Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук»

# СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ
## теория и практика

*учебное пособие*

Вологда
2022

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ
«ВОЛОГОДСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК»

# СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

*учебное пособие*

Вологда
2022

УДК 338.012; 332.143
ББК 65.240
С58

Публикуется по решению
Ученого совета ВолНЦ РАН

С58 **Социальные инновации: теория и практика :** учебное пособие / Т. С. Соловьева, А. В. Попов, Г. В. Леонидова, К. А. Устинова ; под общ. ред. Г. В. Леонидовой. – Вологда : Вологодский научный центр РАН, 2022. – 109 с.

ISBN 978-5-93299-535-8

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований*

Настоящее учебное пособие ориентировано на комплексное рассмотрение вопросов, связанных с развитием социальных инноваций. В книге емко и доступно изложены теоретико-методологические аспекты изучения социальных инноваций в контексте развития территорий; общие проблемы теории и практики реализации социальных инноваций; особенности их развития в России и странах мира; специфика практической реализации проектов социальных инноваций на региональном уровне; проблемы межсекторального взаимодействия в сфере социальных инноваций и вовлечения населения к участию в подобных проектах.

Книга может быть рекомендована обучающимся бакалавриата, магистратуры, аспирантам экономических и социологических специальностей, научным работникам, преподавателям высших учебных заведений, слушателям курсов дополнительного образования, а также всем интересующимся вопросами разработки и реализации социальных и инновационных проектов.

Учебное пособие подготовлено по итогам реализации проекта № 18-010-00717 «Экосистемный подход к развитию социальных инноваций в современной России: теория и практика» при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ).

*Рецензенты*

**Григорьева Ирина Андреевна**
доктор социологических наук, профессор,
Санкт-Петербургский государственный университет,
кафедра теории и практики социальной работы,
Социологический институт – филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук,
ведущий научный сотрудник сектора социологии здоровья,
руководитель Центра социальных исследований старения

**Мехова Альбина Анатольевна**
кандидат философских наук, доцент,
Череповецкий государственный университет,
зав. кафедрой социологии и социальных технологий,
старший менеджер управления КСО и бренда АО «Северсталь-менеджмент»

ISBN 978-5-93299-535-8

© Соловьева Т.С., Попов А.В., Леонидова Г.В., Устинова К.А., 2022
© ФГБУН ВолНЦ РАН, 2022

# ОГЛАВЛЕНИЕ

**ВВЕДЕНИЕ** ..... 5

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ**

1.1. Понятие и сущность социальных инноваций ..... 7

1.2. Становление и развитие концепции социальных инноваций ..... 12

1.3. Эффекты социальных инноваций ..... 17

**ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ**

2.1. Общие вопросы разработки и реализации социальных инноваций ..... 26

2.2. Подходы к изучению социальных инноваций ..... 32

2.3. Условия формирования экосистем социальных инноваций ..... 36

**ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ**

3.1. Потенциал развития социальных инноваций в России и странах ЕС ..... 41

3.2. Место и роль различных акторов в развитии социальных инноваций в России ..... 51

3.3. Взаимодействие акторов по вопросам развития социальных инноваций в России ..... 55

**ГЛАВА 4. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ**

4.1. Драйверы и барьеры развития социальных инноваций ..... 60

4.2. Особенности распространения и перспективы развития проектов социальных инноваций ..... 63

4.3. Жизненный цикл проекта социальных инноваций (на примере кейса «мама работает») ..... 68

**ГЛАВА 5. УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИК СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ**

5.1. Теоретические аспекты исследования социальной инновационной активности населения ..... 75

5.2. Участие населения в социальных практиках ..... 81

5.3. Молодежь и инновационная активность ..... 86

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ** ..... 94

**ПРИЛОЖЕНИЕ.** Примеры проектов социальных инноваций (на материалах регионов СЗФО) ..... 103

**ГЛОССАРИЙ** ..... 106

# ВВЕДЕНИЕ

В современном мире под воздействием глобальных тенденций многие сферы человеческой жизнедеятельности подвергаются серьезным изменениям, которые идут вразрез со сложившимися правилами и нормами. Вследствие этого происходит как обострение уже существующих проблем, так и возникновение новых вызовов, что требует поиска эффективных инструментов и механизмов государственного управления. В таких условиях все большую актуальность приобретают инновации, направленные на удовлетворение потребностей общества. В научной литературе данный феномен получил название «социальные инновации».

В настоящее время социальные инновации являются предметом большого количества исследований в рамках различных научных подходов и выступают в качестве отдельного направления государственной политики многих стран. Накопленный за последние десятилетия опыт подтверждает высокую роль социальных инноваций в региональном развитии, поскольку они способствуют повышению занятости и доходов населения, преодолению бедности и снижению социальной напряженности, решению экологических проблем, развитию предпринимательства и экономики в целом.

Целью данного пособия является расширение знаний обучающихся в области теории и практики социальных инноваций. Для этого нами сформулированы следующие задачи:

– изучение теоретико-методологических основ социальных инноваций (понятие и сущность социальных инноваций; становление и развитие концепции социальных инноваций; эффекты социальных инноваций);

– освоение методических основ и особенностей исследования социальных инноваций (подходы к изучению социальных инноваций; общие вопросы разработки и реализации социальных инноваций; условия формирования экосистем социальных инноваций);

– изучение особенностей развития социальных инноваций в России, а также вопросов их практической реализации (место и роль различных акторов в развитии социальных инноваций; потенциал развития социальных инноваций; среда развития социальных инноваций; драйверы и барьеры развития социальных инноваций; особенности распространения и перспективы развития проектов социальных инноваций; участие населения в социальных практиках).

Материалы учебного пособия содержат теоретический и практический материал, направленный на формирование у студентов следующих профессиональных и общекультурных компетенций:

– развитие способности *использовать* основы экономических знаний в сфере социальной и инновационной деятельности, *находить* организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, *оценивать* последствия управленческих решений и нести за них ответственность с позиции социальной значимости;

– развитие интереса к разработке инновационных социальных проектов в рамках мероприятий государственной и корпоративной социальной политики;

– развитие способности к инновационному мышлению, в т.ч. применительно к решению социальных задач, оптимизации ее сочетания с традиционной культурой личной и общественной жизни;

– владение основными методами переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией.

В результате изучения вопросов, рассматриваемых в данном учебном пособии, обучающиеся должны:

*знать*: сущность, методы и подходы к исследованию социальных инноваций, особенности развития социальных инноваций в России и регионах мира; специфику взаимодействия органов государственной власти, бизнеса, социальных предпринимателей, представителей структур гражданского общества и научно-образовательных организаций в создании и развитии социальных инноваций; особенности создания, распространения и институционализации проектов социальных инноваций;

*уметь*: оперировать и применять понятия и категории в области социальных инноваций; анализировать и систематизировать материалы из специальной литературы по вопросам социально-инновационной политики и социального предпринимательства; решать проблемные ситуации и конкретные вопросы, связанные с участием в социальных практиках;

*владеть*: навыками анализа и оценки распространения и институционализации социальных инноваций, оценки потенциала развития социальных инноваций; современными методами и механизмами управления инновационной деятельностью; навыками оформления собственных выводов и практических предложений по результатам анализа изучаемых материалов с целью решения отдельных задач в сфере социально-инновационной политики.

Данная книга может быть использована студентами по направлениям подготовки: «Экономика», «Инноватика», «Государственное и муниципальное управление», «Менеджмент», «Социология и социальная работа», а также аспирантами по направлениям подготовки «Экономика» и «Социологические науки» в качестве дополнительного теоретического и методического материала при освоении курсов (учебных предметов) «Региональная экономика», «Управление инновациями», «Социология управления», «Социология инноваций», «Экономика и управление народным хозяйством» и др. Темы учебного пособия соответствуют требованиям федеральных государственных образовательных стандартов.

Учебное пособие «Социальные инновации: теория и практика» разработано сотрудниками ФГБУН ВолНЦ РАН в 2018–2020 гг. в ходе реализации исследовательского гранта РФФИ.

# ГЛАВА 1

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

## 1.1. Понятие и сущность социальных инноваций

**Ключевые понятия:** инновации, технологические инновации, социальные инновации, социальное предпринимательство.

В современном мире инновации являются одним из основных конкурентных преимуществ. Это обусловлено тем, что устойчивое развитие отдельных компаний, отраслей экономики и регионов напрямую связано с осуществлением модернизационных преобразований. Именно поэтому изучение инновационных процессов является крайне актуальным, как с теоретической, так и с практической точки зрения.

В самом общем виде под инновацией понимается процесс и результат создания и внедрения новой продукции, технологий, подходов и т.д. в различные сферы жизнедеятельности. При этом когда говорят об инновациях, зачастую подразумевают технологические инновации, предполагающие качественные изменения в сфере материального производства. Неслучайно, к примеру, в основных стратегических документах РФ *(Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года, Основные направления деятельности Правительства РФ на период до 2024 года, Стратегия экономической безопасности РФ на период до 2030 года и т.д.)* их развитию уделяется особое внимание. В то же время во многих странах мира такой тип инноваций, как социальные, приобретает все большую популярность как важнейший источник общественного благосостояния. В настоящее время социальные инновации успешно решают проблемы в здравоохранении, образовании, занятости, экологии, сельском хозяйстве и т.д., выступая в качестве эффективного механизма преодоления негативных социально-экономических тенденций.

Истоки социальной ориентированности инноваций восходят к работам Р. Оуэна, К. Маркса, М. Вебера, Э. Дюркгейма и др. Несмотря на то, что активное развитие теории и практики в сфере социальных инноваций происходит

***Пример социальной инновации***

Примером социальной инноваций из истории человечества может считаться древнеиндийская гильдия, которая сочетала в себе множество функций:

- специализация ремесел;
- контроль качества продукции;
- защита от произвола государства;
- устранение противоречий между различными слоями общества;
- осуществление правосудия;
- благотворительность и т.д.

По сути гильдии выполняли роль правительства, профсоюза, суда и технологического центра. Можно сказать, что древнеиндийские гильдии были одними из первых демократических институтов в мире.

в течение последних тридцати лет, их эволюция имеет весьма давнюю историю. Те или иные социальные нововведения, призванные улучшить жизнь людей, предпринимались на протяжении всей истории человечества. Однако возникновение самого понятия «социальные инновации» относится к началу XVIII века, а его развитие впоследствии происходило в самых разнообразных контекстах[1]. Так, социальные инновации не только рассматривались как средство решения важных для общества проблем[2], но и связывались с новшествами, которые приводят к социализму[3]. Чуть позже У. Саргантом был введен термин «социальный инноватор» в отношении людей, способствующих социальным преобразованиям[4].

Как экономический термин «социальная инновация» стал употребляться во второй половине XX века в трудах П. Друкера и М. Янга. В этот период обсуждение социальных инноваций во многом проходило в ракурсе социального предпринимательства, сочетающего в себе социальные и экономические цели, где приоритет отводится именно первым *(рис. 1.1)*. Опыт социального предпринимательства, которое также нельзя назвать новым феноменом, начал активно накапливаться примерно с 70–80-х гг. XX века, проявившись почти одновременно в разных уголках мира.

Рис. 1.1. **Основные критерии социального предпринимательства**

Источник: Пресс-центр // ФРСП «Наше будущее». URL: http://www.nb-fund.ru/press-center/presentation

Социальные инновации являются предметом исследований многих научных групп и некоммерческих организаций, а их реализация также выступает в качестве отдельного направления государственной политики. В результате сложилось доста-

---

1 Moulaert F., Mehmood A., MacCallum D., Leubolt B. (eds.). Social Innovation as a Trigger for Transformations – The Role of Research. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. P. 14.

2 Там же.

3 Godin B. Social Innovation: Utopias of Innovation from c.1830 to the Present. Montreal: INRS, 2012. P. 6.

4 Sargant W. Social Innovators and Their Schemes. Charleston: Nabu Press, 2010. 502 p.

точно многогранное представление о сущности данного феномена, воплощенное в самых разнообразных трактовках *(табл. 1.1)*. Обобщенное понимание социальных инноваций можно встретить в документах ЕС: «*новые идеи, которые удовлетворяют социальные потребности, создают социальные отношения и способствуют развитию новых форм сотрудничества*»[5]. В одном из проектов Евросоюза – TEPSIE – отмечается, что социальные инновации должны быть новыми для тех условий, в которых они появляются, удовлетворять те или иные социальные потребности, быть реализованными, преобразовывать социальные отношения и вовлекать благополучателей в процесс своего развития[6].

Таблица 1.1. **Некоторые определения понятия «социальная инновация»**

| Представители | Определение |
|---|---|
| **Российский подход** | |
| Е.А. Власенкова | – создание и внедрение различного вида новшеств, порождающих значимые изменения в социальной сфере, удовлетворяющих потребности человека и общества, обеспечивающих вместе с тем экономическое развитие |
| Ф.З. Ахметзянов | – результат реализации контрактных отношений по поводу активов различного уровня специфичности при приоритетности среди них человеческого капитала, которые имеют форму продукта или процесса, обладающих качественными преимуществами в процессе воспроизводства, обеспечивающих присвоение агентами трансакций дополнительной по сравнению с предшествующим продуктом или процессом социальной ценности, а также формирование положительного внешнего эффекта, что обусловливает в отличие от экономических инноваций их неконкурентность, неуниверсальность, некоммерциализуемость, безопасность и технологичность |
| Е.В. Попов,<br>А.Ю. Веретенникова,<br>Ж.К. Омонов | – новые комбинации ресурсов в социальном пространстве, меняющие институциональный контекст и стимулирующие эффективное решение общественных проблем |
| **Американский подход** | |
| Дж. Керлин,<br>Г. Дис,<br>К. Альтер | – продукт деятельности финансово устойчивых и самостоятельных некоммерческих организаций, направленный, в первую очередь, на извлечение прибыли, которая далее перераспределяется на решение социальных задач |
| Дж. Филс,<br>К. Диглмайер,<br>Д. Миллер | – новое решение социальной проблемы, которое является более эффективным, действенным, по сравнению с существующими, и которое имеет большее значение, прежде всего, для общества в целом, а не для частных лиц |
| Дж. Б. Тейлор | – новые способы достижения удовлетворения социальных потребностей |
| Т. Семан | – идеи, которые делают мир лучше, или идеи, которые работают на благо общества |
| **Европейский подход** | |
| Дж. Дефурни,<br>М. Ниссенс | – продукт деятельности бизнеса, прибыль от которой реинвестируется для выполнения социальных задач или для местного сообщества, а не распределяется между владельцами бизнеса или его акционерами |
| SPREAD: Social platform on sustainable lifestyles 2050 | – процесс, в котором субъекты гражданского общества развивают новые технологии, стратегии, идеи для социальных нужд или решения социальных проблем |
| Р. Мюррей,<br>Дж. Коули-Грайс,<br>Дж. Малган | – новые идеи (продукты, услуги и модели), которые одновременно удовлетворяют социальные потребности и создают новые социальные отношения или отношения сотрудничества |

[5] European Commission «Annual Growth Survey». European Commission. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/ags2012_en.pdf

[6] Social innovation theory and research: a guide for researchers. A deliverable of the project: «The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe» (TEPSIE). European Commission – 7th Framework Programme. Brussels: European Commission, DG Research, 2014. P. 14.

