). Этот кластер занимает промежуточное положение между двумя предыдущими группами. Студенты проявляют некоторую инновационную активность, но ее уровень ниже, чем у «активных инноваторов». Их можно обозначить как развивающихся новаторов, находящихся в процессе формирования инновационных компетенций.

Важно сравнить, что именно побуждает к творчеству представителей разных кластеров. Для «активных инноваторов» и «технологических энтузиастов» большую роль играют личный интерес, финансовая мотивация и стремление к признанию, в то время как для

«пассивных наблюдателей» эти факторы практически не значимы.

Распределение типов инновационности студентов различается в зависимости от города, в котором они проживают в настоящее время. Наибольшая доля «активных инноваторов» наблюдается среди студентов из Екатеринбурга (37,0 %), за ними следуют Волгоград (28,5 %) и Тюмень (25,8 %). Меньше всего «активных инноваторов» в Москве (21,2 %) и Санкт-Петербурге (20,6 %). Это говорит не только о схожести параметров региональных столиц, но и об их различиях в сравнении со столицами. Это может быть связано с особенностями региональной среды, а также образовательных и инновационных экосистем в каждом городе. «Пассивные наблюдатели» составляют наибольшую долю среди волгоградских студентов (28,5 %), тогда как в Санкт-Петербурге их только 7,8 %. В свою очередь, в Санкт-Петербурге больше всего «технологических энтузиастов» (48,0 %), в Москве их 43,1 %, а меньше всего в Екатеринбурге (19,6 %). Практически равномерно в разрезе места проживания представлены «развивающиеся новаторы» с незначительными колебаниями от 21,2 % (Москва) до 26,1 % (Екатеринбург).

Как показывают результаты нашего исследования (Табл. 4), имеется выраженная взаимосвязь между типом инновационной активности и занятостью респондента. Среди студентов, которые заняты только учебой, наибольшую долю составляют «пассивные наблюдатели» (26,6 %) и «технологические энтузиасты» (25,6 %). Доля «развивающихся новаторов» относительно равномерна в обеих группах (23,2 % среди занятых только учебой и 21,6 % среди совмещающих учебу и работу). Это говорит о том, что данный профиль инновационности в меньшей степени зависит от основной занятости студентов.

Таблица 4

Взаимосвязь занятости обучающихся и профиля их инновационной активности

Table 4

The relationship between the employment of students and the profile of their innovative activity

Профили инновационности студентов	Основная занятость		
	Учусь	Учусь и работаю	По массиву
Активные инноваторы	25,6	29,9	27,3
Пассивные наблюдатели	26,6	9,5	19,9
Технологические энтузиасты	24,6	39,0	30,3
Развивающиеся новаторы	23,2	21,6	22,6
ИТОГО:	100,0	100,0	100,0

* Коэффициент V Крамера [0..1]: 0,231, Вероятность ошибки (значимость): 0,000

Среди респондентов, совмещающих учебу с работой, преобладают «технологические энтузиасты» (39,0 %), далее следуют «активные инноваторы» (29,9 %), «развивающихся новаторов» еще меньше, (21,6 %), а «пассивных наблюдателей» – абсолютное меньшинство (9,5 %). Самое существенное расхождение наблюдается в доле «пассивных наблюдателей» – 26,6 % среди занятых только учебой и всего 9,5 % среди совмещающих учебу и работу. Это подчеркивает, что трудовая занятость студентов в значительной мере снижает их склонность к пассивному восприятию инноваций.

Таким образом, мы видим, что студенты, совмещающие учебу и работу, в значительно большей степени относятся к типам «активный инноватор» и «технологический энтузиаст», в то время как среди учащихся значительно больше доля «пассивных наблюдателей».

Это может объясняться тем, что работающие студенты в большей степени вовлечены в исследовательскую и изобретательскую деятельность, в то время как учащиеся больше направлены на творчество и самореализацию, но при этом часть из них еще не проявила достаточной активности. Данный факт также свидетельствует о том, что наибольший эффект в формировании инновационных установок студентов возникает при совмещении учебной и профессиональной деятельности. Соответственно, интеграция сред – университетской и общественно-производственной – дает максимальную пользу для проявления инновационного потенциала обучающихся.

