

# ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ

УДК 658.014.1

JEL L24, O32, O35

DOI 10.26425/1816-4277-2021-5-153-161

**Герасимов Кирилл Борисович**  
д-р экон. наук, ФГАОУ ВО «Самарский  
национальный исследовательский уни-  
верситет имени академика С. П. Коро-  
лёва», г. Самара, Российская Федерация  
**ORCID:** 0000-0001-6342-3076  
**e-mail:** 270580@bk.ru

## ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Аннотация.** В современной литературе широко рассматривается процесс технологических инноваций и результаты деятельности организаций, ориентированных на рынок. Тем не менее, исследования процесса технологических инноваций и результатов социально-технологических предприятий, которые формируются для создания социальной ценности с помощью использования технологий, отсутствуют. В работе представлена концептуальная модель того, как инвестиции социально-технологических предприятий в технологические инновации, реализованные в процессе внедрения инноваций, влияют на их рыночную и социальную стратегическую ориентацию. Эти инвестиции в инновации рассматриваются на четырех уровнях анализа: учредители, инновации, организация и внешняя среда. Представленная модель и предложения продвигают и обогащают современные литературные источники относительно факторов, влияющих на баланс стратегической ориентации социально-технологических предприятий между социальной и рыночной ориентацией.

**Ключевые слова:** инновации, социально-технологическое предприятия, стратегическая ориентация, учредитель, организация, внешняя среда, предпринимательство

**Для цитирования:** Герасимов К.Б. Инвестиции в инновации социально-технологических предприятий // Вестник университета. 2021. № 5. С. 153–161.

**Kirill B. Gerasimov**

Dr. Sci. (Econ.), Samara National  
Research University, Samara, Russia

**ORCID:** 0000-0001-6342-3076

**e-mail:** 270580@bk.ru

## INVESTMENTS IN INNOVATIONS OF SOCIAL AND TECHNOLOGICAL ENTERPRISES

**Abstract.** The modern literature extensively considers the process of technological innovations and the results of the activities of market-oriented organizations. However, there are no studies of the process of technological innovations and the results of socio-technological enterprises that are formed to create social value through the use of technologies. The paper presents a conceptual model of how the investments of socio-technological enterprises in technological innovations implemented in the process of innovation implementation affect their market and social strategic orientation. The author considers these investments in innovations at four levels of analysis: founders, innovations, organization, and the external environment. The presented model and proposals promote and enrich the current literary sources regarding the factors that affect the balance of the strategic orientation of socio-technological enterprises between the social and market orientation.

**Keywords:** innovations, social and technological enterprises, strategic orientation, founder, organization, external environment, entrepreneurship

**For citation:** Gerasimov K.B. (2021) Investments in innovations of social and technological enterprises. *Vestnik universiteta*, no. 5, pp. 153–161. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-5-153-161

## Введение

В существующей литературе по технологическим инновациям широко обсуждаются инновационные процессы и результаты деятельности коммерческих фирм, ориентированных на рынок [1; 8]. Основная часть этих исследований проводилась в контексте крупных, устоявшихся и ориентированных на прибыль фирм. Технологические инновации – сложный процесс, который продолжает оставаться актуальной темой

© Герасимов К.Б., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Gerasimov K.B., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



исследований сегодня. Инновационный процесс предпринимательских предприятий, особенно социально-технологических предприятий, гораздо менее понятен.