Окончание таблицы 1.1

| Представители | Определение |
|---|---|
| Ф. Уэстли | – инициатива, продукт, процесс, или программа, которые в значительной степени изменяют основные практики, распределение ресурсов и полномочий в любой социальной системе |
| **Азиатский подход** | |
| Мэнг Чжао | – внедрение и продвижение социальных программ |
| Я. Масару | – нововведение, «социальный эксперимент», создающийся в процессе сотрудничества государственного сектора, промышленности и местных жителей |
| Источники: Соловьева Т.С., Попов А.В. Социальные инновации в сфере занятости: региональный опыт // Ars Administrandi. Искусство управления. 2015. № 2. С. 65–84; Popov A.V., Soloveva T.S. Social innovation in Russian scientific discourse. European Public & Social Innovation Review, 2018, vol. 3 (2), pp. 14–22. URL: https://pub.sinnergiak.org/esir/article/view/98 | |

Некоторые специалисты отмечают, что научные знания в сфере социальных инноваций страдают от концептуальной неоднозначности. Так, на основе анализа ряда научных работ было установлено семь дискретных категорий социальных инноваций:

1. ... сделать что-то хорошее для общества;
2. ... изменить социальные практики и/или социальные структуры;
3. ... внести свой вклад в развитие городов и общин (и территорий в целом);
4. ... реорганизовать рабочие процессы внутри и между предприятиями;
5. ... наполнить технологические инновации культурным смыслом и актуальностью;
6. ... внести изменения в сферу социальной работы;
7. ... внедрять инновации с помощью цифровой связанности[7].

Таким образом, среди ключевых составляющих социальных инноваций можно выделить: ориентацию на решение общественных проблем/удовлетворение социальных потребностей, новизну (в т.ч. для конкретной территории), реализацию идеи на практике. Кроме того, при существующей вариативности подходов в научной литературе, общей чертой является признание коллаборативного характера социальных инноваций, подразумевающего взаимодействие различных акторов для достижения наибольшего эффекта в преодолении острых общественных проблем. Поскольку многие вызовы имеют комплексный характер и социальную природу[8], разработка инновационных решений в этой области зачастую связана с деятельностью нескольких субъектов, что определяет необходимость и даже неизбежность поиска взаимных интересов.

Социальные инновации в отличие от традиционных технологических решений, как правило, обладают более широкой сферой применения, появляются в процессе коллективного творчества и их эффект не проявляется так быстро. Особенностью социальных инноваций является то, что в центре внимания находится человек и его потребности, при этом роль технологического фактора также нельзя недооценивать. К примеру, ООО «Доспехи» (г. Москва) производит ортопедические системы, кото-

[7] Rüede D., Lurtz K. Mapping the Various Meanings of Social Innovation: Towards a Differentiated Understanding of an Emerging Concept. URL: https://www.siceurope.eu/sites/default/files/field/attachment/Rueede%20Lurtz%20%20mapping%20the%20various%20meanings%20of%20social%20innovation.pdf

[8] Богдан Н.И. Социализация инновационной политики: мировые тренды и вызовы для Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2015. № 3. С. 13.

рые дают возможность людям с повреждением спинного мозга вести полноценный образ жизни[9], а мобильное и веб-приложение «Be responsible» (Черногория) позволяет гражданам сообщать о тех или иных проблемах[10]. Однако основным отличием социальных инноваций от технологических является их первоочередная нацеленность на решение социальных задач.

**Ambiente Solidale (Италия)**

**Цель**: решение проблемы утилизации отходов.

Социальный кооператив, осуществляющий деятельность в рамках следующих направлений:

- сбор и транспортировка специальных, «опасных» и «неопасных» отходов;
- трудоустройство социально исключенных категорий населения (бывших наркоманов, заключенных и т.д.);
- обучение младших школьников основам сбора и утилизации отходов и др.

Социальные инновации возникают в разных секторах (государственном, частном, некоммерческом и т.д.) и в своем воплощении могут принимать всевозможные формы и масштабы: от инновационных проектов на микроуровне до системных преобразований в социально-экономическом устройстве государств; от различных продуктов и услуг до бизнес-моделей, платформ, рынков *(рис. 1.2)* и т.д. Спектр воздействия таких инициатив также достаточно широк и включает в себя новые модели ухода за детьми, пожилыми и людьми с ограниченными возможностями; доступности образования; решения вопросов устойчивого потребления, экологических проблем и др. Одним из самых распространенных способов реализации социальных инноваций является социальное предпринимательство. Как правило, такая деятельность возникает в некоммерческом, частном и государственном секторах экономики или на их стыке[11].

Рис. 1.2. **Основные типы социальных инноваций**

[9] ООО «Доспехи» // Официальный сайт. URL: https://dospehi.com

[10] Be Responsible. It's up to you. Grey economy 0%. UNDP in Montenegro. URL: https://www.me.undp.org/content/montenegro/en/home/presscenter/articles/2013/12/20/be-responsible-it-s-up-to-you-grey-economy-0-html

[11] Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? Entrepreneurship Theory and Practice, 2006, vol. 30 (1), p. 371. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x

Отличительной особенностью современного периода развития социальных инноваций является динамизм воззрений на их сущность. Это приводит к постоянному обновлению имеющихся знаний, появлению все новых теорий и концепций, в результате чего формирование устоявшихся теоретических «конструкций» не происходит. Причины сложившейся ситуации могут быть обусловлены многогранностью рассматриваемого феномена и возможностью его изучения с позиций различных наук. Дальнейшее развитие теоретических положений в области социальных инноваций во многом зависит от осмысления накопленного опыта.

## 1.2. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** социальные инновации, социальные изменения, социальное предпринимательство, социальная экономика.

Как уже было отмечено, активное развитие теории и практики в области социальных инноваций происходит в течение последних тридцати лет, но их истоки имеют давние традиции *(табл. 1.2)*. Возникновение самого понятия «социальные инновации» относится к началу XVIII века[12]. В то же время в течение XIX века сохранялась двойственность в его интерпретации: с одной стороны, связанная с социальными реформами и социализмом, с другой – как возможное решение общественных проблем, необходимость преодоления которых значительно возрастала[13].

Таблица 1.2. **Концепция социальных инноваций в различных временных контекстах**

| Автор(ы) | Период/направление | Социальный контекст | Особенности трактовки |
|---|---|---|---|
| XV–XVIII вв. | Революционное новаторство, направленное против сохранения общественных отношений в изначальном виде | Инновации как ересь...? | Инновации имели ярко выраженную социально-политическую и идеологическую коннотацию |
| XIX в. | Социалистические революции, ведущие к капитализму | Социализм как форма социальных инноваций; религиозные инновации и этическое обновление | Социальные инновации имели скорее уничижительное, но эволюционирующее в сторону заботы о социальном значение |
| Тард Г. (1898) | Практическая теория как критический ответ на структурализм Э. Дюркгейма | Отношения между имитациями и инновациями | Инновации основываются на психологическом взаимодействии между индивидами |
| Вебер М. (1920) | Расцвет либерализма, поиск сильного государства | Отношения между социальным порядком и инновациями | Значительная роль отводилась людям с различным поведением в контексте взаимосвязи социального порядка и инноваций |
| Шумпетер Й. (1932) | Расцвет кейнсианства – перелом в сторону свободы рынка | Отношения между инновациями и социально-экономическим развитием | Поиск комплексной социальной теории (социология знания); инновации и структурные изменения имеют решающее значение для организации общества |

[12] Moulaert F., Mehmood A., MacCallum D., Leubolt B. (eds.). Social Innovation as a Trigger for Transformations – The Role of Research. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. P. 14.

[13] Там же.

Окончание таблицы 1.2

| Автор(ы) | Период/направление | Социальный контекст | Особенности трактовки |
|---|---|---|---|
| Шамбон Ж.-Л., Давид А., Девиви Ж.-М. (1982) | Студенческие протесты / движения за эмансипацию 1970-х гг. | Кризис фордизма, твердая уверенность в необходимости создания более инклюзивного государства «всеобщего благосостояния» | Социальные инновации направлены на решение социальных проблем и должны включать вовлечение пользователей в процесс реализации проекта («Les innovations sociales») |
| Друкер П. (1987) | Расцвет корпоративного стратегического менеджмента | «Наука открытого управления»; социальные инновации в деловой и общественной жизни, массовые движения | «Социальные инновации» как укрепление позиций организации (бизнеса); перспективы развития корпоративной социальной ответственности |
| Муле Ф. и др., Клейн Ж.-Л. и др. (1995, 2000–...) | Городское и региональное развитие (1990-е гг.); соседство | Расцвет движений локального развития – территориальной динамики | Инновации в социальных отношениях с целью удовлетворения социальных потребностей, роль расширения полномочий и социально-политических преобразований |
| Лявиль Ж.-Л., Ниссенс М., Дефурни Ж. (нач. 2000-х гг. –...) | Возрождение социальной и солидарной экономики | Череда экономических кризисов, способствующих росту безработицы и снижению благосостояния | Развитие концепции в направлении соединения социальной экономики и рыночной логики – контекст социального предпринимательства |
| Малгэн Д. и др. (2007–2012–...) | Ответ на «провалы рынка» и «провалы государства» в обеспечении работой и благополучия в целом | Переход к «заботливому «либерализму» – гражданское общество как идея социального вспомоществования | Инновации являются социальными как в своих целях, так и в своих средствах |
| Остерлинк С., Казепов Ю. и др. (2013–2016–...) | Сохраняющиеся расхождения между потребностями социального обеспечения и предоставлением государственных услуг | Продолжение рационализации в рамках концепции всеобщего благосостояния; социальные инновации как решение проблемы социальной эксклюзии | Действия и инициативы, направленные на удовлетворение социальных потребностей, которые не удовлетворяются должным образом (содержательный аспект) путем трансформации социальных отношений (процессный аспект), что предполагает расширение прав и возможностей и социально-политическую мобилизацию (политический аспект) |
| Источник: Moulaert F., Mehmood A., MacCallum D., Leubolt B. (eds.). Social Innovation as a Trigger for Transformations – The Role of Research. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. Pp. 16–17. | | | |

С тех пор социальные инновации рассматривались под различным углом в зависимости от существующего политического, социального и экономического контекста или научного направления. С расцветом социальной экономики в конце XIX – начале XX века социальные инновации стали проявляться в различных моделях кооперативного предпринимательства, изменений в законодательстве и институциональных структурах[14]. При этом на тот момент социальные инновации еще не были оформлены в качестве какой бы-то ни было теоретической концепции. Однако вопросы социальных трансформаций и изобретений затрагивались в трудах М. Вебера, Й. Шумпетера, Г. Тарда и др. К примеру, в первой половине XX века социальные инновации интерпретировались как социальные изобретения, «не относящиеся к механическим и не являющиеся открытиями в естественных науках»[15].

[14] Там же.

[15] Ogburn W.F., Nimkoff M.F. Sociology. Boston: Houghton Mifflin Co, 1940. Pp. 859–860.

В контексте построения государства всеобщего благосостояния и в соответствии с периодами расцвета движений эмансипации, общинного развития территорий, социальной и солидарной экономики под социальными инновациями, в частности, подразумевались новые модели участия, управления и самоуправления[16]. В данном случае социальные инновации рассматривались как способ удовлетворения конкретных потребностей на основе коллективной инициативы[17]. С расцветом корпоративного стратегического менеджмента частный бизнес стал все больше внимания уделять социальным аспектам в своей деятельности. Сначала это воплотилось в явление корпоративной социальной ответственности, когда фирмы стали на добровольной основе брать на себя социальные обязательства в интересах общественного развития. Позднее это переросло в феномен корпоративных социальных инноваций, то есть организации начали внедрять социальные инновации непосредственно в свою деятельность. К примеру, компания Danone совместно с Grameen Bank *(рис. 1.3)* организовали производство и продажу обогащенных витаминами йогуртов для детей из малообеспеченных семей по низким ценам[18]. Причем сырье для них закупается у местных фермеров, а распространением товара занимается сеть женщин-предпринимателей «Grameen Danone Ladies». Таким образом решаются проблемы детского недоедания, а также обеспечивается занятость женщин и доход для фермеров. Помимо этого, на производстве используется солнечная энергия, что вносит вклад в защиту окружающей среды.

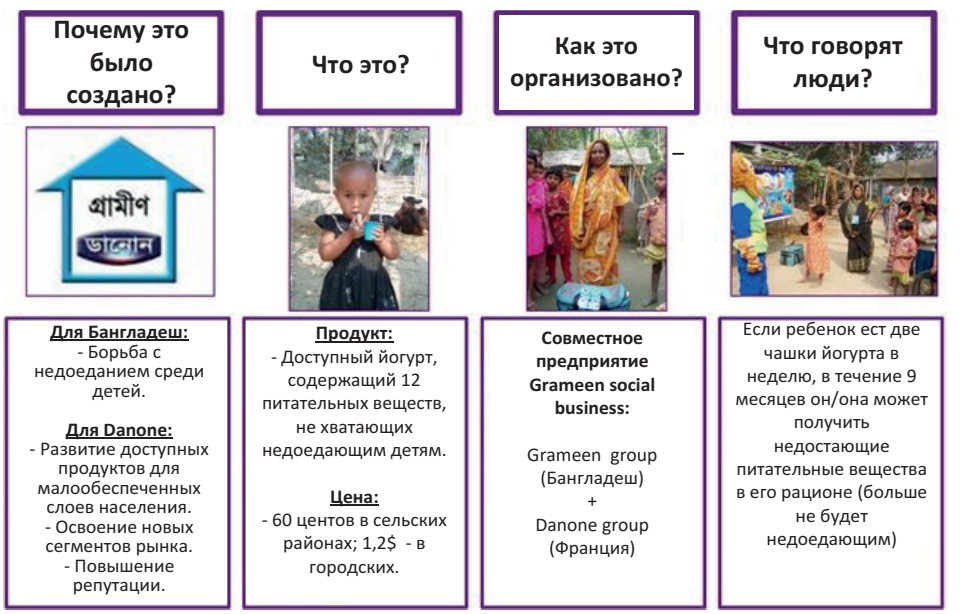



Рис. 1.3. **Сотрудничество Grameen и Danone с целью решения проблемы недоедания детей в Бангладеш**

Источник: A social business example: Grameen Danone. URL: http://nicolabashall.blogspot.nl/2010/05/social-business-example-grameen-danone.htm

[16] Moulaert F., Mehmood A., MacCallum D., Leubolt B. (eds.) Social Innovation as a Trigger for Transformations – The Role of Research. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. P. 16.

[17] Там же. P. 18.