Заключение

Университетская среда, интегрирующая образовательные, исследовательские, предпринимательские и инфраструктурные компоненты, формирует у студентов комплекс знаний, навыков и установок, необходимых для инновационной деятельности. Данное обстоятельство делает университеты ключевым звеном в системе развития инновационного потенциала молодежи. Наличие современной инфраструктуры и доступ к передовым технологиям позволяют студентам приобретать практические навыки инновационной деятельности. Программы обучения, ориентированные на развитие креативности, критического мышления и предпринимательских компетенций, формируют у студентов инновационную культуру.

Проведенное эмпирическое исследование позволило изучить специфику образа креативности и ценностных ориентаций современного студенчества, а также проследить закономерности

воздействия университетской среды на формирование их инновационных установок. Выявленные доминирующие черты креативности в восприятии студентов (смелость, инновационность, свобода) во многом соответствуют распространенному романтическому образу творческой личности. Этот образ может быть до некоторой степени идеализированным и упрощенным, не отражающим всей сложности и многогранности креативности.

Ценностный мир современных студентов демонстрирует преобладание индивидуалистических и гедонистических установок над коллективистскими и традиционными ценностями. Ключевые ценности – получение ярких впечатлений, самореализация, комфортные условия жизни, профессиональное развитие. Сформированность у студентов индивидуалистических ценностей может выступать двойственным фактором, способствуя развитию творческих навыков, но препятствуя формированию трудовых качеств. Различия в ориентации на семейные ценности в зависимости от города проживания указывают на влияние социокультурной среды на ценностные установки молодежи.

Проведенная кластеризация позволила выделить четыре основных типа инновационности студентов: «активные инноваторы», «пассивные наблюдатели», «технологические энтузиасты», «развивающиеся новаторы». Установлены специфические мотиваторы инновационной деятельности для разных типов студентов: личный интерес, финансовая мотивация и стремление к признанию характерны для «активных инноваторов» и «технологических энтузиастов», в то время как для «пассивных наблюдателей» они практически не значимы.

Анализ характеристик каждого кластера помогает определить, какие группы студентов нуждаются в более целенаправленном развитии инновационных компетенций и активности: в первую очередь это касается «пассивных наблюдателей» и «развивающихся новаторов». Знание специфики разных инновационных типов студентов делает возможным применение дифференцированного подхода и разработки адресных программ, ресурсов и инструментов поддержки для каждой из выделенных групп студентов-инноваторов.

Кроме того, на основе ключевых характеристик и мотиваторов различных типов инновационности можно более эффективно проектировать образовательные программы, инфраструктуру и культуру университетов, способствующие развитию инновационного потенциала молодежи.

Как показывает проведенное нами эмпирическое исследование, студенты отзывчивы

к созданной инновационной инфраструктуре и выражают заинтересованность в ее функционировании. При этом наибольший эффект формирования инновационных установок студентов проявляется при кооперации университетов с другими стейкхолдерами – бизнесом, властью, общественными организациями. В коллаборации со структурами внешней среды университет предоставляет обучающимся максимально возможный выбор для самореализации и раскрытия творческих способностей. Данное обстоятельство подтверждается тем, что студенты, совмещающие учебу с профессиональной деятельностью, показывают заметно более высокий уровень мотивации к творческой активности и сформированность инновационных установок.

Более глубокое понимание связей между инновационными ценностными установками и социальной средой университета может быть выявлено в ходе междисциплинарных исследований, изучающих социо-психологические и физиологические аспекты.