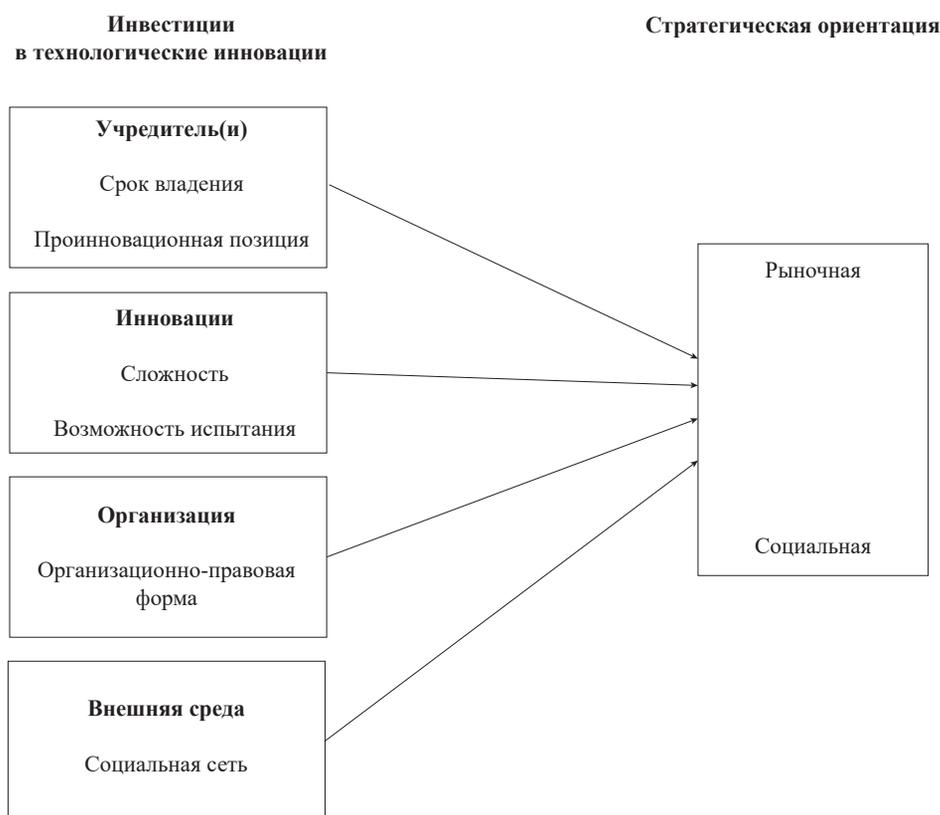
Социально-технологические предприятия созданы для социальной ценности путем использования технологии в качестве ключевой части их ценностного предложения. Исследование социально-технологических предприятий является особенно важной темой исследования, учитывая, что все большее число технологических предприятий, основанных сегодня во всем мире, стремятся предложить социальную выгоду и охватить как коммерческий, так и некоммерческий мир.

Социально-технологические предприятия часто борются с балансом между созданием социальной выгоды и поддержанием деловой активности. Это особенно актуальная проблема в процессе развития технологических инноваций в рамках этих предприятий, когда часто требуются и используются дополнительные ресурсы. В то время как социально-технологические фирмы могут иметь различную юридическую структуру (коммерческие, некоммерческие или гибридные) после образования, эти предприятия часто борются за управление социальной и рыночной стратегической ориентацией внутри компании.

Таким образом, исследовательский вопрос для данной статьи состоит в том, при каких условиях в процессе развития технологических инноваций социально-технологических предприятий корректируется баланс социальной и рыночной стратегической ориентации.

Учитывая, что большинство предпринимательских структур внедряют, а не генерируют инновации, подход внедрения инноваций лучше всего подходит для понимания этой динамики [9]. Дальнейшие инвестиции могут повлиять на баланс социально-технологического венчурного рынка и социальной стратегической ориентации. Этот баланс следует рассматривать в терминах континуума, а не дихотомии, где понимание влияющих факторов может повлиять на предпочтение одной ориентации перед другой.

Далее рассмотрим исследовательскую литературу и развитие предложений в направлении концептуальной модели влияния учредителя, инноваций, организации и внешней среды на стратегическую ориентацию социально-технологического предприятия (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Влияние инвестиций в технологические инновации на баланс стратегической ориентации социально-технологических предприятий

## Обсуждение

Технологические инновации – сложная тема, опирающаяся на различные дисциплины, такие как социология, экономика, технологический менеджмент, стратегический менеджмент и различные научные дисциплины. Технологические инновации также можно рассматривать с нескольких уровней анализа, таких как индивидуальные и групповые (инновации, организация, промышленность, местные сообщества и общество).