[18] Grameen Danone Foods Ltd. Danone Community. URL: https://www.danonecommunities.com/grameen-danone-foods-ltd

Одним из основных проводников социальных инноваций считается социальное предпринимательство, сочетающее в себе предпринимательский подход и достижение социальных целей. В данном случае главной задачей является не извлечение прибыли, а решение какой-то общественной проблемы. При этом инновационность нередко выступает одной из характеристик социального предпринимательства. Например, проект «Планик» (г. Петрозаводск) осуществляет выпуск пособий, книг и карточек для альтернативной коммуникации детей с расстройствами аутистического спектра (РАС), которые активно используются в работе образовательных учреждений и музеев. Они помогают лучше воспринимать информацию и получать новые знания. Кроме того, в рамках образовательной программы по ранней трудовой подготовке к производству продукции привлекаются школьники[19].

***«Планик»*** *(г. Петрозаводск, Россия)*

• производство материалов для альтернативной коммуникации детей с особенностями развития;

• разработка методических материалов;

• ранняя трудовая подготовка школьников, в т.ч. с РАС;

• часть средств идет на поддержку тренировочных квартир для молодых людей с РАС

Социальные инновации выступают в качестве отдельного направления государственной политики многих стран, а также являются предметом исследований в рамках различных научных подходов (например, устойчивого[20] или инклюзивного развития[21]). Специалисты выделяют различные научные школы, которые формируют социальные инновации как научную область: социальное предпринимательство, теория инноваций, устойчивое развитие и социально-экологическая трансформация, институциональное предпринимательство, социально-технические сдвиги, сети и взаимодействия, социальная экономика[22].

По мере роста внимания научной и политической общественности к данной тематике появилось большое количество различных концепций и теорий социальных инноваций. На основе обобщения существующего опыта Э. Пол и С. Вилль выделили четыре направления:

– социальные инновации как движущая сила институциональных изменений (Р. Мартин, С. Осберг, Р. Скотт и др.);

– социальные инновации как новые идеи, которые направлены на достижение социальных целей и удовлетворение социальных потребностей (Дж. Малгэн, С. Такер, Б. Сандерс и др.);

---

[19] О проекте // Планик. URL: http://www.planik.org/page/o-proekte-planik

[20] Millard J. How social innovation underpins sustainable development. In: J. Howaldt, C. Kaletka, A. Schröder (eds.). Atlas of Social Innovation. Dortmund: Sozialforschungsstelle, 2018. Pp. 40–43.

[21] Богдан Н.И. Социализация инновационной политики: мировые тренды и вызовы для Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2015. № 3. С. 15–19.

[22] Westley F. Social Innovation and Resilience: How One Enhances the Other. URL: https://uwaterloo.ca/waterloo-institute-for-social-innovation-and-resilience/sites/ca.waterloo-institute-for-social-innovation-and-resilience/files/uploads/files/social_innovation_and_resilience.pdf

– социальные инновации как идеи общественного блага (наработки Центра социальных инноваций и др.), как новое решение социальных проблем, направленное на повышение качества жизни всего общества, а не отдельных лиц (Дж. Филлс, К. Диглмейер, Д. Миллер и др.);

– социальные инновации как новый способ преодоления социальных проблем, не поддающихся воздействию со стороны рынка (Организация экономического сотрудничества и развития, Европейская Комиссия и др.)[23].

В отечественном научном дискурсе вопросы изучения социальных нововведений были отражены в работах ученых советского периода, в рамках которых под ними понимались *качественно новые образования, структуры, механизмы общественного производства, общества в целом, либо их подсистемы*[24]. В качестве типичных примеров подобного рода проектов того времени рассматривались: социалистическое соревнование, добровольные народные дружины, общественные объединения инвалидов и т.д.

С начала 2000-х гг. теория социальных инноваций в России получила развитие в контексте самых разнообразных научных дисциплин, что наложило отпечаток на понимание сущности рассматриваемого явления. В отличие от определений социальных инноваций, датируемых советским временем, в условиях становления рыночных отношений в стране произошло смещение акцента в сторону человека и его потребностей. При этом сами социальные инновации находились вне исследовательского фокуса, а обращение к ним носило в основном прикладной характер (как к универсальному инструменту решения различных проблем). Неслучайно именно в этот период стали появляться публикации, в которых значимость социальных инноваций в социально-экономической жизни страны ставилась под сомнение[25].

Активное обращение к тематике социальных инноваций в России на современном этапе связано с нерешенностью многих системных вызовов, а также изменениями сложившихся взаимоотношений между государством и обществом в контексте обеспечения реализации социальных прав. Кризис 2008 года только усугубил имеющиеся проблемы, что повлекло за собой рост интереса науки и практики к данному явлению[26]. В результате с 2010-х гг. наблюдается заметное «углубление» проводимых исследований в направлении непосредственного изучения концепции социальных инноваций (а также социального предпринимательства и социальной экономики в целом). Наибольшее отражение это находит в русле экономической теории[27]. Применительно к общественному сектору назначение социальных инноваций связывается, прежде всего, с преодолением «провалов государства», а также

---

[23] Pol E., Ville S. Social Innovation: Buzz Word Or Enduring Term? Journal of Socio-Economics, 2009, vol. 38, pp. 879–880.

[24] Нововведения в организациях (общая часть исследовательской программы) / Н.И. Лапин [и др.] // Структура инновационного процесса. М., 1981. С. 9.

[25] Гусейнов Р.М., Семенихина В.А. Банальности «социальных инноваций» // Философия хозяйства. 2009. № 6 (66). С. 238–247.

[26] Popov A.V., Soloveva T.S. Social innovation in Russian scientific discourse // European Public & Social Innovation Review, 2018, vol. 3 (2), pp. 15–16. DOI: https://doi.org/10.31637/epsir.18-2.2

[27] Кузнецова Ю. Социальные инновации: прогнозирование, планирование, организация, координация, контроль // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 10. С. 77–83; Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Институциональный атлас социальных инноваций // Экономическое возрождение России. 2017. № 2 (52). С. 80–96.

с воспроизводством общественных благ и обеспечением их надлежащего качества. При этом ключевая роль в этих процессах отводится государственным предприятиям, механизмам государственно-частного партнерства и социальным предпринимателям[28], что противопоставляется зарубежным подходам, где к реализации функций системы управления социальными инновациями привлекается максимально широкий спектр участников[29].

В настоящее время, кроме ожиданий, связанных с преодолением социальных вызовов, интерес к тематике социальных инноваций также обусловлен фундаментальным сдвигом в инновационной парадигме, проявляющемся в открытости инновационного процесса, его ориентации на общественные проблемы и более глубоком признании значимости нетехнологических инноваций[30].

При этом, несмотря на растущую популярность и создание различных теоретических моделей, исследовательское поле социальных инноваций слабо концептуализировано. Сам термин иногда используется взаимозаменяемо с различными понятиями, такими как социальное предпринимательство и социальное предприятие. Однако последние часто характеризуются как составляющие более широкого концепта социальных инноваций[31].

Таким образом, существует множество трактовок рассматриваемого феномена, которые имеют, как некоторые общие аспекты (например, ориентация на социальные цели), так и различия, обусловленные спецификой определенной научной области либо практики управления. Неслучайно в результате такого разнообразия точек зрения социальные инновации иногда представляют как «квази-концепцию»[32]. В то же время отмечается, что с позиции теории она все еще остается недостаточно развитой, а понимание сущности и перспектив социальных инноваций осуществляется, в первую очередь, исходя из практики и основанных на ней размышлениях[33].

## 1.3. ЭФФЕКТЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** социальные инновации, социальное предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, региональное развитие.

Во многих странах Европы социальные инновации входят в число направлений государственной политики, а значимость их разработки и реализации обозначена,

---

[28] Веретенникова А.Ю., Кац И.С. Институты социально-инновационного развития общественного сектора // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 10: Инновационная деятельность. 2015. № 3 (18). С. 6–18.

[29] Кузнецова Ю. Социальные инновации: прогнозирование, планирование, организация, координация, контроль // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 10. С. 77–83.

[30] Howaldt J., Schwarz M. Social innovation: Concepts, research fields and international trends. Dortmund: TU-Dortmund, 2010. 83 p.

[31] Nicholls A., Murdock A. Social Innovation. Blurring Boundaries to Reconfigure Markets. New York: Palgrave Macmillan, 2012. 321 p.

[32] Jenson J. Social Innovation: Redesigning the Welfare Diamond. In: Nicholls A., Simon J., Gabriel M., Whelan C. (eds.). New Frontiers in Social Innovation Research. Palgrave Macmillan: Basingstoke, 2015. Pp. 89–106.

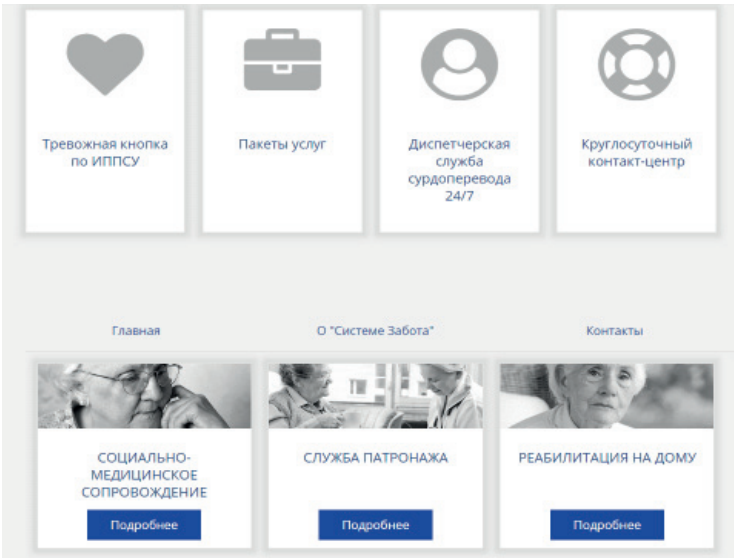
[33] Mulgan G. Social innovation theories: Can theory catch up with practice? In: H.-W. Franz, J. Hochgerner, J. Howaldt (eds.). Challenge social innovation. Berlin: Springer-Verlag, 2012. Pp. 19–42.

например, в Стратегии Европа-2020[34]. При этом отмечается, что данный вид инноваций является источником конкурентоспособности, экономического роста, а также средством достижения социальных изменений и социальной сплоченности. Социальные инновации получили большое признание в контексте таких явлений, как: социальное предпринимательство, социальная экономика, социальные инвестиции, социальная инклюзия, коллективные действия и т.д.

Практика и научные исследования свидетельствуют о высокой роли социальных инноваций в региональном развитии. Они оказывают позитивное влияние на занятость и доходы населения, предпринимательскую активность и экономику в целом[35]. Кроме того, социальные инновации способствуют развитию местных общин и микрорайонов, а также включению социально изолированных групп в различные области жизнедеятельности. Поэтому при изучении социально-экономических эффектов социальных инноваций следует обратить внимание на их инициаторов и конечных потребителей (адресные социальные группы, социальный бизнес, некоммерческие организации, государство и т.д.), а также сферы их приложения (образование, здравоохранение, занятость, экология, культура и др.).

**«Система Забота» (Россия)**

15 регионов России, > 20 тыс. абонентов




Социальные инновации способствуют *расширению доступа населения к общественным благам*, поскольку в силу различных причин – от субъективных факторов до неравномерности территориального развития – отдельные группы жителей могут столкнуться с социальной эксклюзией и уязвимостью. К примеру, «Система Забота» – первая в России круглосуточная многофункциональная служба социального сопровождения, которая оказывает социальную помощь инвалидам и пожилым людям (*социальный эффект*). Проект представляет собой реализованную на базе сотовой связи систему, которая осуществляет широкий спектр услуг: от юридических и информационных консультаций до решения реальных бытовых и социальных

[34] Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf

[35] Klein J-L., Tremblay P-A. The social economy: a springboard for local development projects? In: Bouchard M.J. Innovation and the social economy. The Québec experience. Toronto: University of Toronto Press, 2013. Pp. 229–250.

проблем, с которыми сталкиваются пожилые люди и инвалиды. Кроме того, функционирование проекта дает возможность снизить бюджетные затраты на стационарное обслуживание, сократить число непрофильных обращений в скорую помощь и немотивированных вызовов социальных работников (*экономический эффект*)[36].

**«Социальный бизнес: женщины» (Германия)**

Социальные инновации вносят вклад в *обеспечение занятости многих социально уязвимых категорий населения*. Так, проект «Социальный бизнес: женщины» (Германия) оказывает поддержку женщинам, которые прервали свою трудовую деятельность, например, в целях ухода за детьми или лицами, находящимися на иждивении, вернуться на рынок труда (*социальный и экономический эффект*). Компания предлагает специализированные меры по наставничеству и профессиональной подготовке для женщин, которые хотят найти работу или работать на себя. Во втором случае проект поддерживает стартапы с помощью микрокредитов и предлагает дополнительную помощь в обучении и наставничестве в течение первых трех лет (*экономический эффект*)[37].

*Снижение неравенства населения* выступает значимым направлением реализации социальных инноваций. В частности, проект «Гражданский журнал» (Дания) помогает органам власти координировать деятельность по поддержке малоимущих слоев населения между различными государственными и частными структурами. Разработанная онлайн-система собирает и обрабатывает всю необходимую информацию о каждом гражданине в личном журнале, открытом для доступа, как для пользователя услугами, так и для их поставщиков в целях получения оперативной информации о предпринятых и планируемых формах поддержки. Данный проект способствует развитию человекоориентированного подхода в государственном управлении, повышению адресности социальной помощи населению (*социальный и политический эффект*) и эффективности расходования бюджетных средств (*экономический эффект*)[38].

*Социальное предпринимательство* как один из основных проводников социальных инноваций также вносит значительный вклад в развитие территорий. Помимо прямого социального эффекта, проявляющегося в решении общественных проблем, данный вид предпринимательство имеет и экономические результаты,

---

36 О компании // Служба социального сопровождения «Система Забота». URL: http://www.mobidok.ru/o-kompanii

37 Der Idee. Social business: women. URL: http://www.social-business-women.com

38 Projekter. Socialt Udviklingscenter. URL: http://www.sus.dk/projekter

выражающиеся в повышении занятости населения, поступлений в региональные бюджеты и степени использования ресурсного потенциала территорий, снижении бюджетной нагрузки (*экономический эффект*) и т.д. К примеру, Ремонтно-сервисный центр RUSZ (Австрия) является социальным предприятием, деятельность которого направлена на экономию ресурсов и предотвращение образования отходов электротехнического и электронного оборудования (*экологический эффект*). Центр предоставляет независимые и надежные услуги по ремонту данной техники, а также решает создает рабочие места для уязвимых слоев населения (*экономический и социальный эффект*)[39].

Ремонтно-сервисный центр (RUSZ, Австрия)

Социальные инновации в контексте развития *корпоративной социальной ответственности* (КСО) также оказывают влияние на развитие социально-экономических систем. С изменением отношения к социальной ответственности и благотворительности, вследствие того, что традиционная социальная сфера (образование, здравоохранение, культура и др.) становится значимым фактором экономического роста, частный сектор зачастую рассматривает КСО как важную часть корпоративной политики. В настоящее время активно развивается сектор корпоративных социальных инноваций (КСИ) как переходной формы между бизнес-инновациями и социальными инновациями.

