

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2019, №6, Том 7 / 2019, No 6, Vol 7 <https://mir-nauki.com/issue-6-2019.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/122PSMN619.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Подойницина М.А., Грибенников С.С. Особенности развития инновационного потенциала молодых людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность // Мир науки. Педагогика и психология, 2019 №6, <https://mir-nauki.com/PDF/122PSMN619.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Podoinitsina M.A., Gribennikov S.S. (2019). Features of development of innovative potential of young people involved in entrepreneurial activity. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 6(7). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/122PSMN619.pdf> (in Russian)

Исследование выполнено при поддержке проекта РФФИ № 18-313-00222

УДК 159.9 07

ГРНТИ 15.21.45

Подойницина Мария Анатольевна

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет», Томск, Россия
Старший преподаватель
Кандидат психологических наук
E-mail: podojnicina@gmail.com

Грибенников Святослав Сергеевич

Томск, Россия
Бизнес-тренер, психолог, индивидуальный предприниматель
E-mail: Grislav1@mail.ru

Особенности развития инновационного потенциала молодых людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность

Аннотация. В данной статье авторы поднимают напряжённую, вызывающую интерес в научном сообществе, проблему изучения инновационного потенциала людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность. Данная тема была сформулирована исходя из запросов современного общества, в т. ч. администрации г. Томска (Центр поддержки малого и среднего бизнеса). Подобные исследования являются актуальными и перспективными для развития Томской области и развития конкурентных преимуществ региона.

Авторы приводят результаты экзистенциально-феноменологического исследования, в котором была предпринята попытка понять проблему изучения инновационного потенциала предпринимателей через анализ опыта предпринимательства с помощью методики оценки инновационного потенциала личности посредством интерпретации автобиографических интервью О.В. Лукьянова. В качестве данных выступали смыслы, эксплицирующие структуры самоидентичности, т. е. как индивид придает значение опыту становления самим собой, интерпретируя интенции и смыслы его ответов на изменения. Было высказано предположение, что инновационный потенциал личности не может быть адекватно оценен лишь в количественном отношении, поскольку он не исчерпывается атрибутивными характеристиками, а составлен модальными характеристиками. Оценка инновационного потенциала требует понимания уникальности, индивидуальности, системы саморегуляции

личности, то есть экспликации качеств экзистенции, но в меньшей степени и учета «власти ситуации», динамики социального контекста.

Опираясь на полученные данные, была реализована программа формирования предпринимательских компетенций «Предпринимательство и Лидерство». Программа взаимодействия НИ ТГУ с субъектами общего образования Томской области и г. Томска. Она включает в себя организацию деловой игры для старшеклассников, которая была направлена на формирование навыков создания предпринимательского проекта.

Ключевые слова: инновационный потенциал; инновационная деятельность; предпринимательская деятельность; опыт; старшеклассники; самоидентичность; интервью

В современном обществе большое напряжение и, одновременно интерес, вызывает вопрос об инновациях и инновационном потенциале людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность. Исследователи сходятся во мнении, что предпринимательство является стержнем любой социально-экономической системы. Люди, вовлеченные в такого рода деятельность, способны к успешной адаптации в условиях постоянных преобразований, обладают готовностью реализовывать свои возможности «здесь и теперь». При этом, сами исследования предпринимательства в отечественной психологии немногочисленны. Изучение потенциала предпринимателей, помогающего им работать и реализовываться в данной профессии в условиях изменяющегося общества, способствует развитию представлений о психологической природе предпринимательства в России и пониманию оснований предпринимательской деятельности.

Данная тема была сформулирована исходя из запросов современного общества, в т. ч. администрации г. Томска (Центр поддержки малого и среднего бизнеса). Подобные исследования являются актуальными и перспективными для развития Томской области и развития конкурентных преимуществ региона.