Организации должны разрабатывать эффективные стратегии и методы управления для распределения ресурсов, адаптации к изменениям окружающей среды, создания эффективных структур и определения соответствующих результатов деятельности для эффективного распространения своих технологических инноваций и получения наибольшего эффекта. В результате инновационная перспектива была признана ценной перспективой в понимании процесса, способствующего конкурентоспособности и прибыльности фирмы, а также механизмов социальных изменений, охватывающих государственный, частный и некоммерческий секторы.

## Социально-технологическое предпринимательство

Социальные инновации являются дискуссионным термином. Он может быть либо инструментальным и затрагивать только симптомы социальных проблем, либо трансформирующим и затрагивать реальные источники неразрешимых проблем. Однако общее мнение состоит в том, что социальные инновации – это новые решения и идеи, которые решают социальные проблемы новыми и более справедливыми способами, чем существующие решения, и согласно которым созданная ценность достается в первую очередь обществу, а не частным лицам.

В данной статье утверждается, что технологические инновации играют важную роль в решении трудноразрешимых социальных проблем и, следовательно, социально-технологические инновации как феномен, заслуживающий научного исследования. В статье социально-технологические инновации определяются, как новые решения, которые включают разработку или внедрение технологических инноваций для решения социальных и/или экологических проблем с целью создания выгоды для более широкого круга лиц, а не только для учредителей или инвесторов.

Связанное с социально-технологическими инновациями социально-технологическое предпринимательство – недавно возникшая область исследований и практики, объединяющая воедино социальное и технологическое предпринимательство. Социально-технологические предприятия – это предпринимательские фирмы, созданные для создания социальной ценности путем использования технологических инноваций.

В Специальном докладе Global Entrepreneurship Monitor о социальном предпринимательстве за 2019 г. говорится, что социальное предпринимательство – это растущее глобальное явление, где вдохновение для развития предпринимательства исходит из желания сделать мир лучше. Однако само по себе социальное предпринимательство имеет ограниченное влияние, поскольку разработанные решения часто не масштабируются для достижения финансовой устойчивости и часто требуют постоянной государственной или иной внешней поддержки [12].

И наоборот, технологические предприятия все чаще демонстрируют масштабируемость и экономическую устойчивость, опираясь на хорошо развитые исследования в области управления технологическими инновациями в качестве базы знаний для практики. Социальная ценность традиционно рассматривалась как побочный продукт или вторичная добавленная выгода ориентированной на рынок деятельности технологических предприятий.

Связь социального предпринимательства с технологическим предпринимательством позволяет получить новые идеи для создания масштабируемых и экономически эффективных предприятий, генерирующих социальную ценность. Однако прошлые исследования показывают, что прямой перевод знаний о технологическом предпринимательстве в социально-технологические предприятия неоднозначен и, таким образом, является ценной областью исследований [15].

## Стратегическая ориентация

Для любого предприятия ключевым организационным соображением, принимаемым на раннем этапе его существования и имеющим долгосрочные последствия, является стратегическая ориентация. В то время как литература по технологическим инновациям была сосредоточена преимущественно на рыночных

предприятиях, а литература по социальным инновациям на социально-ориентированных предприятиях, социально-технологическое предприятие может изначально иметь рыночную или социальную стратегическую ориентацию или сочетание того и другого.

С точки зрения развития технологических инноваций в литературе выделяются два основных типа организационных ориентаций: рыночная и технологическая [3]. Хотя изначально внутри фирмы может существовать технологическая ориентация, в которой инновации стимулируются научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами, эволюция к рыночной ориентации инноваций необходима для коммерциализации или эксплуатации.