**Фармацевтическая компания «Novartis»**

[39] R.U.S.Z. Kompetenzzentrum. R.U.S.Z. GmbH. URL: http://rusz.at/kompetenz-zentrum

КСИ используют рыночные решения в интересах создания возможностей для прибыльного бизнеса, которые в то же время направлены на решение социальных и экологических проблем. Например, глобальная фармацевтическая компания Novartis в целях получения прибыли разработала устойчивую инициативу в области здравоохранения (Arogya Parivar), представляющую собой новую бизнес-модель распространения лекарственных средств среди сообществ с низким уровнем доходов и инвестирования в повышение медицинской грамотности для улучшения здоровья населения (*социальный эффект*)[40]. Кроме того, проект способствовал созданию новых рабочих мест и повышению региональных доходов (*экономический эффект*).

Влияние социальных инноваций, инициируемых *некоммерческим сектором*, особенно социально ориентированными некоммерческими организациями, на региональное развитие весьма существенно. Они играют важную роль в предоставлении социальных услуг, содействии занятости населения, повышении гражданского участия, возрождении городов и сельских районов, снижении неравенства и т.д. Проект «Fryshuset» (Швеция) представляет собой некоммерческую организацию, основная цель которой состоит в построении устойчивого общества путем повышения социальной активности населения. Организация реализует ряд инициатив, направленных на предоставление помощи в области образования, правопорядка, развития физкультуры и спорта, занятости и др. Так, проект «Мирная улица» ориентирован на молодежь, имеющую опыт употребления наркотиков и привлечения к уголовной ответственности, и способствует снижению риска рецидивов (*социальный эффект*) и расходов на здравоохранение, реабилитацию, содержание в тюрьме (*экономический эффект*)[41] и др.

Социальные инновации могут способствовать *созданию и трансформации социальных структур и институтов, развитию взаимодействия между отдельными элементами социально-экономической системы*, напрямую воздействуя на эффективность ее функционирования. Важным аспектом влияния социальных инноваций на развитие территорий является *ориентация на вовлечение населения* как непосредственно *в реализацию соответствующих проектов, так и в другие виды деятельности*. Особенно это касается тех групп граждан, которые подвержены риску социальной эксклюзии. В конечном итоге это приводит к *расширению возможностей гражданского участия*, что необходимо для устойчивого развития местных сообществ и регионов в целом (*экономический и социальный эффект*).

Социальные инновации зачастую тесно связаны с развитием технологий и технологическими инновациями, поэтому косвенно они оказывают воздействие на развитие региональных инновационных систем (*экономический эффект*). Это подтверждается тезисом о взаимообусловленности социального и инновационного развития современной экономики[42].

---

[40] Arogya Parivar: healthy family in rural India. Novartis. URL: https://www.novartis.com/sites/www.novartis.com/files/Arogya-Parivar-fact-sheet_2014_final.pdf

[41] About Fryshuset. Fryshuset. URL: http://fryshuset.se/in-english

[42] Князев Ю. О взаимообусловленности инновационного и социального развития // Общество и экономика. 2017. № 12. С. 10–23.

Таким образом, разработка и распространение социальных инноваций может способствовать следующим позитивным изменениям в развитии территорий:

**1. Социальные эффекты:**

– удовлетворение потребностей общества и решение социальных и экологических проблем, в т.ч. тех, которые возникают из-за «провалов рынка» и «провалов государства»;

– снижение социальной эксклюзии;

– повышение качества жизни населения;

– развитие социальной предпринимательской активности и социальной ответственности бизнеса;

– повышение качества человеческого капитала;

– создание новых социальных отношений и моделей сотрудничества и т.д.

**2. Экономические эффекты:**

– создание новых рабочих мест и производство товаров и услуг;

– развитие региональных инновационных систем;

– мобилизация ресурсов и связей для решения локальных территориальных потребностей;

– повышение уровня занятости населения;

– достижение целей инклюзивного экономического роста и социально ориентированной экономики;

– вклад в ВРП;

– повышение устойчивости территорий и т.д.

**3. Политические эффекты:**

– развитие институтов гражданского общества;

– создание локальных и пространственно распределенных управленческих структур;

– развитие гражданской (в т.ч. социальной) активности и местных сообществ;

– снижение социальной напряженности;

– формирование привлекательного имиджа территорий и т.д.

Вышеизложенное можно обобщить в виде концептуальной модели влияния социальных инноваций на развитие региона *(рис. 1.4)*.

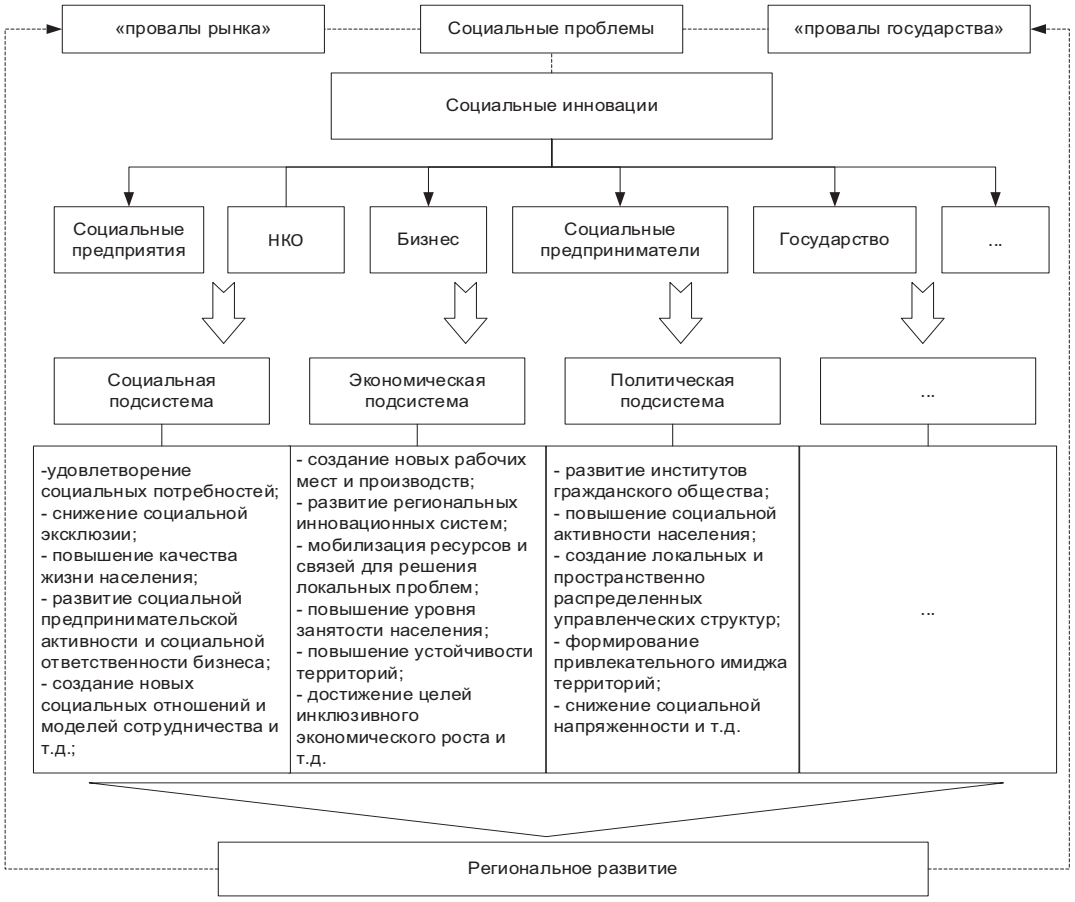



Рис. 1.4. **Концептуальная модель влияния социальных инноваций на региональное развитие**

Источник: Соловьева Т.С. Влияние социальных инноваций на региональное развитие: концептуальные положения // Вопросы региональной экономики. 2018. № 3 (36). С. 91–88. DOI: 10.21499/2078-4023-2018--3-91-88

Таким образом, социальные инновации являются одним из эффективных инструментов территориального развития. Они учитывают проблематику устойчивого развития, при этом большое внимание уделяется системным изменениям посредством трансформации общественных отношений и решения социальных проблем за счет взаимодействия между заинтересованными сторонами. В этой связи разработка эффективных управленческих механизмов развития социальных инноваций позволит оперативно реагировать на традиционные и новые общественные вызовы, что будет способствовать повышению устойчивости территориального развития и социальной ориентированности экономики регионов.

## Вопросы для самопроверки и обсуждения

1. Дайте определение понятия «социальные инновации».
2. Раскройте сущность социальных инноваций.
3. Как вы думаете, что лежит в основе возникновения социальных инноваций?
4. Перечислите общие признаки и отличия социальных и технологических инноваций.
5. Назовите основные типы социальных инноваций.
6. Дайте характеристику развития концепции социальных инноваций в России.
7. Приведите особенности развития концепции социальных инноваций за рубежом.
8. Охарактеризуйте возможные эффекты влияния социальных инноваций на развитие территорий.

## Практические задания

1. Проведите сравнительный анализ развития концепции социальных инноваций в России и за рубежом. Выделите общее и особенное.
2. Сформулируйте основные отличия между традиционным и социальным предпринимательством. Подумайте, существуют ли промежуточные формы? Какие критерии, по Вашему мнению, являются достаточными для отнесения проекта к социальному предпринимательству? Обоснуйте свою точку зрения.
3. Используя общедоступные данные о проектах социальных инноваций в Вашем регионе (населенном пункте), определите направления их воздействия на развитие территории.

## Темы для рефератов

1. Социальные инновации в работах российских и зарубежных исследователей: обзор походов.
2. Социальное предпринимательство как один из основных проводников социальных инноваций.
3. Корпоративная социальная ответственность: сущность, направления, взаимосвязь с социальными инновациями.
4. Социальные инновации и инновации в социальной сфере: синонимы или смежные научные категории?
5. Перспективы развития социальных инноваций в России в контексте реализации национальных проектов.

## Рекомендуемая литература


1. Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G. The open book of social innovation. London: The Young Foundation, 2010. 224 p.
2. Mulgan G. Social Innovation: What It Is, Why It Matters, and How It Can Be Accelerated. Working Paper of Skoll Center for Social Entrepreneurship, 2007. 52 p.
3. Popov A.V., Soloveva T.S. Social innovation in Russian scientific discourse. European Public & Social Innovation Review, 2018, vol. 3 (2), pp. 14–22.

4. Борнштейн Д. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей / пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012. 560 с.
5. Бестужев-Лада И.В. Социальный прогноз и социальное нововведение // Социологические исследования. 1990. № 8. С. 86–92.
6. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Формирование и развитие теории социальных инноваций: ретроспективный анализ // Вестник Удмуртского университета. Сер.: Экономика и право. 2019. Т. 29. № 4. С. 463–473.
7. Соловьева Т.С. Влияние социальных инноваций на региональное развитие: концептуальные положения // Вопросы региональной экономики. 2018. № 3 (36). С. 91–88.
8. Пряжникова О.Н. Концепция социальных инноваций // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Сер. 2, Экономика: Реферативный журнал. 2019. № 3. С. 14–20.

# ГЛАВА 2

# ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

## 2.1. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** акторы социальных инноваций, роли акторов социальных инноваций, жизненный цикл социальных инноваций.

Социальные инновации могут быть инициированы различными акторами / агентами (государственный сектор, органы управления, некоммерческие и коммерческие организации, социальные предприниматели и т.д.), которые участвуют в реализации подобного рода проектов на любой стадии их развития. Таким образом, они, в отличие от традиционных инноваций, затрагивают все заинтересованные стороны общества.

В научной литературе роли некоторых акторов подчеркиваются по-разному. Например, государство выступает в качестве стейкхолдера[43], предоставляющего определенные ресурсы (финансы, имущество и т.д.), обеспечивающего нормативно-правовую основу деятельности, а также поддерживающего научные исследования в сфере социальных инноваций. Отход государства от выполнения каких-то функций также может оказывать существенное значение, поскольку в этом случае социальные инновации заполняют возникший разрыв, называемый «провалом государства». К примеру, во многих странах в настоящее время наблюдается тенденция передачи части государственных функций по социальному обеспечению негосударственному сектору, в частности, социально ориентированным некоммерческим организациям и социальным предпринимателям, которые являются одними из основных проводников социальных инноваций.

Вклад научно-образовательных структур в развитие социальных инноваций может быть значительным в плане предоставления знаний и повышения осведомленности населения[44]. Они могут проводить исследования, которые лягут в основу принятия тех или иных управленческих решений в сфере социальных инноваций. Однако практика показывает, что роль науки зачастую является второстепенной и более актуальна в отношении инноваций в классическом понимании[45].

---

[43] От англ. «stakeholder» – заинтересованная сторона.

[44] Terstriep J., Kleverbeck M., Deserti A., Rizzo F. Comparative Report on Social Innovation across Europe // Deliverable D3.2 of the SIMPACT project. URL: http://www.simpact-project.eu/publications/reports/SIMPACT_D32.pdf

[45] Rabadjieva M., Schröder A., Zirngiebl M. Towards a Typology of Social Innovation. In: J. Howaldt, A. Schröder, A. Butzin, D. Rehfeld (eds.). Towards a General Theory and Typology of Social Innovation, SI-DRIVE Deliverable D1.6. Dortmund: TUDO, 2017. P. 68.

Структуры гражданского общества выступают в качестве одних из ключевых акторов в области развития социальных инноваций, не только участвуя в реализации проектов, но и оказывая поддержку, например, в виде лоббирования интересов[46], оказания консультационных и образовательных услуг. К тому же, по мнению специалистов, некоторые формы организаций гражданского общества также можно рассматривать как своеобразные социальные инновации, образующие социальные движения и другие инновационные социальные формации[47].

Частный бизнес, прежде всего, играет роль спонсора, обеспечивая финансовую поддержку социальным инновациям. Реже – способствует продвижению проектов и их продукции. Несколько иные функции выполняют социальные предприниматели, которые, с одной стороны, сами выступают проводниками социальных инноваций, с другой – могут оказывать поддержку в виде информирования, консультирования и обучения других социальных инноваторов.

В ходе одного из исследовательских проектов Евросоюза – SIMPACT – была предложена следующая типология ролей акторов в рамках социальных инновационных процессов:

– *внутренний стержень:* субъекты, инициирующие и/или управляющие развитием социальных инноваций;

– *разработчики:* субъекты, активно участвующие в реализации социальных инноваций;

– *промоутеры:* субъекты, облегчающие работу, распространение/масштабирование социальных инноваций (например, СМИ, финансирующие организации);

– *бенефициары:* субъекты, которые получают прямую или косвенную выгоду от решения проблемы;

– *оппоненты:* действующие лица, выступающие против решения проблемы;

– *последователи/имитаторы:* акторы, которые следуют своим предыдущим проектам/решениям, а также акторы, имитирующие существующие решения[48].

В плане процесса своего развития выделяют социальные инновации, которые возникают «сверху», «снизу» или имеют гибридный характер[49]. В первом случае вначале государством признается наличие какой-либо проблемы, выявляются и активизируются общественные ресурсы для ее решения. Вторая группа инициируется местными сообществами, группами людей, находящими новые решения и идеи. Для социальных инноваций, возникающих «снизу», характерна опора на собственные ресурсы. Однако, как показывает практика, социальные инновации зачастую зависят от взаимодействий с различными акторами и инициативами, получают от них поддержку, и в итоге носят гибридный характер, поскольку в них комбинируются инициативы «снизу» и «сверху».