Традиционно предпринимательская активность рассматривается в контексте либо социально-психологических исследований, либо сквозь призму психологии личности. Первый подход к пониманию предпринимательской и инновационной активности рассматривает их с точки зрения социального обусловливания данных процессов и понимания и выявления их эффективности (Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б., Позняков В.П., Филинкова Е.Б. и др.) Другой подход, обращается к изучению предпринимательской активности через анализ личностных предпосылок и диспозиций, ресурсов и компетенций, обуславливающих склонность к включению в предпринимательскую деятельность, а также определяющих успешности в ней через обращение к категориям личностного и инновационного потенциала. В нашей отечественной науке данная тема представлена исследованиями Д.А. Леонтьева, Е.И. Рассказовой, В.В. Мацута, С.А. Богомаза, Ю.А. Ерлыковой. Исследования инновационного потенциала личности наиболее интересными и методологически-актуальными представляются в русле системной антропологической психологии (В.Е. Клочко, Э.В. Галажинский). Данный подход позволяет рассматривать инновационную и предпринимательскую деятельность, как формы инициативного и сверхадаптивного поведения человека, а саму личность в качестве открытой саморазвивающейся системы.

Инновационная деятельность является неотъемлемой, сущностной частью всего процесса предпринимательства, а сами предприниматели обладают способностью принимать, создавать, использовать нововведения. Через инновационную деятельность субъекта предпринимательства, через реализацию нововведений в технике и технологиях, способах их создания и использования осуществляется технический прогресс. Он придает предпринимательству инновационный тип воспроизводства. Это позволяет в рамках

предпринимательской структуры обеспечить воспроизводство наиболее рациональным способом, эффективно использовать ресурсы. Овладение передовыми технологиями является ключевым моментом в достижении конкурентных преимуществ. Поэтому субъект предпринимательства заинтересован в развитии инновационного процесса [1; 2].

Феномен предпринимателя как субъекта особого вида деятельности сводится к тому, что он является постоянным «возмутителем» общественного производства. Он не позволяет производству «топтаться» на месте, «застаиваться». От него исходят импульсы, двигающие производство по линии поступательного движения. Задача предпринимателей – реформировать и революционировать производство путем внедрения изобретений, а в более общем смысле – через использование новых технологических возможностей для производства новых или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции – вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности [3; 4].

В условиях инновационного развития общества перед нами открывается широкий круг проблем, затрагивающий практически все сферы жизнедеятельности человека. В связи с такой сложившейся ситуацией, возникает необходимость глубокого изучения такого инновационного общества. Мы видим потребность пересмотреть современного человека, так как традиционные подходы не в силах объяснить процессы, происходящие в обществе. Человек, живущий в условиях преобразований и занимающийся инновационной деятельностью, представляет собой сложную самоорганизующуюся систему, обладающую способностью к саморегуляции, самопониманию, самореализации, самоосознанию. Общество, мир в целом усложняется – усложняются и люди, в нем живущие. Такой слой в обществе могут представить люди, вовлеченные в предпринимательскую деятельность. Такие люди в современном обществе требуют глубокого и детального изучения [5].

В проведенном нами исследовании была предпринята попытка понять проблему изучения инновационного потенциала предпринимателей на другом уровне. В исследовании приняли участие 52 человека в возрасте от 20 до 55 лет, лидеры проектных групп «Лица инноватора» Общесибирского предпринимательского конкурса бизнес-проектов «БИТ Сибирь» и предприниматели с различным по параметрам продолжительности опытом ведения бизнеса. Нами был проведен экзистенциально-феноменологический анализ опыта предпринимательства. Была использована методика оценки инновационного потенциала личности посредством интерпретации автобиографических интервью О.В. Лукьянова. Методика может применяться для отдельных случаев или для исследования групп респондентов. В качестве материалов используются тексты интервью автобиографического содержания, собранные специалистами, знакомыми с процессом феноменологической интерпретации [6].

В качестве данных выступают смыслы, эксплицирующие структуры самоидентичности, то есть структуры опыта согласования индивидуумом модусов бытия в качестве «Я Сам Себя считаю, чувствую, оцениваю и т. п.». Методика может применяться как самостоятельная или в сочетании с другими методиками, в частности в сочетании с интерпретацией данных, полученных другими способами [7].

Медиатором к смыслам опыта самоидентичности являются тексты полуструктурированных интервью автобиографического содержания, ориентированных на экспликацию опыта обеспечения устойчивости «Самого Себя» не в процессе роста, достижения целей или реализации определенных мотивов, а в процессах развития, в контекстах опыта управления изменениями «Своей» жизни. В текстах выделяется и интерпретируется содержимое сознания и структура экзистенции (того как человек субъективно интерпретирует

свою жизненную ситуацию). Смыслы и интенции ответов о переживании «Самого Себя», то, как сам человек интерпретирует свой опыт в контексте развития [7; 8].