Перед социально-технологическими фирмами часто стоит задача найти баланс между рыночной и социальной ориентацией. Этот баланс часто называют, в широком смысле, смешанной рыночной/социальной ориентацией. Т. М. Welbourne, Н. Neck, G. Dale Meyer классифицировали гибридные фирмы с этой смешанной ориентацией на два типа:

- фирма с социальными целями, которая выбирает коммерческую структуру, хотя и имеет более социальную миссию;
- фирма с более экономической миссией, направленной на социальное воздействие [16].

Исследования показывают, что фирмы, которые следуют четко сформулированной и недвусмысленной стратегической ориентации, имеют большую вовлеченность сотрудников, сбор знаний и обмен ими, а также инновации [4]. Таким образом, лучшее понимание и управление этой смешанной рыночной и социальной ориентацией имеет важное значение для развития и успеха социально-технологических предприятий.

### **Инвестиции в технологические инновации**

Инновационный процесс в организации включает в себя генерацию и/или принятие новых идей или моделей поведения. Одно из самых ранних решений, которое принимает учредитель социально-технологического предприятия для решения выявленной потребности или проблемы, заключается в том, чтобы создать новую инновацию, принять существующую инновацию и/или улучшить принятую инновацию.

Увеличение инвестиций в создание инноваций не всегда приносит инновационные результаты, поэтому новые предприятия рассматривают эти инвестиции с точки зрения опциона на покупку и откладывают запуск и/или коммерциализацию венчурных проектов, если успех не считается вероятным. Внедрение инноваций для постепенной корректировки и/или распространения на новые рынки, такие как развивающиеся общества, позволяет предпринимательским предприятиям быть прибыльными без материальных и временных затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Таким образом, при рассмотрении технологических инвестиций в предпринимательские венчурные предприятия принятие инновационной перспективы актуально для социально-технологических предприятий.

Исследования выявили множество факторов, влияющих на принятие инноваций на разных уровнях анализа: учредитель, инновация, организация и внешняя среда. Основное внимание в работе уделяется факторам принятия инноваций, которые не являются статичными, а скорее предполагают дальнейшие инвестиции ресурсов в технологические инновации и/или венчурное предприятие во время процесса принятия инноваций после принятия решения.

### **Уровень анализа учредителя**

Хотя на уровне учредителя существует множество факторов, которые могут повлиять на принятие инноваций, включая возраст, срок владения, образование, пол, отношение к инновациям, активную предпринимательскую личность и политическую ориентацию, что срок владения и проинновационное отношение учредителя оказывают влияние на дальнейшие инвестиции в инновации, которые впоследствии могут повлиять на стратегическую ориентацию предприятия.

В литературе по внедрению инноваций срок владения рассматривается с точки зрения времени/опыта учредителя или сотрудника в данной фирме. Несмотря на то, что некоторые исследователи утверждали, что срок пребывания в должности может оказать негативное влияние на принятие инноваций, был обнаружен эффект перевернутой U-образной формы, утверждающий, что старшие менеджеры, которые были социализированы в условиях постоянной рутины, имеют большую психологическую приверженность к этой среде

и более устойчивы к изменению своего образа действий, в то время как новые менеджеры более открыты для инноваций и новых способов ведения дел [11].

Таким образом, предприятие, у которого есть учредители или менеджеры со стажем работы, предвзято относящиеся к социальной или рыночной ориентации, будет осуществлять аналогичное планирование и деятельность, которые будут влиять на стратегическую ориентацию. Таким образом, можно утверждать, что:

- социально-технологические предприятия с более высоким уровнем опыта учредителем/менеджером в рыночных секторах будут положительно связаны с большей ориентацией венчурного рынка;
- социально-технологические предприятия с более высоким уровнем опыта учредителем/менеджером в социально-ориентированных секторах будут положительно связаны с большей социальной ориентацией венчурного бизнеса.