---

[46] Butzin A., Terstriep J. Actors and roles in social innovation. In: J. Howaldt, C. Kaletka, A. Schröder (eds.). Atlas of Social Innovation. Dortmund: Sozialforschungsstelle, 2018. P. 78.

[47] Rabadjieva M., Schröder A., Zirngiebl M. Towards a Typology of Social Innovation. In: J. Howaldt, A. Schröder, A. Butzin, D. Rehfeld (eds.). Towards a General Theory and Typology of Social Innovation, SI-DRIVE Deliverable D1.6. Dortmund: TUDO, 2017. P. 68.

[48] Terstriep J., Kleverbeck M., Deserti A., Rizzo F. Comparative Report on Social Innovation across Europe. Deliverable D3.2 of the SIMPACT project. URL: http://www.simpact-project.eu/publications/reports/SIMPACT_D32.pdf

[49] Manzini E. Making things happen: Social innovation and design. Design issues, 2014, vol. 30 (1), pp. 57–66.

Любая инновация представляет собой процесс, включающий в себя несколько этапов (от генерации идеи до ее реализации), распределенных во времени. При этом в настоящее время понимание инноваций как процесса сместилось от линейного к нелинейному подходу. Таким образом, социально-инновационный процесс рассматривается как сложный и нелинейный процесс, а этапы социальных инноваций «не всегда последовательны [...] и между ними существуют петли обратной связи»[50]. Кроме того, взаимодействие различных акторов играет значительную роль в развитии социальных инноваций[51].

В литературе по социальным инновациям существует относительно ограниченная дискуссия по поводу «жизненного цикла» или стадий социальных инноваций[52]. В то же время модели жизненного цикла являются полезными инструментами для практиков и органов власти, поскольку могут помочь обосновать потребность в тех или иных ресурсах.

Исследователи выделяют различное количество стадий социально-инновационного процесса. Так, С. Бейтс предлагает трехступенчатую модель социальных инноваций, включающую:

– «*исследование*», т.е. определение социальной проблемы, неудовлетворенных потребностей и анализ возможностей их решения/удовлетворения;

– «*новаторство*», т.е. разработка работоспособного решения и мощной, эффективной социальной бизнес-модели;

– «*внедрение*», т.е. обеспечение того, чтобы уникальное решение создавало общую ценность для всех заинтересованных сторон и обеспечивало реализацию идеи[53]. Однако в данную модель не включены процессы распространения, масштабирования или диффузии как дальнейших стадий развития социальных инноваций[54].

Достаточно признанным в науке является представление, что социальные инновации в своем развитии проходят по спирали шесть этапов: от выявления вызовов и возможностей до системных изменений в обществе *(рис. 2.1)*[55].

---

[50] Murray R, Caulier-Grice J., Mulgan G. The Open Book of Social Innovation. London: Young Foundation, 2010. P. 12.

[51] Phillips W., Lee H., Ghobadian A., O'Regan N., James P. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. Group & Organization Management, 2014, vol. 40 (3), pp. 428–461.

[52] Howaldt J., Butzin A., Domanski D., Kaletka C. Theoretical approaches to social innovation: A critical literature review. URL: http://www.si-drive.eu/wp-content/uploads/2014/11/D1_1-Critical-Literature-Review_final.pdf

[53] Bates S. The Social Innovation Imperative. Stanford Social Innovation Review, 2012, March. URL: http://www.ssireview.org/articles/entry/the_social_innovation_imperative

[54] Howaldt J., Butzin A., Domanski D., Kaletka C. Theoretical approaches to social innovation: A critical literature review. URL: http://www.si-drive.eu/wp-content/uploads/2014/11/D1_1-Critical-Literature-Review_final.pdf

[55] Murray R, Caulier-Grice J., Mulgan G. The Open Book of Social Innovation. London: Young Foundation, 2010. P. 11.

Рис. 2.1. **Стадии процесса развития социальных инноваций** (спиральная модель)

1. *Вызовы и возможности.* Проводится анализ факторов, которые актуализируют необходимость изменений и побуждают к инновациям. Эта стадия включает в себя диагностику проблем и причин, их вызывающих. На данном этапе важную роль играет обратная связь, которая помогает лучше понять потребности пользователей и разработать/адаптировать свой проект соответствующим образом.

2. *Стадия генерации идей*, которые могут исходить от самых разных источников: граждан, пользователей услуг, сообществ, персонала, секторов экономики или стран. Среди способов подключения этих источников к решению той или иной проблемы можно выделить банки идей, конкурсы, призывы в СМИ и т.д.

3. *Развитие и тестирование.* Здесь идеи проходят проверку на практике, что может быть сделано с помощью пилотных проектов, разработки прототипов или более формальных методов, таких как рандомизированные контрольные испытания. Этот шаг очень важен с точки зрения апробации идеи, выявления и дальнейшего устранения возможных неточностей и ошибок.

4. *Поддержка.* На данном этапе идея становится повседневной практикой. Производится определение и поиск основных источников доходов для обеспечения долгосрочной финансовой устойчивости проекта, осуществляется подбор кадрового состава и т.д.

5. *Масштабирование и диффузия.* Основная цель этой стадии – распространение социальной инновации и расширение ее территориального охвата. Для этого используется ряд стратегий: организационный рост, лицензирование, франчайзинг и др. Конкуренция и мотивация также играют важную роль в распространении социально-инновационных практик.

6. *Системные изменения*. Это конечная цель социальных инноваций. Системные изменения касаются многих элементов: бизнес-моделей, законов и правил, инфраструктуры, новых способов мышления и действий и т.д. Обычно это связано с изменениями в расстановке сил, что часто затрагивает как бизнес, органы власти, гражданское общество, так и домохозяйства. Например, инновации, связанные с сокращением выбросов углерода, на протяжении многих десятилетий стимулировались зеленым движением, поддерживались политиками, вводящими новые законы и правила, а затем и бизнесом, инвестиционными фондами чистых технологий[56].

Важно подчеркнуть, что процесс развития социальных инноваций не является линейным. Порой сначала возникает идея и понимание, как решить ту или иную проблему, и потом осуществляются какие-либо действия. А иногда, наоборот, идея формируется в ходе или после совершения каких-то действий. Между этапами развития социальных инноваций есть петли обратной связи и переходы. К примеру, социальные инновации необязательно могут проходить все стадии. Бывают и случаи, когда одна стадия начинается, когда предыдущая еще не завершилась. Например, процесс генерирования идей, а также прототипирование могут быть весьма итеративными, и разработка новых идей и адаптация подходов могут продолжаться и после того, как инновация становится устойчивой или начинает масштабироваться. Во многих случаях от планов отказываются, когда созданные прототипы терпят неудачу и инноваторы начинают все сначала[57].

Еще одним ограничением спиральной модели, по мнению экспертов, является допущение, что социальные инновации будут развиваться вечно[58]. Однако, как уже было сказано выше, некоторые проекты не являются успешными и могут не дойти до последней стадии. Кроме того, отдельные инициативы могут быть институционализированы как широко распространенные социальные практики, в результате могут возникнуть новые потребности, что приведет к необходимости разработки новых проектов[59]. Данный факт, иллюстрирующий развитие социальной инновации от идеи до зрелости, отражается в концепции «адаптивного цикла» Ф. Уэстли *(рис. 2.2)*[60].

---

[56] Caulier-Grice J., Kahn L, Mulgan G., Vasconcelos D. Study on Social Innovation. A paper prepared by the Social Innovation eXchange (SIX) and the Young Foundation for the Bureau of European Policy Advisors. EU/YF, 2010. P. 30.

[57] Howaldt J., Butzin A., Domanski D., Kaletka C. Theoretical approaches to social innovation: A critical literature review. URL: http://www.si-drive.eu/wp-content/uploads/2014/11/D1_1-Critical-Literature-Review_final.pdf

[58] Там же.

[59] Там же.

[60] Westley F. The Social Innovation Dynamic. Working Paper of Social Innovation Generation. URL: http://sigeneration.ca/blog/wp-content/uploads/2010/07/TheSocialInnovationDynamic.pdf

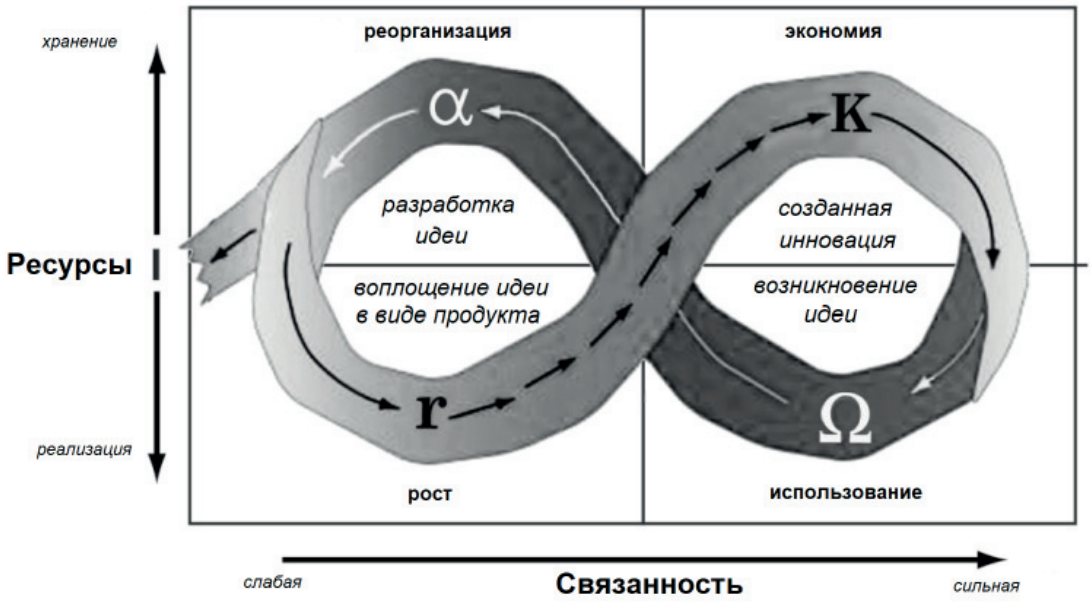



Рис. 2.2. **Модель адаптивного цикла Ф. Уэстли**

По мнению ученого, концепция социальных инноваций и концепция устойчивого развития, тесно связаны между собой. Для идеи устойчивости важно, чтобы фазы представлялись не линейными, а бесконечными циклами. Как только идея или организация достигает стадии зрелости, она должна высвободить ресурсы для внесения новизны или изменений, чтобы сохранить свою устойчивость[61]. Для отражения нелинейности процесса социальных инноваций Ф. Уэстли изобразила его в виде бесконечной петли.

В теории часто предполагается наличие одного локуса, откуда распространяется социальная инновация. Однако на практике чаще наблюдается противоположная ситуация, что скорее соответствует таким моделям, как «инновационный путь», которые представляют собой «пучок событий», как внутренних, так и внешних по отношению к социальным инновациям, вовлекающим множество акторов в изменчивые роли[62].

Социальные инновации возникают в сложной и динамичной среде, для описания которой, в частности, используется концепция экосистем. Так, специалисты включают в нее акторов и окружающую среду[63] При этом каждый актор выполняет те или иные функции (инициатора, поставщика ресурсов, конкурента и т.д.), которые зависят от определенных условий (нормативно-правовых, экономических, инфраструктурных, социальных и др.) и могут со временем меняться. Более подробно об этом подходе будет сказано далее.

---

[61] Westley F. The Social Innovation Dynamic. Working Paper of Social Innovation Generation. URL: http://sigeneration.ca/blog/wp-content/uploads/2010/07/TheSocialInnovationDynamic.pdf

[62] Scheuerle T., Schimpf G.-C., Glänzel G., Mildenberger G. Report on relevant actors in historic examples and an empirically driven typology on types of social innovation. Deliverable 5.1 of the CrESSI project. URL: https://www.sbs.ox.ac.uk/sites/default/files/research-projects/CRESSI/docs/CRESSI_Working_Paper_29_16_D5.1FINAL.pdf

[63] Bloom P., Dees G. Cultivate your Ecosystem. Stanford Social Innovation Review, 2008, Winter. URL: https://www.giftstogive.org/wp-content/uploads/2014/11/CultivateYourEcoSystem_StamfordReview_Dees-Bloom_2008.pdf

Таким образом, в развитии социальных инноваций участвует большое количество заинтересованных сторон, наделенных разнообразными ролями, а для описания динамики социально-инновационного процесса обычно используются спиральные и экосистемные модели. Хотя процесс развития социальных инноваций является нелинейным, тем не менее он проходит через ряд стадий, что помогает понять, на каком этапе требуется тот или иной вид поддержки в целях оптимального использования ресурсов.

## 2.2. ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** методологические подходы, территориальный подход, экосистемный подход.

В научной литературе можно встретить множество разнообразных точек зрения относительно того, как изучать социальные инновации. На основе систематизации имеющейся информации выделим ключевые подходы (более подробно см. *табл. 2.1*):

– *социологический подход*, подчеркивающий влияние социальных инноваций на социальные практики, характер и особенности социальных изменений (В. Запф, Ю. Ховальдт, М. Шварц, Н.И. Лапин, И.М. Бестужев-Лада и др.);

– *основанный на учете возможностей подход* (capability approach), рассматривающий движущие силы социальных инноваций через человеческое стремление (М. Нюсбаум, И. Робейнс и др.);

– *территориальный подход*, в рамках которого социальные инновации выступают как фактор устойчивого территориального развития (Ф. Муле, Ж.-Л. Клейн, Л.И. Старикова, Б.Р. Набиев и др.);

– *экономический подход*, предполагающий, что социальные инновации представляются как проекты, целенаправленно создаваемые и продвигаемые предпринимателями (М. Фуже, Н. Хардинг, Л. Халгард, З. Зиглер, А.А. Московская, К.И. Угольникова, О.В. Скудалова и др.);

– *подход проектного мышления* (design thinking) определяет генерацию и реализацию социальных инноваций на микроуровне и достижения одной или нескольких общих целей, главным образом, сосредоточившись на процессе самого дизайна (Т. Браун, К. Доэрти, Ф. Риццо и др.);

– *подход, основанный на совместных действиях* (participatory action) и включающий совместные и практические исследования, обучение на практике, оценку общественного участия, оценку способности к сотрудничеству (У. Уайт, К. Фрэйр, Дж. Айкен, частично – И. Краснопольская, И. Мерсиянова и др.);

– *институциональный подход*, сосредоточенный на изучении институциональной среды социальных инноваций как результата обмена знаниями и ресурсами, мобилизованными посредством легитимизации деятельности (Т. Хямяляйнен, Б. Пел, Е.В. Попов, И.С. Кац, Ж.К. Омонов и др.);

– *экосистемный подход*, предусматривающий рассмотрение системы социальных инноваций как экосистемы, по аналогии с биологическими системами (Ф. Уэстли, Дж. Симон, Ю. Ховальдт, Д. Домански и др.).