Полный цикл проведения исследования по данной методике включает:

1. Предварительную подготовку, подразумевающую постановку задачи, описание феноменального поля, ознакомление с демографическими и социальными аспектами изучаемой аудитории.
2. Коррекцию процедуры получения данных в соответствии с реальными обстоятельствами исследования.
3. Сбор данных, их первичную систематизацию и обработку.
4. Коррекцию процедуры интерпретации данных.
5. Интерпретацию данных.
6. Интерпретацию результатов.
7. Написание отчета.

Методика получения данных:

I. Отбор респондентов. Интервью проводится с теми респондентами, которых уже можно идентифицировать в искомой социальной роли, но еще нельзя идентифицировать в искомом социальном статусе.

II. Проведение полуструктурированного автобиографического интервью. Интервью следует строить на открытых вопросах в русле получения данных для феноменологического анализа. Формулировки вопросов могут быть в нужной мере изменены, стабильными должны быть базовые темы. Рекомендуются следующие основные темы:

1. Создание атмосферы / критериальные вопросы.
2. Получение текста.
 - 2.1. Вопросы на прояснение эмоционально-волевой структуры самоидентичности.
 - 2.2. Вопросы на прояснение этико-индивидуальной структуры экзистенции.
 - 2.3. Вопросы на прояснение хронологической структуры экзистенции.
 - 2.4. Вопросы на прояснение рационально-культурной структуры экзистенции.
 - 2.5. Вопросы на прояснение творческо-эротической структуры экзистенции.
 - 2.6. Вопросы на прояснение метафизической структуры экзистенции.

III. Анализ и интерпретация полученных данных.

Интересующее пространство опыта – это пространство, ограниченное самоидентичностью, то есть пространство опыта в границах Я и Я Сам («Я себя чувствую», «Я себя понимаю», «Я себя вижу» и т. д., но не «Я хочу», «Я нуждаюсь», «Я могу» и пр.). Для диагностики инновационного потенциала мы исследуем то, как индивид придает значение опыту становления самим собой, интерпретируя интенции и смыслы его ответов на изменения. Мы предполагаем, что инновационный потенциал личности не может быть адекватно оценен лишь в количественном отношении, поскольку он не исчерпывается атрибутивными характеристиками, а составлен модальными характеристиками. Инновационный потенциал является характеристикой Бытия индивидуума. Оценка инновационного потенциала требует понимания уникальности, индивидуальности, системы саморегуляции личности, то есть

экспликации качеств экзистенции, но в меньшей степени и учета «власти ситуации», динамики социального контекста. Поэтому мы интерпретируем не структуру личности, а структуру и содержание экзистенции индивида, тенденции и интенциональность его ответов на вопросы о самоосознании, то, как он придает значение практике согласования «Себя» и «Себя Самого» в конкретном контексте развития [7; 8].

Процедура интерпретации автобиографий сводится к обнаружению в структуре экзистенции диагностируемого особой тенденции: тенденции к трансвременному восприятию экзистенциальных границ и модусов своего бытия. Личность, обладающая инновационным потенциалом, характеризуется тем, что четко идентифицируя себя в определенном времени, помещает себя во время большего порядка. Не допускает в автобиографировании дегенеративных тенденций. Модели, которыми человек выражает свою самоидентичность ингерентны реальности изменений [7; 8].

В нашем исследовании анализ и интерпретация автобиографических интервью позволили увидеть следующее.

I. Идентификация респондентов с предпринимательством не зависит от стажа, роли, объективных достижений. Респонденты идентифицируют себя с предпринимательством, несмотря на то, что некоторые не имеют объективных оснований называть себя предпринимателями, не настаивают на социальной идентификации и сами для себя не причисляют себя непосредственно к предпринимателям, не имеют реальных достижений в предпринимательской деятельности, а лишь проектируют ее. При этом все обследованные отождествляют себя с реальностью предпринимательской деятельности. Иными словами, идентификация респондентов с предпринимательством происходит не в атрибутивном, а в модальном аспекте жизни. Они сами настроены так себя идентифицировать.

Выдержки из интервью:

“- Можешь ли ты в полной мере назвать себя предпринимателем?”