Отношение и личность учредителя (-ей) могут влиять на принятие инноваций и действия в отношении технологических инноваций. Лидеры поддерживают внедрение инноваций путем создания благоприятного климата, включая укрепление доверия и поддержку членов организации. Предприниматель с активной личностью стремится предпринимать действия в ответ на окружающую среду, такие как поиск деловых возможностей, проявление инициативы, принятие мер и настойчивость.

A. Marcati и соавторы утверждают, что личность предпринимателя, влияющая на принятие инноваций, может быть разграничена на общую инновационность или степень открытости к новизне и специфическую инновационность или склонность быть ранним приверженцем инноваций [14]. В исследовании инициативных личностей предпринимателей, которые впоследствии используют стратегию изыскателя, были обнаружены большие инвестиции в целевые инновационные процессы для новых или улучшенных продуктов и методов производства.

Точно так же было обнаружено, что проинновационное отношение менеджеров оказывает положительное влияние на принятие инноваций, особенно при наличии централизованной власти принятия решений. Проинновационный подход отражает характерную для менеджеров по инновациям способность участвовать во многих связанных с инновациями видах деятельности, включая постоянное распределение ресурсов как для приобретения, так и для внедрения инноваций.

## **Инновационный уровень анализа**

При рассмотрении инновационного уровня анализа, факторы, влияющие на принятие инновации, включают стоимость инновации, совместимость, наблюдаемость, возможность проверки, сложность, относительное преимущество, неопределенность и влияние [5; 7; 10]. Особую актуальность в связи с изменением стратегической ориентации социально-технологических предприятий имеет сложность инноваций и их апробируемость.

Сложность инновационной деятельности отражает степень, в которой инновация многогранна, нова или оригинальна и, следовательно, трудна для понимания и использования. Сложность носит субъективный характер и часто зависит от контекста и восприятия участвующих субъектов. Когда фирма обладает необходимыми внутренними знаниями, способность интерпретировать и усваивать новые знания возрастает, а сложность снижается [6].

Эти знания могут включать в себя технологические знания, важные для внедрения технологий, а также управленческие способности, включая управление внешней информацией. Если внутренних знаний недостаточно, необходимо искать внешние знания, чтобы получать и быть в курсе необходимых технологических знаний. Потребность в новых внешних знаниях возрастает с появлением более радикальных инноваций, которые часто являются более сложными.

Исследования показывают, что большая степень сложности инноваций будет отрицательно связана с принятием инноваций [11]. Однако после принятия предприятие осознает, что оно обладает достаточными внутренними знаниями и/или внешними связями, необходимыми для успешного внедрения технологических инноваций.

Тестируемость (возможность испытания) отражает степень, в которой инновация должна быть проверена в ограниченном масштабе до полного внедрения фирмой. Это тестирование особенно важно в случае раннего внедрения из-за большей финансовой, технической и/или социальной неопределенности в сочетании с меньшим объемом информации от предыдущих последователей относительно эффективности инноваций.

Для социально-технологических предприятий ключевым решением является сосредоточение внимания на клиентах и/или бенефициарах для их испытаний и последующего предложения продукта или услуги.

Клиенты – это покупатели продукции организации, будь то в качестве конечного пользователя или в рамках бизнес-транзакции, где продукт используется для дальнейших результатов.

Если предприятие выбирает для своих испытаний преимущественно бенефициаров, это способствует сильной социальной ориентации. Если предприятие фокусируется преимущественно на клиентах для своих испытаний, это будет способствовать более сильной ориентации на рынок. Когда клиенты и бенефициары являются одними и теми же субъектами, невозможно сосредоточиться ни на клиентах, ни на бенефициарах. Таким образом, можно утверждать, что:

- более тесные испытания инновации с бенефициарами будут положительно связаны с социальной ориентацией;
- более тесные испытания инноваций с клиентами будут положительно связаны с ориентацией на рынок.