Таким образом, в настоящее время существует значительное многообразие подходов к изучению социальных инноваций. Поскольку сама концепция находится в стадии становления, это обуславливает тот факт, что отдельные аспекты рассматриваемого феномена в процессе исследования требуют применения различных методологических подходов и инструментов. Выбор определенного направления зависит как от целей конкретной работы, теоретических положений, лежащих в ее основе, так и от наличия доступных данных для проведения исследования. Обозначенные подходы представляются весьма актуальными для изучения социальных инноваций, однако, особое значение имеет экосистемный подход. Причины этого кроются в том, что идеи и проекты социальных инноваций не существуют сами по себе, в отрыве от государства и общества, и требуют поддержки и сотрудничества различных акторов.

В российской науке экосистемный подход применяется только в отношении системы инноваций в целом[64], и зачастую исследуются лишь отдельные аспекты развития теории и практики реализации социальных инноваций. В результате формирование экосистем социальных инноваций остается во многом недостаточно изученной областью. В силу многогранности рассматриваемого феномена исследования социальных инноваций во многом должны быть междисциплинарными, сочетающими в себе методологические подходы и методы различных научных направлений. Необходимо максимально полно охватить весь спектр деятельности субъектов, которые могут быть вовлечены в разработку и реализацию социальных инноваций, и, по возможности, непосредственно включать их в социально-инновационные процессы.

[64] К примеру, по мнению Н.В. Смородинской, в целом экосистемный подход акцентирует внимание на взаимодействиях участников (коллаборации), которые обеспечивают генерацию и распространение знаний с последующей трансформацией в инновации (см.: Смородинская Н.В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста // Инновации. 2014. № 7 (189). С. 27–33).

Таблица 2.1. **Основные методологические подходы к изучению феномена социальных инноваций**

| Подход | Авторы | Суть |
|---|---|---|
| Социологический | W. Zapf, J. Howaldt, M. Schwarz, Н.И. Лапин, И.М. Бестужев-Лада и др. | Подчеркивает влияние социальных инноваций на социальные практики, структуры и производство социальных изменений |
| Структуралистский, постструктуралистский, а также их разновидности | T.J. Hämäläinen, G. Tarde, G. Deleuze, C. Parnet и др. | Близок к социологическому, при этом анализ концентрируется на социальных структурах и их влиянии на процесс создания и развития социальных инноваций, а также непосредственно на процессах структурирования |
| Концепция креативности | M.D. Mumford, P. Moertl и др. | Акцентирует внимание на исследовании стратегий и тактик, которые используются для создания и внедрения социальных инноваций |
| Основанный на учете возможностей подход (capability approach) | M. Nussbaum, I. Robeyns, L. Tsakanika, R. Ziegler и др. | Рассматривает движущие силы социальных инноваций через человеческое стремление |
| Подход экономики благосостояния, а также близкий к нему подход преобразования потребностей в права (the translating needs into rights approach) | J. Jenson, S. Oosterlynck, Y. Kazepov, A. Novy, P. Cools, T. Sarius, F. Wokuvitsch и др. | Социальные инновации рассматриваются в контексте повышения уровня и качества жизни населения на микро- и макроуровнях с учетом различных характеристик систем социального обеспечения и социальной политики, связанных с различными профилями потребностей беднейшего населения |
| Подход психологии сообществ | Fairweather G.W., Seidman E. и др. | Социальные инновации определяются как механизмы, обеспечивающие позитивные социальные изменения в группах и сообществах |
| Подход территориального (в т.ч. городского) развития | F. Moulaert, J.-L. Klein, MacCallum D., Van Dyck B., Л.И. Старикова, Б.Р. Набиев и др. | Социальные инновации выступают как фактор устойчивого территориального развития |
| Подход проектного мышления (design thinking) | T. Brown, C. Docherty, J. Ratcliffe, F. Rizzo, S. Soule и др. | Определяет генерацию и реализацию социальных инноваций на микроуровне и достижения одной или нескольких общих целей, главным образом, сосредоточившись на процессе самого дизайна |

Окончание таблицы 2.1

| Подход | Авторы | Суть |
|---|---|---|
| Подходы «Исследование в действии» / «Исследования с вовлечением в действие» (action research/ participatory action research), а также подход сотворчества (co-creation approach) | K. Lewin, D. Song, Y. Lou, G.T. Aiken, частично – И. Краснопольская, И. Мерсиянова и др. | Включает совместные и практические исследования, обучение на практике, оценку общественного участия, оценку способности агентов к сотрудничеству в создании и распространении социальных инноваций |
| Управленческий | J.-L. Klein, J.-L. Laville, F. Moulaert и др. | Состоит в изучении того, как создать социальную ценность организационными средствами |
| Подход социальных практик (social practices approach) | A. Schröder, V. Weerakkody, R. El-Haddadeh, A. Butzin, A. Scoppetta, M. Weber, S. Dhondt, P. Oeij и др. | Выстраивание динамической взаимосвязи между социальными инновациями, областью ее применения и различными механизмами социальных изменений |
| Институциональный, критический институционалистский | T.J. Hämäläinen, B. Pel, Е.В. Попов, И.С. Кац, Ж.К. Омонов и др. | Сосредоточен на изучении институциональной среды социальных инноваций как результата обмена агентами знаниями и ресурсами, мобилизованными посредством легитимизации деятельности, а также их взаимовлияния |
| Экономический | M. Fougère, N. Harding, L. Hulgård, R. Ziegler, А.А. Московская, О.Г. Кантор, Ю.А. Кузнецова, О.В. Скудалова, О.И. Кондрашова, И.Ф. Колонтаевская и др. | Социальные инновации представляются как проекты, целенаправленно создаваемые и продвигаемые предпринимателями |
| Экосистемный | F. Westley, J. Simon, P. Bloom, G. Dees, J. Howaldt, D. Domanski и др. | Предусматривает рассмотрение системы социальных инноваций как экосистемы, по аналогии с биологическими системами |

## 2.3. УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОСИСТЕМ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** экосистема социальных инноваций, акторы социально-инновационного процесса, среда для развития социальных инноваций.

Как было обозначено в предыдущем параграфе, применительно к изучению социальных инноваций весьма актуальной является концепция экосистем. Она включает не только анализ участвующих в них субъектов, но и рассмотрение среды, в которой они находятся. При этом в отличие от систем, более статичных и ограниченных географически, экосистемы динамичны и не имеют четких границ.

Согласно исследованию, проведенному в рамках проекта Евросоюза SIMPACT, для формирования эффективной экосистемы социальных инноваций необходимо:

– создание благоприятной открытой среды для их развития;

– наличие акторов, поддерживающих развитие экосистемы;

– определенный потенциал регионального управления, способствующий применению социальных инноваций для решения широкого спектра проблем;

– включение в экосистему связей с внешней средой, обеспечивающей возможности взаимодействия с акторами различного уровня и обмена знаниями и ресурсами[65].

Следовательно, ключевыми составляющими экосистем социальных инноваций выступают *акторы* (органы власти, бизнес, научно-образовательные организации, структуры гражданского общества и др.), *социально-инновационная среда* (инфраструктура, нормы и правила, инновационная культура и т.д.), а также *потоки информационных, кадровых, финансовых и иных ресурсов*. Кроме того, необходимо принимать во внимание *социально-экономические условия конкретного региона*, которые во многом обуславливают потенциал развития социальных инноваций.

В экосистеме субъекты/заинтересованные стороны, имеющие различные ресурсы, коллективно работают над улучшением соответствующей среды, чтобы сделать ее благоприятной для развития социальных инноваций. Основные акторы социально-инновационного процесса и их роли были рассмотрены в рамках § 2.1.

Среда, способствующая разработке и реализации социальных инноваций, достаточно многогранна. Прежде всего, она включает в себя *нормативно-правовые условия*, которые регулируют общий контекст развития данного вида проектов. Сюда относятся различные политические программы, юридическое закрепление понятия и законодательство, определяющее основные меры поддержки. К примеру, в Евросоюзе социальные инновации являются центральным элементом европейских стратегических политических документов, инновационных дорожных карт, например, стратегии разумного, устойчивого и инклюзивного роста «Европа 2020»[66]. Они также входят в инновационную стратегию ОЭСР[67], в которой, в частности, подтверждено, что социальные инновации вносят вклад в решение глобальных проблем, таких как изменение климата.

---

[65] Boosting SI's Social and Economic Impact, 2016. Institute for Work and Technology: Gelsenkirchen, 2016. P. 56.

[66] EUROPE 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf

[67] The OECD Innovation Strategy. OECD. URL: https://www.oecd.org/site/innovationstrategy

Кроме того, в ряде исследований подчеркивается роль *политического контекста*, то есть существующей модели социальной политики, степени развития демократии, прозрачности решений правительственных структур, уровня коррупции[68].

***Стратегия «Европа-2020»***

Роль социальных инноваций:

- достижение социальных изменений и сплоченности в обществе;
- повышение конкурентоспособности территорий и экономического роста.

Значимым компонентом, оказывающим влияние на формирование благоприятной среды для развития социальных инноваций, выступают *экономические (финансовые) условия*. Они представляются важными на всех стадиях социально-инновационного процесса, поскольку во многом определяют устойчивость и выживаемость проекта. Финансовая поддержка может осуществляться как на государственном уровне, так и частными и некоммерческими организациями. Среди основных инструментов можно выделить различные субсидии и гранты, льготные кредиты, спонсорство и благотворительность, гарантийные поручительства, налоговые льготы, венчурную филантропию, облигации социального воздействия, краудфандинг и т.д. При этом существенно не только наличие, но и доступность получения той или иной помощи (например, кредита).

*Инфраструктурный фактор* также играет немаловажную роль. Социальным инноваторам может требоваться помощь в различных аспектах (юридических, организационных, информационных и т.д.) и на разных стадиях развития проектов. Данную поддержку они могут получить как в организациях, непосредственно созданных для оказания помощи таким инициативам, так и в учреждениях, целью которых является поддержка предпринимательства и инноваций в традиционном понимании. К первым относятся центры, акселераторы, инкубаторы социальных инноваций, сетевые платформы и т.д. Ко вторым – инновационные агентства, центры/фонды поддержки предпринимательства, исследовательские организации, коворкинги и т.д.

[68] Building the Social Innovation Ecosystem. A deliverable of the project: «The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe» (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research. URL: http://www.sigeneration.ca/wp-content/uploads/2014/12/TEPSIE-Graphic.pdf; Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world. The Economist. URL: https://www.essmart-global.com/wp-content/uploads/2016/12/2016.09.29-Economist-Social-Innovation-Index.pdf

Учитывая коллаборативный характер социальных инноваций, важно наличие *различных сетей и посредников*, которые способствуют налаживанию сотрудничества между заинтересованными в развитии социальных инноваций сторонами. Это позволяет объединить имеющиеся материальные и нематериальные ресурсы для достижения наилучшего результата.

*Социальный* и *культурный контекст* также формирует среду для развития социальных инноваций. Во-первых, это касается социальной и инновационной активности населения, того, насколько граждане вовлечены в деятельность организаций гражданского общества, каков уровень межличностного и институционального доверия, какие социальные и ценностные установки и нормы преобладают в обществе. Во-вторых, важна информационная составляющая, то есть наличие информации о социальных инновациях для широкой аудитории. В данном случае имеют значение, как наличие статистических данных, позволяющих оценить развитие социальных инноваций, так и присутствие социально-инновационного дискурса в СМИ и публичной политике. В-третьих, важным аспектом является наличие соответствующих образовательных ресурсов, призванных улучшить уровень и качество знаний и навыков в сфере социальных инноваций, способствовать получению/повышению квалификации кадров. Это осуществляется через краткосрочные (тренинги, семинары, курсы и др.) и долгосрочные образовательные программы (к примеру, в рамках программ подготовки и переподготовки кадров в организациях высшего образования).

*Исследования в области социальных инноваций* значимы как с точки зрения формирования более четкой теоретической концепции, так и для обоснования принятия управленческих решений в данной сфере. В настоящее время в силу отсутствия официального статистического учета категории социальных инноваций, эмпирические исследования являются существенным источником информации об их развитии. Например, Евросоюз в рамках рамочных программ поддерживает исследовательские проекты, направленные на изучение тех или иных вопросов, связанных с разработкой и реализацией социальных инноваций. Результаты данных исследований учитываются в деятельности правительственных структур и организаций.

*Технологический фактор* оказывает значительное воздействие на процесс развития социальных инноваций. Так, создание различных платформ позволяет более эффективно производить поиск партнеров и ресурсов, обмениваться опытом и информацией. Кроме того, новые технологии непосредственно дают возможность развиваться проектам, в частности, в медицине и образовании, помогая повысить качество услуг.

Таким образом, среда для развития социальных инноваций достаточно разнообразна, а ее благоприятность во многом определяет успешность социально-инновационных проектов, начиная от стадии генерации идей до диффузии и возможных системных изменений. При этом значимым аспектом является наличие сетей сотрудничества и эффективное взаимодействие заинтересованных сторон, без организации которого представляется невозможным формирование экосистемы, способствующей воспроизводству социальных инноваций.

## Вопросы для самопроверки и обсуждения

1. Перечислите, какие субъекты могут являться акторами социально-инновационного процесса.
2. Охарактеризуйте основные роли и функции заинтересованных в развитии социальных инноваций сторон.
3. Назовите основные этапы жизненного цикла социальных инноваций.
4. Как вы думаете, почему далеко не все проекты социальных инноваций проходят весь жизненный цикл?
5. Каковы основные методологические подходы к изучению социальных инноваций?
6. Какой из методологических подходов, на Ваш взгляд, является более подходящим для исследования социальных инноваций в современных условиях?
7. Что представляет собой экосистема социальных инноваций?
8. В каких условиях формируются социальные инновации? Какие из них, с Вашей точки зрения, наиболее значимы? Обоснуйте свой ответ.

## Практические задания

1. Проведите сравнительный анализ ролей различных акторов, включенных в процесс развития социальных инноваций. Выделите общее и особенное.
2. Выберите один проект социальных инноваций, реализуемый в России или за рубежом. Охарактеризуйте его жизненный цикл.
3. Изобразите схематически экосистему социальных инноваций такой, какой она представляется Вам.

## Темы для рефератов

1. Государство: роль и функции в развитии социальных инноваций.
2. Частный бизнес: выгоды и возможности от участия в проектах социальных инноваций.
3. Роль третьего сектора в воспроизводстве социальных инноваций.
4. Университеты и их вклад в разработку и реализацию социальных инноваций.
5. Жизненный цикл технологических и социальных инноваций: общее и особенное.
6. Основные методологические проблемы исследования социальных инноваций.
7. Методология и методы изучения социального предпринимательства.
8. Экосистемы социальных инноваций: сущность и развитие феномена в работах отечественных и зарубежных ученых.