- Не думаю... (*задумчивое молчание*) Не уверен. С одной стороны, я вижу, что у меня хоть что-то да получается, я вижу результаты своей работы, я вижу конечный продукт всего того, что я делаю и делаю неплохо. Но при этом мне сложно называть себя так громко, “предприниматель”. Это кто-то более опытный, кто имеет за плечами большой массив опыта, кто смог построить не просто свой бизнес, а целую сеть. Я пока не такой, но очень хочется. Я хочу и могу, и буду направлять свою деятельность к этой цели, но пока еще в процессе.”

II. Идентификация респондентов с предпринимательской деятельностью является идентификацией со своей собственной деятельностью. Партнерство не играет решающей роли. Предпринимательская деятельность для респондентов – это деятельность для одного, в отсутствие желания вести бизнес с партнером (на равных условиях). Респонденты показывают отсутствие экономического, то есть партнерского модуса в своем представлении о собственном бизнесе.

Выдержки из интервью:

“- В своем деле ты один?”

- Да.

- Ты думал когда-нибудь о партнерстве?

- Если Вы имеете ввиду партнерство как источник сбыта своего продукта, то определенно да. Для этого я и работаю, я хочу зарабатывать, я хочу продавать свой продукт. Если же Вы имеете ввиду непосредственное ведение бизнеса совместно с кем-то, то нет. У меня в голове есть модель моего собственного дела, то есть то, что именно я хочу делать, как именно

я хочу работать, с кем конкретно я могу работать и т. п. И это все я пропускаю через себя, через свое видение мира. Кому-то со стороны (не важно, мама это, или друг, или брат) тяжело это понять, точнее сказать, лучше меня самого, этого никто не знает. Я не отказываюсь от поддержки со стороны (как моральной, так и материальной), я не “сухарь” (*легкий смех*), но по этой дороге я хотел бы быть единственным проводником.”

III. Идентификация со временем своей жизни у респондентов утрирована. Респонденты не готовы говорить о своем прошлом, при этом ответы на поставленные вопросы аргументированы, как им кажется, вполне объясняя их жизненную позицию. В текстах интервью отсутствует ориентация респондентов на прошлое, некоторые интервью свидетельствуют о отрицании прошлого и нежелании что-либо о нем говорить.

Выдержки из интервью:

“- Можешь ли ты определить самые важные моменты в своей деятельности?”

- Очень странный вопрос для меня лично.

- Что именно тебя смущает в этом вопросе?

- Смотрите, я могу назвать сейчас какие-то конкретные ситуации, важные для меня сейчас, но это же так нестабильно. Сами посудите, мы с Вами сейчас поговорим, потом разойдемся, а за 24 часа может случиться много чего. Вдруг встречу кого-то, вдруг миллион с неба упадет, вдруг контракт важный подпишу. И через сутки, общаясь с Вами снова, я дам абсолютно другую информацию (*улыбается*). Зачем делить свою жизнь, когда можно просто ею наслаждаться, заниматься любимым делом и избегать таких условностей. Мне лично это не нужно.”

IV. В идентификации респондентов доминирующую роль играет символ денег без наполненности смыслом. Проявляется явная ориентация на материальность (деньги). При этом респонденты не отрицают других благ, они отмечают эмоциональный комфорт, связанный со стабильностью в обществе; удовлетворение собственной жизнью, так как достигают поставленных ранее целей; ощущение власти, так как их продукт пользуется спросом и удовлетворяет желания потребителя.

Выдержки из интервью:

“- Что самое важное для Вас в бизнесе?”

- Деньги.

- И всё?

- Нет, конечно, но это была моя мотивация, почему я начал заниматься своим делом. Хочу, чтобы мой продукт был востребован, но опять-таки, для большей прибыли. Чем дольше ты находишься в бизнесе, тем желание материальных благ стабильней. Конечно, любимое дело не может не вызывать положительных эмоций, а особенно когда твой продукт нужен кому-то, это невероятное ощущение.”