### **Организационный уровень анализа**

На организационном уровне анализа исследования показывают, что факторы, влияющие на принятие инноваций, включают структуру, размер и стратегическую позицию или инновационность. Особое значение для увеличения инвестиций в процессе внедрения инноваций имеет организационная структура, в частности организационно-правовая форма социально-технических предприятий.

Ключевое структурное решение, которое впоследствии влияет на бизнес-деятельность и модели финансирования, заключается в том, следует ли создавать социально-технологическое предприятие как коммерческую, некоммерческую или гибридную форму. Фундаментальными различиями между этими структурами являются правовые последствия, финансирование, целевая аудитория и организационная культура.

Коммерческая структура может брать на себя долговые обязательства, привлекать инвесторов в обмен на собственный капитал, фокусироваться на акционерной стоимости, получать налогооблагаемую прибыль, распределять прибыль инвесторам, ориентироваться на клиентов и иметь конкурентную рыночную культуру. Напротив, некоммерческая организация использует модель финансирования, которая ищет деньги у филантропов, фондов, грантовых агентств и корпораций в обмен на социальную отдачу от полученных денег, преимущественно освобождается от налогов, ориентирована на социальных бенефициаров и имеет культуру создания социальной ценности.

Гибридная форма стремится смешать коммерческие и некоммерческие модели различными способами, что позволяет привлекать из всех источников финансовый капитал, использовать ключевые компетенции, продавать клиентам и получать прибыль, а также получать гранты и обеспечивать нуждающихся бенефициаров [2].

Выбор коммерческой или некоммерческой организационно-правовой формы будет в дальнейшем влиять на стратегическую ориентацию предприятия путем приведения деятельности, ресурсов и финансирования в соответствие с выбранной организационно-правовой формой, которая постоянно подкрепляется венчурными фондами. Таким образом, можно утверждать, что:

- предприятие, выбирающее коммерческую юридическую структуру, будет положительно связано с рыночной ориентацией;
- предприятие, выбирающее некоммерческую юридическую структуру, будет положительно связано с социальной ориентацией.

### **Уровень анализа внешней среды**

Помимо предприятия, учет внешней среды также может влиять на инвестиции в инновации и стратегическую ориентацию. Исследования показывают, что факторы внешней среды, которые могут влиять на принятие инноваций, включают конкурентную среду, внешние эффекты и взаимосвязь социальных сетей [13]. Однако при рассмотрении дальнейших инноваций в инвестиции социально-технологических предприятий в процессе принятия решений, которые могут повлиять на стратегическую ориентацию, можно считать, что взаимосвязь социальных сетей остается актуальной для дальнейшего рассмотрения.

Степень взаимосвязанности предприятия в рамках социальной сети была описана с точки зрения частоты и богатства взаимодействий, которые могут обеспечить более широкое и быстрое внедрение инноваций [13]. С точки зрения социального капитала, прочные связи развиваются из частых и длительных взаимодействий и, как сетевое преимущество, обеспечивают более широкий обмен информацией.

Через свои взаимосвязанные социальные сети социально-технологические предприятия узнают не только о потенциальных инновациях, которые они могут внедрить, но и о применении этих инноваций. Социальное и рыночное использование инноваций в сети может повлиять на применение, принятое социально-технологическими предприятиями. Если предприятие узнает о технологии через свою социальную сеть, которая используется для достижения социального блага, то после ее принятия оно будет склонено к использованию этой же технологии также и для социального блага.

## Заключение

В данной работе представлена концептуальная модель, объясняющая взаимосвязь между инвестициями в технологические инновации, сделанными в процессе внедрения инноваций, и их влиянием на социальную и рыночную стратегическую ориентацию предприятия. Для социально-технических предприятий дихотомия рыночной или социальной ориентации не точно отражает их ориентацию, а скорее должна рассматриваться как континуум, отражающий регулируемый баланс между рыночной и социальной ориентацией.