Список литературы

1. Тимирязова А. В. Устойчивое развитие университета – условие процветания региона и страны // Высшее образование в России. 2020. Т. 29, № 5. С. 105–116. DOI: 10.31992/0869-3617-2020-29-5-105-116.
2. Палей Т. Ф., Бенрашу Н. Инновационный потенциал вузов: особенности и проблемы его формирования // Human Progress. 2023. Т. 9. Вып. 4. С. 22–32. DOI: 10.34709/IM.194.22.
3. Сошенко И. И. Университеты в условиях изменений: запрос на социальные инновации // Высшее образование в России. 2020. Т. 29, № 10. С. 161–167. DOI: 10.31992/0869-3617-2020-29-10-161-167.
4. Гаспарович Е. О. Цифровизация образования как способ повышения качества профессиональной подготовки студента // Понятийный аппарат педагогики и образования: коллективная монография. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2023. С. 196–207.
5. Skivko M. O. Challenges for Modern Higher Education in the Context of Social, Digital, Technological, and Sustainable Trends // Социология науки и технологий. 2021. № 2. С. 130–142.
6. Guerrero M., Urbano D. Fostering Student Innovation and Entrepreneurship through University Ecosystems // Lyons T. S., Audretsch D. A., Stough E. The Routledge Companion to Global Entrepreneurship. 2020. Vol. 39, nr 5. P. 119–131. DOI: 10.1108/JMD-10-2019-0439
7. de Jager T. Impact of ePortfolios on Science Student-Teachers' Reflective Metacognitive Learning and the Development of Higher-Order Thinking Skills // Journal of University Teaching & Learning Practice. 2019. Vol. 16, nr 3. P. 1–19. DOI: 10.53761/1.16.3.3
8. Ожиганова Д. А. Интеграция науки, профессионального образования и производства: образовательный акселератор // ИНСАЙТ. 2023. № 4 (16). С. 51–60. DOI: 10.17853/2686-8970-2023-4-51-60
9. Найденова Т. А., Новокишова Е. Н. Предпринимательские экосистемы в исследовательском поле // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. 2022. № 3. С. 79–90. DOI: 10.18101/2304-4446-2022-3-79-90
10. Шайдуллина Р. М., Герасимов Л. С. Формирование предпринимательской культуры студентов технических специальностей через проектно-творческую деятельность // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. 2017. № 2 (20). С. 141–147.
11. Foss L., Gibson D. V. The Entrepreneurial University: Context and Institutional Change. London: Routledge, 2017. 282 p.
12. Fotinatos N. The Role of an Academic Development Unit in Supporting Institutional VET Learning and Teaching Change Management // Journal of University Teaching & Learning Practice. 2016. Vol. 13, nr 4. DOI: 10.53761/1.13.4.3
13. Гузь Н. А. Цифровая трансформация высшего образования: глобальные тренды и антитренды // Мир науки, культуры и образования. 2022. № 3 (94). С. 99–104. DOI: 10.24412/1991-5497-2022-394-99-104
14. Капелюшников Р. И. Отдача от образования в России: ниже некуда? // Вопросы экономики. 2021. № 8. С. 37–68. DOI: 10.32609/0042-8736-2021-8-37-68
15. Вебер М. Общественные науки и политика. М.: Наука, 2001. 320 с.
16. Karwowski M., Kaufman S. B. The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, and Motivation on Creative Potential // Kaufman J. C., Baer J. The Cambridge Handbook of Creativity. London, 2017. P. 517–542.
17. Hagen E. E. How Economic Growth Begins: A Theory of Social Change // Journal of Social Issues. 1963. Vol. 19, nr 1. P. 20–34.
18. Inkeles A. A Model of the Modern Man: Theoretical and Methodological Issues // Black C. E. Comparative Modernization. New York: Free Press, 1976. P. 320–348.
19. Ушенков Е. Е. Установки современной молодежи на инновационную деятельность: по материалам социологических исследований // Дискурс. 2021. № 7 (3). С. 80–88. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-3-80-88
20. Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.
21. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 344 с.
22. Бандура А. Теория социального научения. СПб.: Евразия, 2000. 320 с.
23. Rafiki A., Nasution M. D. T. P., Rossanty Y., Sari P. B. Organizational Learning, Entrepreneurial Orientation and Personal Values towards SMEs' Growth in Indonesia // Journal of Science and Technology Policy Management. 2023. Vol. 14, nr 1. P. 181–212. DOI: 10.1108/JSTPM-03-2020-0059
24. Kirby D. A. Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice // The Journal of Technology Transfer. 2006. Vol. 31, nr 5. P. 599–603.
25. Горелов Н. А. Предприниматель – ключевая фигура в творческом наследии И. Шумпетера // Российское предпринимательство. 2012. Т. 13, № 9. С. 29–34.
26. Doanh D. C., Bernat T., Hieu N. T., Ngoc N. B., Linh N. T. P. Academic Entrepreneurship: an Empirical

Research of Invention Commercialisation // Central European Business Review. 2021. Vol. 10, nr 4. P. 33–62. DOI: 10.18267/j.cebr.265