## Рекомендуемая литература


1. Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G. The open book of social innovation. London: The Young Foundation, 2010. 224 p.
2. Domanski D., Howaldt J., Kaletka C. A comprehensive concept of social innovation and its implications for the local context – on the growing importance of social innovation ecosystems and infrastructures. European Planning Studies, 2019, vol. 28 (3), pp. 454–474. DOI: 10.1080/09654313.2019.1639397

3. Веретенникова А.Ю., Паникарова С.В. Жизненный цикл социальных инноваций в общественном секторе // Вестник Удмуртского университета. Сер.: Экономика и право. 2015. Т. 25. № 7. С. 118–121.
4. Kazepov Y., Saruis T., Wukovitsch F., Cools P., Novy A. How to study social innovation in poverty analysis. Methods and methodologies. URL: http://improve-research.eu/?wpdmact=process&did=NDYuaG90bGluaw
5. Schröder A., Weerakkody V., El-Haddadeh R. et al. METHODOLOGY REVIEW: Research Propositions, Data Collection and Analysis Framework. TUDO – Technische Universität Dortmund, 2014. 128 p.
6. Social innovation theory and research: a guide for researchers. A deliverable of the project: «The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe» (TEPSIE). European Commission – 7th Framework Programme. Brussels: European Commission, DG Research, 2014. 52 p.
7. Соловьева Т.С. Теоретические аспекты формирования и развития региональных социально-инновационных экосистем // Вестник НГИЭИ. 2019. № 3 (94). С. 84–93.
8. Соловьева Т.С. Развитие экосистем социальных инноваций в контексте формирования региональных инновационных подсистем // Региональная экономика. Юг России. 2019. Т. 7. № 3. С. 42–50.

# ГЛАВА 3

# ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ

## 3.1. ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ И СТРАНАХ ЕС

**Ключевые понятия:** социальные инновации, потенциал развития социальных инноваций, экосистема социальных инноваций, Россия, страны Евросоюза.

Одним из главных преимуществ стран Европы является социальная составляющая. Неслучайно ключевым драйвером экономического и общественного благополучия Европы выступает социальная экономика[69], в достижении целей которой важное место занимают социальные инновации, получившие мощный импульс к развитию в рамках стратегии «Европа 2020»[70]. Среди основных направлений поддержки социальных инноваций в рамках наднациональной политики Евросоюза можно выделить: помощь в обмене опытом, реализацию конкурсных программ, предоставление финансирования (как прямого, так и через структурные и инвестиционные фонды ЕС), поддержку инфраструктуры развития социальных инноваций и информирование об их преимуществах, содействие в проведении исследований по развитию теории и практики социальных инноваций[71] и т.д. Одним из ключевых мероприятий Евросоюза является формирование экосистем социальных инноваций, т.е. создание благоприятной среды для их развития. В то же время экосистемы социальных инноваций в Европе имеют некоторые различия, во многом обусловленные преобладанием той или иной модели социального обеспечения. В обобщенном виде выделяют три типа экосистем социальных инноваций *(табл. 3.1)*:

– *англосаксонскую*, нацеленную на смягчение причин, ведущих к бедности, и развитие личной ответственности;

– *континентальную*, поощряющую развитие социальных инноваций в рамках реализации политики предоставления государственных услуг в целях «общего блага»;

– *восточноевропейскую*, где особое значение отводится рядовым членам общества в силу низкого уровня доверия к органам власти и отсутствия ощутимой поддержки со стороны государственных фондов[72].

---

[69] The promotion of the social economy as a key driver of economic and social development in Europe. Council of the European Union. URL: http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15071-2015-INIT/en/pdf

[70] Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf

[71] Social Innovation. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en

[72] Дополнено на основе: OECD. Social Innovation Policy Framework for Croatia. 2016. URL: https://www.oecd.org/south-east-europe/programme/Social_Innovation_Policy_Framework_Croatia.pdf

Таблица 3.1. **Сравнительные характеристики европейских экосистем социальных инноваций**

| Тип/аспект экосистемы | Англо-саксонская | Континентальная | Восточноевропейская |
|---|---|---|---|
| Структура | Либерально-рыночная | Развитие сверху-вниз | Инициатива снизу |
| Усилия в области социальных инноваций | Акцент на воздействии на общество посредством генерирования доходов | Акцент на воздействии на общество | Акцент на воздействии на общество Информационно-пропагандистская деятельность |
| Институты (основные акторы) | Социальные предприятия | Государственные институты | Некоммерческие организации, ассоциации |
| Финансовые условия | Частные (фонды, инвестиции в социальные изменения) | В основном правительственные фонды ЕС (ESF / ERDF) | Правительственные фонды ЕС / Донорская поддержка |
| Содействие в распространении | Содействие правительства | Не сосредотачиваются на распространении | Не сосредотачиваются на распространении |
| Открытость к сотрудничеству | Открыта для сотрудничества | Индивидуалистический подход | Индивидуалистический подход |
| Преимущества | Оптимальное использование ресурсов, способность объединять различных субъектов на микро -, мезо-и макроуровнях для достижения большего социального воздействия | Долгосрочное планирование социального прогресса, способность находить ресурсы для крупномасштабных проектов и инициатив | Способность адаптировать наиболее успешные модели социальных инноваций из других стран |
| Недостатки | Отсутствие комплексного стратегического подхода | Недостаточный контроль эффективности государственных расходов, риски развития небольших проектов, не имеющих государственной поддержки | Недостаточная информированность общественности о социальных инновациях, отсутствие комплексного подхода к финансированию |

Находящуюся в процессе становления российскую экосистему социальных инноваций сложно отнести к какому-то одному типу, поскольку ей присущи характеристики как англосаксонской (основные акторы – социальные предприниматели, финансирование частных фондов, отсутствие комплексного стратегического подхода), так и континентальной (развитие «сверху-вниз», элементы государственного финансирования) и восточноевропейской (недостаточная информированность общественности о социальных инновациях) экосистем. Как и в европейских странах, большинство инициатив в России направлены на решение проблем в сфере обучения и непрерывного образования, здравоохранения и социального обеспечения, занятости и борьбы с бедностью[73].

Сформировать общее представление о том, насколько благоприятной является среда для развития социальных инноваций, позволяют данные аналитического отдела журнала «Экономист». Предложенный индекс, значения которого могут варьироваться от 0 до 100 баллов, включает в себя 4 блока показателей, характеризующих политическую и институциональную среду, возможности финансирования социально инновационного бизнеса, ценности предпринимательства, развитость

[73] Howaldt J., Kaletka C., Schröder A., Zirngiebl M. (eds.) Atlas of Social Innovation. New Practices for a Better Future. Sozialforschungsstelle, TU Dortmund University: Dortmund, 2018. Pp. 90–91, 125.

гражданского общества[74]. Преимуществом использования данной методики, в отличие от множества других, является обращение не только к количественным, но и к качественным индикаторам, которые рассчитываются на основе анализа публичных отчетов, интервью с экспертами, государственной политики и т.д. Всего в исследовании, проведенном в 2016 году, приняло участие 45 стран, среди которых Россия и 13 государств-членов Евросоюза.

Значения индекса свидетельствуют о неоднородности условий для развития социальных инноваций на территории ЕС *(табл. 3.2)*. Лидерами рейтинга являются Великобритания (77,3), Дания (71,2) и Бельгия (69,2). К числу аутсайдеров относятся Польша (52,6), Португалия (52,0) и Испания (44,8), продемонстрировавшие заметно худший результат. В разрезе отдельных компонентов индекса различия еще больше и достигают 40–50 баллов. В этом отношении характерно выделяется блок показателей «ценности предпринимательства», где межстрановые отличия не столь существенны в связи с господством рыночных принципов хозяйствования.

Таблица 3.2. **Индекс социальных инноваций в странах ЕС и России,** 2016 год

| Ранг | Политическая и институциональная среда | Возможности финансирования | Ценности предпринимательства | Развитость гражданского общества | Итоговая оценка |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Великобритания (86,6) | Бельгия (77,9) | Нидерланды (75,9) | Дания (83,9) | Великобритания (77,3) |
| 2 | Франция (79,6) | Дания (75,6) | Великобритания (68,4) | Ирландия (83,7) | Дания (71,2) |
| 3 | Бельгия (70,1) | Великобритания (75,1) | Ирландия (65,4) | Нидерланды (74,3) | Бельгия (69,2) |
| 4 | Германия (69,2) | Ирландия (73,4) | Дания (61,1) | Швеция (71,2) | Франция (66,4) |
| 5 | Дания (67,2) | Швеция (69,3) | Португалия (61,1) | Бельгия (68,0) | Германия (66,0) |
| 6 | Италия (64,2) | Германия (67,8) | Швеция (60,8) | Финляндия (66,8) | Швеция (65,7) |
| 7 | Швеция (63,3) | Финляндия (66,2) | Финляндия (60,5) | Великобритания (64,9) | Финляндия (59,2) |
| 8 | Польша (56,7) | Франция (61,9) | Германия (60,1) | Германия (61,1) | Нидерланды (57,7) |
| 9 | Португалия (53,8) | Италия (54,1) | Бельгия (55,1) | Португалия (56,6) | Италия (57,5) |
| 10 | Финляндия (52,1) | Нидерланды (52,9) | Франция (54,0) | Италия (50,4) | Ирландия (56,5) |
| 11 | Нидерланды (47,2) | Польша (51,4) | Польша (54,0) | Франция (50,0) | Польша (52,6) |
| 12 | Россия (46,3) | Испания (44,8) | Испания (52,3) | Испания (46,2) | Португалия (52,0) |
| 13 | Испания (41,7) | Португалия (38,2) | Италия (51,4) | Польша (43,1) | Испания (44,8) |
| 14 | Ирландия (33,8) | Россия (38,2) | Россия (46,3) | Россия (29,2) | Россия (41,4) |

На этом фоне Россия со значением индекса социальных инноваций 41,4 уступает не только лидерам рейтинга, но и аутсайдерам из числа стран ЕС. Причем это касается как интегральной характеристики, так и ее составляющих. Исключением является только политическая и институциональная среда, состояние которой, по мнению экспертов, несколько лучше, чем в Испании и Ирландии. Хуже всего дела обстоят с ценностями предпринимательства и развитием гражданского общества, где Россия занимает 41 и 43 места соответственно в *общем*

[74] Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world. The Economist. URL: https://eiuperspectives.economist.com/sites/default/files/Social_Innovation_Index.pdf?_ga=2.76740565.1533781807.1603270837-90272463.1603270837

*рейтинге* стран-участниц исследования. Это обуславливает тот факт, что особое значение в распространении практик социальных инноваций в условиях российской действительности отводится органам власти (движение «сверху-вниз»), стимулирующим процессы социальной активности в приоритетных для государства направлениях. Данная ситуация объясняется рядом причин. Во-первых, это существование административных, законодательных, финансовых и иных барьеров для внедрения социальных инноваций[75]. Примером таких преград являются научно-техническая направленность инновационной политики России и отсутствие законодательства, регулирующего развитие социальных инноваций. Во-вторых, низкая социальная активность россиян, которая, согласно экспертному опросу, проведенному РАНХиГС, представляет собой главную проблему, с которой сталкиваются общественные организации[76]. В-третьих, ментальные барьеры населения, которое с осторожностью относится к нововведениям и изменению привычной социальной реальности[77]. Впрочем, есть определенные подвижки и с другой стороны: люди, попавшие в сложную жизненную ситуацию, самостоятельно выходят из нее и начинают помогать другим. Этому процессу активно способствует высокий спрос на решение социальных проблем со стороны общества[78].

Причины сложившейся ситуации, когда на территории ЕС создаются лучшие условия для развития социальных инноваций, нежели в России, заключаются в определяющей роли внутренней политики государств в этом отношении. Безусловно, большое значение имеют и наднациональные стратегии развития, направленные на построение сплоченного, социально ориентированного европейского общества, послужившие основой для разработки инициатив в области социальных инноваций. Однако именно конкретные действия органов власти на местах приводят к самым ощутимым преобразованиям. Одним из таких примеров является Великобритания, где за последние десятилетия были сформированы благоприятные институционально-политические условия для развития социальных инноваций. Прежде всего, этому способствовала реализация комплексных государственных программ (например, «Большое общество» и «Открытые государственные услуги»), нацеленных на стимулирование гражданской активности населения и благотворительности, поддержку кооперативов, обществ взаимопомощи, благотворительных и социальных предприятий, привлечение инвестиций в социальную экономику[79]. В этот период произошли и серьезные институциональные изменения: создано Бюро по вопросам гражданского общества при Кабинете министров Великобритании; принято законодательство, регулирующее деятельность социальных предприятий (в т.ч. в части наделения привилегированным правовым статусом, снижения бюрократических и процедур-

---

[75] Соловьева Т.С. Роль социальных инноваций в решении социальных проблем: опыт России и Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2017. № 3 (80). С. 92–103.

[76] Старостин А.М., Понеделков А.В., Швец Л.Г. Гражданское общество в России в контексте трансфера инноваций // Власть. 2016. № 5. С. 11.

[77] Фарахутдинов Ш.Ф. Исследование готовности к инновациям сельских территорий Тюменской области // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2016. № 4 (48). С. 357–365.

[78] Соболева И.В., Чубарова Т.В. Социальная политика в России – контуры новой модели. М.: Институт экономики РАН, 2017. С. 8–27.

[79] Tunstall R., Lupton R., Power A., Richardson L. Building the Big Society. London: LSE, 2011. P. 3.

ных барьеров, предоставления возможности участвовать в социальном аутсорсинге); учреждены фонды, осуществляющие социальные инвестиции[80] и т.д.

Интересным представляется опыт Бельгии, которая занимает лидирующие позиции по возможностям финансирования проектов социальных инноваций. Как правило, подобного рода поддержка производится в форме грантов на развитие социальных проектов, субсидий, прямых и косвенных инвестиций в организации третьего сектора, облигаций социального влияния и кредитов, премий в области социальных инноваций[81] и т.д. Помимо этого, правительством Бельгии активно применяются особые меры фискальной политики в отношении социальных предприятий: налоговые льготы на социальное обеспечение, вычеты из взносов в социальные фонды, снижение ставки НДС[82]. Ресурсное обеспечение обозначенных направлений происходит как посредством централизованных фондов ЕС, так и при помощи государственных и частных программ, в совокупности образующих «богатую экосистему снабжения»[83].

Проблемы развития гражданского общества и ценностей предпринимательства носят специфический характер в зависимости от рассматриваемой территории, в результате чего их решение во многом связано с внутренними особенностями того или иного государства, что накладывает ограничения на использование опыта других стран. Однако именно данные аспекты имеют принципиальное значение в контексте социального предпринимательства как одного из важнейших проводников социальных инноваций.

Социальные инновации зачастую связывают с феноменом социального предпринимательства[84], генезис которого отчасти сопряжен с расширением доступа негосударственных организаций к реализации целей социальной политики. В Европе социальное предпринимательство получает серьезную поддержку, поскольку рассматривается государственными структурами как стимул к повышению вовлеченности сообщества в решение локальных проблем[85]. Инициативы Евросоюза (The Social Business Initiative, The Start-up and Scale-up Initiative и др.) определяют меры по улучшению ситуации на местах для социальных предприятий. Однако, в России, в отличие от стран Запада, отсутствовал серьезный фундамент для его развития[86], а внимание к идеям социального предпринимательства возникло в связи с деятельностью некоммерческих организаций и необходимостью развития гражданского общества в стране. Правительством был предпринят ряд инициатив, направленных на

---

80 Edmiston D. The UK Social Innovation Policy Agenda. Oxford: University of Oxford, 2015. Pp. 12–15.

81 Social Innovation in Belgium. SIC. URL: https://www.siceurope.eu/sites/default/files/uploads/documents/social_innovation_in_belgium_2016_0.pdf

82 Borzaga C., Galera G. Social Enterprises and their Eco-systems: Developments in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. P. 30.