Через призму принятия технологических инноваций определены уровни анализа: учредитель, инновации, организация и факторы внешней среды, которые могут повлиять на стратегическую ориентацию социально-технологического предприятия. Что касается уровня учредителя, обосновано, что как учредители, так и менеджеры предприятия могут оказывать значительное влияние на развитие предприятия.

Модель и предложения, представленные в данной работе, продвигают обогащают современные литературные источники относительно факторов, влияющих на баланс стратегической ориентации социально-технологических предприятий между социальной и рыночной ориентацией. Кроме того, представленная модель также предлагает специалистам по развитию бизнеса, специалистам по экономическому развитию, предпринимателям и преподавателям, как наилучшим образом максимизировать влияние социально-технологических инноваций на экономические и социальные инновации.

## Библиографический список

1. Аверина, Т. А. и др. Технологическое предпринимательство. Движение вперед – рост и развитие: учебник / под общ. ред. С. А. Баркалова, С. А. Колодяжного. – Старый Оскол: Тонкие наукоемкие технологии, 2020. – 380 с.
2. Дементьев, В. Е., Евсюков, С. Г., Устюжанина, Е. В. Гибридные формы организации бизнеса: к вопросу об анализе межфирменных взаимодействий // Российский журнал менеджмента. – 2017. – Т. 15, № 1. – С. 89–122. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu18.2017.105>
3. Демур, Н. А. Технологическое предпринимательство: учебное пособие. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, 2018. – 173 с.
4. Беляева, Т. В., Широкова, Г. В. Концепция стратегических ориентаций фирмы // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 10. – С. 71–76.
5. Иванова, А. Ю. Влияние финансовых технологических инноваций на развитие финансового рынка // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 1 (69). – С. 119–122.
6. Мокеева, Т. В. Научно-технологические инновации как фактор формирования интегрированных структур в системе технологических укладов // Финансовая экономика. – 2018. – № 6. – С. 1581–1587.
7. Обьедкова, Л. П. Технологическое предпринимательство // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 6 (107). – С. 655–657.
8. Чутчева, Ю. В. Технично-технологические инновации в аграрном производстве // Экономика сельского хозяйства России. – 2019. – № 3. – С. 36–39. <https://doi.org/10.32651/193-36>
9. Шестаков, Р. Б. Управление экономической активностью институтов предпринимательства на границе технологических укладов // Интеграл. – 2014. – № 5-6. – С. 70–71.
10. Щетинина, Е. Д. Теория и практика стратегической ориентации промышленных предприятий: монография. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, 2006. – 165 с.
11. Damanpour, F., Schneider, M. Phases of the adoption of innovations in organizations: Effects of environment, organization, and top managers // British Journal of Management. – 2006. – V. 17, No. 3. – Pp. 215–236. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00498.x>

12. Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., Tarnawa, A. *Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report*. – London: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443> (дата обращения 30.03.2021).
13. Frambach, R. T., Schillewaert, N. Organizational innovation adoption: A multi-level framework of determinants and opportunities for future research // *Journal of Business Research*. – 2002. – V. 55, No. 2. – Pp. 163–176. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00152-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00152-1)
14. Marcati, A., Prete, M. I., Mileti, A., Cortese, M., Zodiatis, G., Karaolia, A., Gauci, A., Drago, A. Analysis of the development and diffusion of technological innovations in oil spill forecasting: The MEDESS-4MS case // *Deep Sea Research Part II: Topical Studies in Oceanography*. – 2016. – V. 133. – Pp. 186–195. <https://doi.org/10.1016/j.dsr2.2016.05.025>
15. Scillitoe, J. L., Poonamallee, L., Joy, S. Balancing market versus social strategic orientations in socio-tech ventures as part of the technology innovation adoption process – Examples from the global healthcare sector // *Journal of Social Entrepreneurship*. – 2018. – V. 9, No. 3. – Pp. 257–287. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498378>
16. Welbourne, T. M., Neck, H., Dale Meyer, G. The entrepreneurial growth ceiling: Using people and innovation to mitigate risk and break through the growth ceiling in initial public offerings // *Management Decision*. – 2012. – V. 50, No. 5. – Pp. 778–796. <https://doi.org/10.1108/00251741211227474>