27. Смирнова Н. В. Инновационная активность российских вузов: проблемы и возможности // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2020. № 2. С. 109–120. DOI: 10.24411/2073-6487-2020-10019

References

1. Timiryasova A. V. Ustoichivoe razvitie universiteta – uslovie protsvetaniya regiona i strany [Sustainable Development of the University as a condition for the Prosperity of the Region and the Country]. *Vyshee obrazovanie v Rossii*, 2020, vol. 29, nr 5, pp. 105–116. doi 10.31992/0869-3617-2020-29-5-105-116 (In Russ.).
2. Palei T. F., Benrashu N. Innovatsionnyi potentsial vuzov: osobennosti i problemy ego formirovaniya [Innovative Potential of Universities: Features and Problems of Its Formation]. *Human Progress*, 2023, vol. 9, nr 4, pp. 22–32. doi 10.34709/IM.194.22 (In Russ.).
3. Soshenko I. I. Universitety v usloviyakh izmenenii: zapros na sotsial'nye innovatsii [Universities in the Face of Change: a Request for Social Innovation]. *Vyshee obrazovanie v Rossii*, 2020, vol. 29, nr 10, pp. 161–167. doi 10.31992/0869-3617-2020-29-10-161-167 (In Russ.).
4. Gasparovich E. O. Tsifrovizatsiya obrazovaniya kak sposob povysheniya kachestva professional'noi podgotovki studenta [Digitalization of education as a way to improve the quality of a student's professional training]. In: Ponyatiinyi apparat pedagogiki i obrazovaniya: kollektivnaya monografiya [Conceptual Apparatus of Pedagogy and Education: a collective monograph], Blagoveshchensk, Izdatel'stvo BGPU, 2023, pp. 196–207. (In Russ.).
5. Skivko M. O. Challenges for Modern Higher Education in the Context of Social, Digital, Technological, and Sustainable Trends. *Sotsiologiya nauki i tekhnologii*, 2021, nr 2, pp. 130–142. (In Eng.).
6. Guerrero M., Urbano D. Fostering Student Innovation and Entrepreneurship Through University Ecosystems. In: Lyons T. S., Audretsch D. A., Stough E. The Routledge Companion to Global Entrepreneurship, 2020, vol. 39, nr 5, pp. 119–131. doi 10.1108/JMD-10-2019-0439 (In Eng.).
7. de Jager T. Impact of ePortfolios on Science Student-Teachers' Reflective Metacognitive Learning and the Development of Higher-Order Thinking Skills. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 2019, vol. 16, nr 3, pp. 1–19. doi 10.53761/1.16.3.3 (In Eng.).
8. Ozhiganova D. A. Integratsiya nauki, professional'nogo obrazovaniya i proizvodstva: obrazovatel'nyi akselerator [Integration of Science, Vocational Education and Production: an Educational Accelerator]. *INSAIT*, 2023, nr 4 (16), pp. 51–60. doi 10.17853/2686-8970-2023-4-51-60 (In Russ.).
9. Naidenova T. A., Novokshonova E. N. Predprinimate l'skie ekosistemy v issledovatel'skom pole [Entrepreneurial Ecosystems in the Research Field]. *Vestnik BGU. Ekonomika i menedzhment*, 2022, nr 3, pp. 79–90. doi 10.18101/2304-4446-2022-3-79-90 (In Russ.).
10. Shaidullina R. M., Gerasimov L. S. Formirovanie predprinimatel'skoi kul'tury studentov tekhnicheskikh spetsial'nostei cherez proektno-tvorcheskuyu deyatel'nost' [Formation of Entrepreneurial Culture of Students of Technical Specialties Through Design and Creative Activities]. *Vestnik UGNTU. Nauka, obrazovanie, ekonomika*, 2017, nr 2 (20), pp. 141–147. (In Russ.).
11. Foss L., Gibson D. V. The Entrepreneurial University: Context and Institutional Change. London, Routledge, 2017, 282 p. (In Eng.).
12. Fotinatos N. The Role of an Academic Development Unit in Supporting Institutional VET Learning and Teaching Change Management. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 2016, vol. 13, nr 4. doi 10.53761/1.13.4.3 (In Eng.).