Проведенное нами исследование показало, что предприниматель – это человек, который отождествляет себя с реальностью предпринимательской деятельности, несмотря на то, что иногда не имеет для этого ни объективных, ни субъективных оснований. Такие люди больше полагаются именно на себя, как на технический ресурс, на свои способности и возможности. Они видят свою жизнь как выстраивание индивидуальной траектории, которая приносит им успех, представляемый ими как самооценочность. При этом не отрицают работу в команде, но считают это как дополнительный ресурс для продвижения бизнеса. Результатом своей работы предприниматели на первое место ставят именно материальный достаток, это является одной

из главных мотиваций для занятия бизнесом. Личности с инновационным потенциалом не отчуждают себя от потребительской реальности денег. При этом четко идентифицируют себя в определенном времени, помещают себя в узкий аспект времени прогресса, воспринимаемого как время большего порядка. Это важный аспект мышления современных инноваторов. Модели, которыми такой человек выражает свою самоидентичность, ингерентны реальности изменений, а не реальности развития и бытия.

Человеческий ресурс является движущей силой инноваций. К настоящему моменту сформировался общественный, государственный и экономический заказ на выявление и отбор людей, способных к реализации инновационного поведения. Полученный опыт работы с предпринимателями и инновационно-активной молодежью, описанный выше, позволяет нам разработать специализированные мероприятия уже для старших школьников. Работа направлена на ориентацию старшеклассников на предпринимательскую деятельность. В основу легли феномены, раскрывающие предпринимательскую деятельность, как форму инновационной активности личности, которые были выделены с помощью интервью (отождествление себя с реальностью предпринимательской деятельности, личная ответственность за конечный продукт, умение работать в команде, видение перспективы своего дела, умение ставить долгосрочные и краткосрочные цели).

Нами была реализована программа формирования предпринимательских компетенций «Предпринимательство и Лидерство». Программа взаимодействия ТГУ (Томского государственного университета) с субъектами общего образования Томской области и г. Томска, цель которой – привлечение абитуриентов из школ в ТГУ по разным направлениям (в том числе предпринимательский профиль). Задачи: привлечение школьников с проектным мышлением, а также профессиональное самоопределение в предпринимательской деятельности как в профессиональной сфере.

Реализация программы у старших школьников имеет выраженное прикладное значение, позволит погрузить участников в проблематику предпринимательской деятельности, сформировать компетенции для создания предпринимательских проектов и актуализировать предпринимательскую активность у старших школьников Томской области. Молодые люди смогут совершить первые предпринимательские пробы, при этом получить материальное вознаграждение за свои действия. Помимо этого, программа направлена на развитие индивидуальных качеств личности, которые будут способствовать формированию инициативного поведения, проработке индивидуальной траектории построения бизнеса. Также будет проведена работа со школьниками с целью преодоления барьеров и страхов перед трудностями, с которыми могут столкнуться молодые люди на начальном этапе своей предпринимательской деятельности.

Программа включает в себя организацию деловой игры для старшеклассников. Она была организована и реализована в рамках Бизнес Форума для молодежи на территории Первомайского района Томской области. Участниками Форума выступили представители Первомайского, Зырянского, Тегульдетского, а также Асиновского района, всего более 150 молодых людей, 28 педагогов. Учащиеся школ и техникумов районов Томской области, 7–11 классы, в возрасте 14–18 лет, примерно поровну юношей и девушек, все характеризуются активной жизненной позицией, успешны в учебе и в неурочной деятельности, участвуют в волонтерских проектах, являются членами общественных организаций и творческих коллективов. Продолжительность такой игры 2 дня. Задачи, которые стояли перед участниками игры: заранее (это было домашнее задание) подготовить любой предмет для продажи в игре (поделка, материал для поделки и т. п.) и получить за продажу своего продукта наибольшее количество денег. В процессе игры за ребятами велось наблюдение, были введены экспертные карты, включающие в себя такие параметры, как включенность в процесс, ориентация на

результат, работа в команде, лидерство. Карты на всех участников заполняли педагоги в режиме свободного наблюдения работы. По результатам второго дня были подведены итоги, что позволило сформировать реестр из 20 лучших участников. Реестр был передан в органы местного самоуправления, в отделы по работе с молодежью.