### References

1. Averina T. A., Barkalov S. A., Bautina E. V. et al. *Technological entrepreneurship. Moving forward – growth and development: textbook*, under general editorship by S. A. Barkalov, S. A. Kolodyazhnyi, Stary Oskol, Tonkie naukoemkie tekhnologii, 2020, 380 p. (In Russian).
2. Dement'ev V. E., Evsyukov S. G., Ustyuzhanina E. V. Hybrid forms of business organization: on the analysis of interfirm interactions, *Russian Management Journal*, 2017, vol. 15, no. 1, pp. 89–122. (In Russian).
3. Demura N. A. *Technological entrepreneurship: textbook*, Belgorod, Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov, 2018, 173 p. (In Russian).
4. Belyaeva T., Shirokova G. The concept of strategic orientations of the firm, *International Journal of Management Theory and Practice*, 2015, no. 10, pp. 71–76. (In Russian).
5. Ivanova A. Yu. The influence of financial technological innovations on the development of the financial market, *Problems of Modern Economics*, 2019, no. 1 (69), pp. 119–122. (In Russian).
6. Mokeeva T. V. Scientific and technological innovations as a factor in the formation of integrated structures in the system of technological structures, *Financial Economy*, 2018, no. 6, pp. 1581–1587. (In Russian).
7. Ob'edkova L. P. Technological entrepreneurship, *Journal of Economy and entrepreneurship*, 2019, no. 6 (107), pp. 655–657. (In Russian).
8. Chutcheva Yu. V. Technical and technological innovations in agricultural production, *Ekonomika sel'skogo khozyaistva Rossii*, 2019, no. 3, pp. 36–39. (In Russian).
9. Shestakov R. B. Management of economic activity of entrepreneurship institutions on the border of technological structures, *Integral*, 2014, no. 5-6, pp. 70–71. (In Russian).
10. Shchetinina E. D. *Theory and practice of strategic orientation of industrial enterprises: monograph*, Belgorod, Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov, 2006, 165 p. (In Russian).
11. Damanpour F., Schneider M. Phases of the adoption of innovations in organizations: Effects of environment, organization, and top managers, *British Journal of Management*, 2006, vol. 17, no. 3, pp. 555–590. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00498.x>
12. Bosma N., Hill S., Ionescu-Somers A., Kelley D., Levie J., Tarnawa A. *Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report*, London, Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, 2020. Available at: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443> (accessed 30.03.2021).
13. Frambach R. T., Schillewaert N. Organizational innovation adoption: A multi-level framework of determinants and opportunities for future research, *Journal of Business Research*, 2002, vol. 55, no. 2, pp. 163–176. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00152-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00152-1)
14. Marcati A., Prete M. I., Mileti A., Cortese M., Zodiatis G., Karaolia A., Gauci A., Drago A. Analysis of the development and diffusion of technological innovations in oil spill forecasting: The MEDESS-4MS case, *Deep-Sea Research Part II: Topical Studies in Oceanography*, 2016, vol. 133, pp. 186–195. <https://doi.org/10.1016/j.dsr2.2016.05.025>

15. Scillitoe J. L., Poonamallee L., Joy S. Balancing market versus social strategic orientations in socio-tech ventures as part of the technology innovation adoption process – Examples from the global healthcare sector, *Journal of Social Entrepreneurship*, 2018, vol. 9, no. 3, pp. 257–287. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498378>
16. Welbourne T. M., Neck H., Meyer G. D. The entrepreneurial growth ceiling: Using people and innovation to mitigate risk and break through the growth ceiling in initial public offerings, *Management Decision*, 2012, vol. 50, no. 5, pp. 778–796. <https://doi.org/10.1108/00251741211227474>