13. Guz' N. A. Tsifrovaya transformatsiya vysshego obrazovaniya: global'nye trendy i antitrendy [Digital Transformation of Higher Education: Global Trends and Anti-Trends]. *Mir nauki, kul'tury i obrazovaniya*, 2022, nr 3 (94), pp. 99–104. doi 10.24412/1991-5497-2022-394-99-104 (In Russ.).
14. Kapelyushnikov R. I. Otdacha ot obrazovaniya v Rossii: nizhe nekuda? [The Impact of Education in Russia: Nowhere Lower?]. *Voprosy ekonomiki*, 2021, nr 8, pp. 37–68. doi 10.32609/0042-8736-2021-8-37-68 (In Russ.).
15. Veber M. Obshchestvennye nauki i politika [Social Sciences and Politics]. Moscow, Nauka, 2001, 320 p. (In Russ.).
16. Karwowski M., Kaufman S. B. The Creative Self: Effect of Beliefs, Self-Efficacy, and Motivation on Creative Potential. In: Kaufman J. C., Baer J. The Cambridge Handbook of Creativity, London, 2017, pp. 517–542. (In Eng.).
17. Hagen E. E. How Economic Growth Begins: A Theory of Social Change. *Journal of Social Issues*, 1963, vol. 19, nr 1, pp. 20–34. (In Eng.).
18. Inkeles A. A Model of the Modern Man: Theoretical and Methodological Issues. In: Black C. E. Comparative Modernization, New York, Free Press, 1976, pp. 320–348. (In Eng.).
19. Ushenkov E. E. Ustanovki sovremennoj molodezhi na innovatsionnyuyu deyatel'nost': po materialam sociologicheskikh issledovaniy [Attitudes of Modern Youth to the Innovative Activities: Based on the Materials of Sociological Research]. *Diskurs*, 2021, nr 7 (3), pp. 80–88. doi 10.32603/2412-8562-2021-7-3-80-88 (In Russ.).
20. Parsons T. Sistema sovremennykh obshchestv [System of Modern Societies], Moscow, Aspekt Press, 1998, 270 p. (In Russ.).
21. Erikson E. Identichnost': yunost' i krizis [Identity: Youth and Crisis], Moscow, Progress, 1996, 344 p. (In Russ.).
22. Bandura A. Teoriya sotsial'nogo naucheniya [The Theory of Social Learning], Saint-Petersburg, Evraziya, 2000, 320 p. (In Russ.).
23. Rafiki A., Nasution M. D. T. P., Rossanty Y., Sari P. B. Organizational Learning, Entrepreneurial Orientation and Personal Values towards SMEs' Growth in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2023, vol. 14, nr 1, pp. 181–212. doi 10.1108/JSTPM-03-2020-0059 (In Eng.).
24. Kirby D. A. Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice. *The Journal of Technology Transfer*, 2006, vol. 31, nr 5, pp. 599–603. (In Eng.).
25. Gorelov N. A. Predprinimatel' – klyuchevaya figura v tvorcheskom nasledii I. Shumpetera [The Entrepreneur as a Key Figure in the Creative Legacy of J. Schumpeter]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo*, 2012, vol. 13, nr 9, pp. 29–34. (In Russ.).

26. Doanh D. C., Bernat T., Hieu N. T., Ngoc N. B., Linh N. T. P. Academic Entrepreneurship: an Empirical Research of Invention Commercialisation. *Central European Business Review*, 2021, vol. 10, nr 4, pp. 33–62. doi 10.18267/j.cebr.265 (In Eng.).

27. Smirnova N. V. Innovatsionnaya aktivnost' rossiiskikh vuzov: problemy i vozmozhnosti [Innovative Activity of Russian Universities: Problems and Opportunities]. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk*, 2020, nr 2, pp. 109–120. doi 10.24411/2073-6487-2020-10019 (In Russ.).

Информация об авторах / Information about the authors

Дидковская Яна Викторовна – доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; diyana@yandex.ru.

Трынов Дмитрий Валерьевич – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Yana V. Didkovskaya – Dr. hab (Sociology), Professor of the Department of Sociology and Technology of Public and Municipal Administration, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin; diyana@yandex.ru.

Dmitry V. Trynov – PhD (Sociology), Associate Professor of the Department of Sociology and Technologies of Public and Municipal Administration, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin.