Актуальность подобных исследований определяется не только научным запросом, но и конкретно социальным заказом со стороны регионов, а также социально-экономическими изменениями, которые в последние годы набирают обороты, повышая тем самым требования к современным специалистам. Особенно это касается предпринимателей, которые развивают собственный бизнес в условиях жесткой конкуренции, требующие человеческого ресурса, способного к реализации инициативного поведения. Сегодня все больше молодых людей вовлекаются в инновационную предпринимательскую деятельность, при этом первые пробы совершаются учащимися старшей школы. Зачастую, эти пробы так и остаются на уровне ошибочных действий и разочарований, а иногда молодые люди просто теряют интерес, так как не чувствуют поддержки извне, а внутренняя мотивация угасает. В таком раннем возрасте молодые люди нуждаются в специально-организованном сопровождении, направленное на формирование личностных характеристик, которые будут способствовать успешному достижению поставленных целей, реализации бизнес-проектов и доведению их до конечного продукта [9; 10].

ЛИТЕРАТУРА

1. Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями / А.Б. Титов – СПб: Питер, 2001. – 240 с.
2. Климова Е.К. Психологические критерии успешности предпринимательской деятельности: дис. ... канд. психол. наук / Е.К. Климова. – Калуга, 2004. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.diss.rsl.ru>.
3. Ключко В.Е., Галажинский Э.В. Инновационный потенциал личности: системно-антропологический контекст // Вестник Томского государственного университета – 2009. – № 325. – С. 146–151.
4. Ключко В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения. – Томск: Томский государственный университет, 2009. – 240 с.
5. Ключко В.Е., Галажинский Э.В. Исследования инновационного потенциала личности: концептуальные основания // Сибирский психологический журнал. – 2009. – № 33. – С. 6–13.
6. Лукьянов О.В., Шмырёва М.А. Высокий инновационный потенциал – форма деградации высокого личностного потенциала // Вестник Томского государственного университета – 2012. – № 359. – С. 157–159.
7. Лукьянов О.В. Проблема становления идентичности в эпоху социальных изменений – Томск: Издательство Том. ун-та, 2008. – 212 с.
8. Лукьянов О.В. Готовность быть. Введение в транстемпоральную психологию – М: Смысл, 2009. – 231 с.
9. Ключко В.Е., Краснорядцева О.М., Мацута В.В., Подойница М.А., Стариченко О.Н., Чучалова О.Н. Психодиагностические технологии выявления потенциала инновационности и одаренности молодежи. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2013. – 172 с.
10. Подойница М.А., Грибенников С.С. Психологическая устойчивость инновационного потенциала у школьников с разной готовностью к предпринимательской деятельности // Развитие человека в современном мире. – 2019. – № 2. – С. 58–67.

Podoyntsina Maria Anatolyevna

Tomsk state university, Tomsk, Russia
E-mail: podojnicina@gmail.com

Gribennikov Svyatoslav Sergeevich

Tomsk, Russia
E-mail: Gris Slav1@mail.ru

Features of development of innovative potential of young people involved in entrepreneurial activity

Abstract. In this article, the authors raise the issue of studying the innovative potential of people involved in entrepreneurial activity, which is of great interest in the scientific community. This topic was formulated based on the requests of modern society, including the administration of Tomsk (small and medium-sized business support Center). Such studies are relevant and promising for the development of the Tomsk region and the development of the region's competitive advantages.

The authors present the results of existential-phenomenological research, in which an attempt was made to understand the problem of studying the innovative capacity of entrepreneurs through the experience of entrepreneurship with the help of methods of estimation of innovative potential of personality by interpreting autobiographical interview O.V. Lukyanov. The data were meanings that explicate the structures of self-identity, i.e., how an individual attaches importance to the experience of becoming himself, interpreting the intentions and meanings of his responses to changes. It was suggested that the innovative potential of an individual can not be adequately evaluated only in quantitative terms, since it is not limited to attribute characteristics, but is composed of modal characteristics. Evaluating the innovative potential requires understanding the uniqueness, individuality, self-regulation system of the individual, that is, the explication of the qualities of existence, but to an equal extent and taking into account the "power of the situation", the dynamics of the social context.

Based on the obtained data, the program of formation of entrepreneurial competencies "Entrepreneurship and Leadership" was implemented. The program of interaction of TSU with subjects of General education of the Tomsk region and Tomsk. It includes organizing a business game for high school students, which was aimed at developing skills for creating an entrepreneurial project.

Keywords: innovative potential; innovative activity; entrepreneurial activity; experience; student; self-identity; interview