83 Social enterprises and their eco-systems: A European mapping report. Updated country report: Belgium. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16377&langId=en

84 Westley F., Antadze N. Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact. Innovation Journal, 2010, vol. 15 (2), pp. 1–19.

85 Commission Staff Working Paper. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/working_document2011_en.pdf

86 Московская А.А., Соболева И.В. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // Проблемы прогнозирования. 2016. Т. 27. № 6. С. 701–706.

поддержку данных структур[87], однако постепенно происходит «исключение НКО из дискурса социального предпринимательства»[88] в силу различий в нормативно-правовом регулировании и ориентации на понимание социального предпринимательства как малого и среднего бизнеса.

Что касается международного контекста, то как показывает исследование Фонда Томсон Рейтер[89] за 2016 год, лидерами в данном аспекте являются Великобритания, Франция, Италия и Германия, а среди аутсайдеров – Испания, Ирландия *(рис. 3.1)*. Необходимо отметить, что условия развития социального предпринимательства более однородны, чем среда для реализации социальных инноваций в целом, так как территориальные различия в значениях индекса менее значительны. На верхних строчках рейтинга находятся страны, которые приняли национальные законы, регламентирующие развитие социального предпринимательства (Великобритания, Бельгия, Франция, Италия и др.).

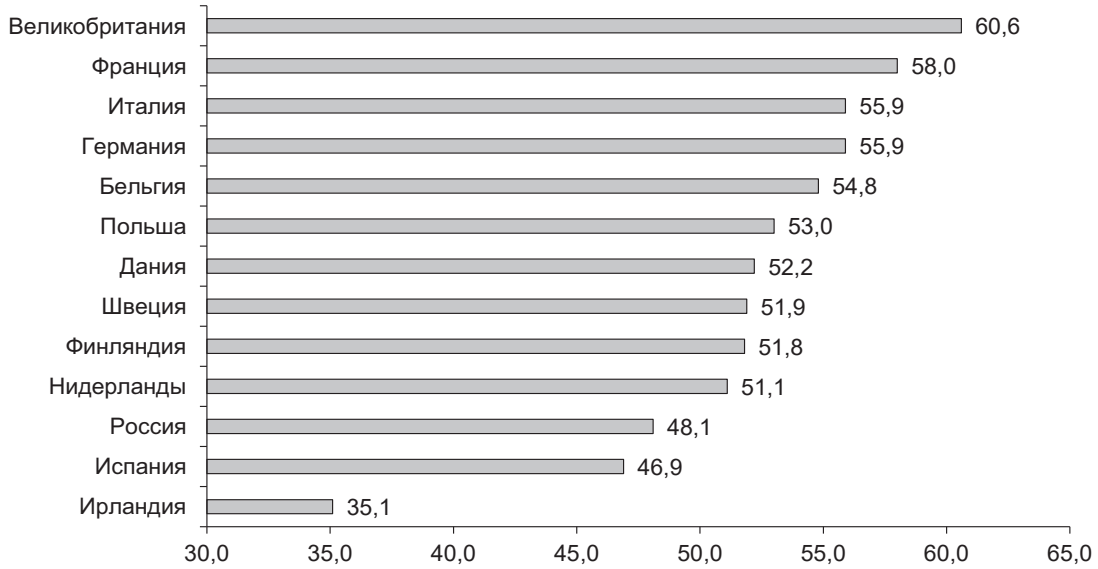



Рис. 3.1. **Индекс социального предпринимательства в странах ЕС и России,** 2016 год

Что касается отдельных составляющих индекса, то государственная поддержка социальных предпринимателей наиболее высока в Великобритании, простота получения грантов – в Польше, доступ к инвестициям в целом – в Бельгии, доступ к нефинансовой поддержке – в Швеции, простота реализации продукции/услуг – в

[87] О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросу поддержки социально ориентированных НКО»: федеральный закон № 40-ФЗ от 05.04.2010; Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации: федеральный закон № 442-ФЗ от 28.12.2013; О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О некоммерческих организациях» в части установления статуса некоммерческой организации – исполнителя общественно полезных услуг: федеральный закон № 287-ФЗ от 03.07.2016 и ряд других.

[88] Московская А.А., Соболева И.В. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // Проблемы прогнозирования. 2016. Т. 27. № 6. С. 701–706.

[89] The best place to be a Social Entrepreneur 2016. TRF. URL: http://poll2016.trust.org

Бельгии и Италии, привлечение кадров – во Франции, информированность о деятельности и возможность зарабатывать на жизнь – в Великобритании, темпы развития социального предпринимательства – в Норвегии.

Развитие социального предпринимательства в ЕС имеет свою национальную специфику. К примеру, во Франции и Бельгии – с традициями обществ взаимопомощи, в Польше и Италии – с деятельностью добровольцев и кооперативов, в Словакии и Ирландии – с работой НКО, в Великобритании – с активной поддержкой государственной политики[90]. Данные структуры оказывают значительное влияние на развитие социального предпринимательства. Как и в случае с социальными инновациями, создаются отдельные административные структуры, ответственные за развитие социального предпринимательства (Великобритания), а также целые комплексы организаций социальной экономики (Франция, Испания). Особое внимание уделяется образовательным программам в области социального предпринимательства. К примеру, во Франции соответствующие модули включены во многие программы университетов, а в Хорватии 28% бюджета Стратегии развития социального предпринимательства идет на развитие образования в данной области[91].

Россия занимает 31 место в *общем рейтинге* лучших стран для деятельности социальных предпринимателей. По мнению экспертов, хуже всего обстоят дела с темпами развития социального предпринимательства (последнее место), условиями для развития социальных предприятий, привлечением сотрудников с необходимыми знаниями, получением грантовых средств и продажей продукции бизнесу. Напротив, драйверами развития являются высокий спрос со стороны общества, возможность социальным предпринимателям зарабатывать на жизнь за счет своей деятельности, реализация товаров/услуг обществу и государству, по которым РФ обходит многие страны ЕС.

В России государственная политика, в общем и целом, направлена на поддержку социальных предпринимателей. В рамках сложившейся политико-институциональной среды имеются отдельные нормативно-правовые акты, определяющие сущностные основы социального предпринимательства и возможные направления его поддержки; функционируют Центры инноваций социальной сферы и организации, специализирующиеся на продвижении социальных проектов; в ряде регионов реализуются образовательные программы в области социального предпринимательства и т.д. Несмотря на важный шаг в развитии законодательства о социальном предпринимательстве (принятие поправок в ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»), оно по-прежнему нуждается в доработке. В частности, это касается включения НКО в категорию социальных предприятий, так как многие социальные предприятия зарегистрированы как НКО (более 60% согласно каталогу «Социальное предпринимательство России»[92]).

Первая крупная инициатива поддержки социальных инноваций в России, и в т.ч. социального предпринимательства, принадлежит частному бизнесу – президенту

---

[90] Borzaga C., Galera G. Social Enterprises and their Ecosystems: Developments in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. 50 p.

[91] Boosting Social Enterprise Development: Good Practice Compendium. OECD/EU. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264268500-en/index.html?itemId=/content/publication/9789264268500-en

[92] Социальное предпринимательство России. Gladway Foundation. URL: http://soindex.ru

компании ЛУКОЙЛ В. Алекперову, основавшему в 2007 году Фонд региональных социальных программ (ФРСП) «Наше будущее». Несмотря на определенные сложности, данный вид предпринимательства получил всероссийское распространение. Согласно отчетам фонда региональных социальных программ «Наше будущее», с 2007 по 2018 год в рамках деятельности организации было реализовано 234 инновационных проекта в 56 регионах страны. Однако в связи с отсутствием статистического учета социальных предпринимателей, в отличие от других стран мира, оценить реальное положение дел не представляется возможным. К примеру, в Испании подобную работу ведут Испанский национальный статистический институт и Испанская конфедерация работодателей социальной экономики. Согласно расчетам последней, по состоянию на 2012 год, численность социальных предпринимателей в Испании составила порядка 7830 человек, а за последние 8 лет было создано 190 тыс. новых рабочих мест[93]. По данным Агентства стратегических инициатив, в России на тот же период их насчитывалось около 500[94]. В настоящее время в стране ведется работа по формированию реестра социальных предпринимателей, и на настоящий момент в нем находится 2880 представителей данной категории[95].

В рамках поддержки деятельности некоммерческих организаций (НКО) в 2011 году Правительством РФ было инициировано создание автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив» (АСИ), одна из функций которой заключается в выявлении перспективных инициатив в сфере социального предпринимательства в регионах России. С 2013 года АСИ начало работу по созданию центров инноваций социальной сферы (ЦИСС), и в настоящее время насчитывается порядка 38 ЦИСС. Данная структура ориентирована на поддержку социального предпринимательства, однако, как свидетельствует практика, приоритет в оказании помощи отдается организациям малого и среднего бизнеса, а поддержка социально ориентированных НКО не осуществляется.

В 2017 году на II Форуме социальных инноваций регионов России был презентован первый в стране кластер социальных инноваций *(рис. 3.2)*[96], созданный в Омской области[97]. Он включает в себя первую в России Школу социального предпринимательства, «Клуб менторов и инвесторов», центры инноваций социальной сферы, предприятия и бизнес-структуры. Преимуществами кластера являются возможность минимизации затрат и мобилизации ресурсов, расширения масштабов бизнеса, более высокая устойчивость на рынке и т.д.

---

93 Empresas de Economía Social en España. CEPES. URL: https://www.cepes.es/cifras

94 Агентство стратегических инициатив // Официальный сайт АСИ. URL: https://asi.ru

95 Почти 3000 субъектов МСП вошли в реестр социальных предприятий // Новый бизнес. Социальное предпринимательство. URL: http://nb-forum.ru/news/pochti-3000-subektov-msp-voshli-v-reestr-sotsialnih-predpriyatii

96 Омский кластер социальных инноваций // ОРОО «ЦИСС Омской области». URL: http://cissinfo.ru/klaster-socialnyh-innovacij

97 Сибина С. Выбор улучшает качество услуг. В Омской области создают первый в стране кластер социальных инноваций // Российская газета. 2017. № 129 (7295). URL: http://www.mec.omskportal.ru/ru/RegionalPublicAuthorities/executivelist/MEC/news/2017/06/08/1496930259246.html

Рис. 3.2. **Кластер социальных инноваций в Омской области**

Что касается экономических условий развития социальных инноваций, то в России есть возможность получения государственных субсидий, грантов и льготных кредитов на различные социальные инновационные проекты, однако на практике это далеко не всегда осуществимо. Также существуют определенные налоговые льготы и возможности передачи бюджетных средств социальным инноваторам как поставщикам услуг в социальной сфере в виде сертификатов, компенсации затрат и др. Кроме того, возможно получение финансовой помощи (в форме беспроцентных займов, грантов и участия в капитале) в рамках корпоративной социальной ответственности крупного бизнеса, особенно в регионах присутствия компаний.

Кроме уже описанной выше помощи органов власти и крупных бизнес-структур, существуют альтернативные источники финансовой и нефинансовой поддержки. К ним относятся *образовательные и инкубационные программы общей и узкой направленности* (школы социального предпринимательства для НКО[98], для предпринимателей среднего и старшего возраста[99], школы экологического предпринима-

[98] Социальный Акселератор // ЦРНО. URL: http://spclub.crno.ru/sotsialnyiy-akselerator

[99] Ready to Start. Impact Hub Moscow. URL: http://www.impacthubmoscow.net/zayavka-na-uchasti-v-programme-ready-to-start

тельства[100] и т.д.), *конкурсы и премии* (Social Impact Award для молодых социальных инноваторов, «Конкурс лидеров социальных инноваций» и др.), *консультации экспертов из бизнес-сообщества на безвозмездной основе* и т.д. Помимо краткосрочных образовательных программ бизнес-инкубаторов, центров социальной сферы и ряда других структур, некоторые вузы России реализуют основные и дополнительные образовательные программы в сфере социальной инноватики и социального предпринимательства[101].

Наиболее крупные научные исследования в области социальных инноваций проводятся с 2012 года Вологодским научным центром Российской академии наук, с 2014 года – Институтом социально-экономических исследований Уфимского федерального исследовательского центра Российской академии наук, с 2015 года – Институтом экономики Уральского отделения Российской академии наук совместно с Уральским федеральным университетом имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. В то же время большинство работ носит теоретический характер, что обусловлено недостатком эмпирических данных о развитии социальных инноваций. Это подводит нас к еще одной проблеме – отсутствию системы статистического учета социальных инноваций и социального предпринимательства, в результате чего затрудняется оценка их распространения и вклада в развитие регионов.

Недостаточная проработанность нормативно-правовой базы развития социальных инноваций, а также относительно небольшое количество исследований (в т.ч. касающихся их вклада в социально-экономическое развитие территорий), приводят к тому, что органы власти (особенно на локальном уровне) далеко не всегда информированы о возможностях решения тех или иных проблем с помощью социально-инновационных проектов. При этом подобным инициативам зачастую приходится конкурировать с проектами реального сектора, в т.ч. технологическими инновациями, что нередко заканчивается в пользу последних, так как эффект от их реализации проявляется быстрее и более четко измерим в рамках конкретных экономических параметров.

Таким образом, практика поддержки социальных инноваций в Европе является достаточно успешной, что подтверждается данными ряда международных исследований. Адаптация имеющегося опыта к условиям российской действительности может оказать позитивное воздействие на развитие экосистемы социальных инноваций страны, т.е. на состояние среды для их создания и реализации, которая еще только формируется. Некоторые шаги в данном направлении сделаны, но их определенно недостаточно, как считают сами социальные инноваторы[102].

В первую очередь, необходимо *дальнейшее совершенствование нормативно-правового статуса социальных инноваций и социального предпринимательства*, что позволило бы четко определить критерии и формы поддержки. В данном случае особое внимание необходимо обратить на расширение возможностей поддержки НКО как

---

[100] Школа экологического предпринимательства // ШЭПР. URL: http://shepr.ru

[101] К примеру, в РЭУ им. Г.В. Плеханова – магистерская программа «Инновационное и социальное предпринимательство», в НИУ ВШЭ – Программа профессиональной переподготовки. Master in Management of Social Entrepreneurship / Мастер управления в социальном предпринимательстве «Социальные инновации и предпринимательство»; в Казанском федеральном университете – магистерская программа «Управление проектами в сфере социального предпринимательства» и т.д.

[102] Соловьева Т.С. Роль социальных инноваций в решении социальных проблем: опыт России и Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2017. № 3. С. 92–103.

значимого агента социальных инноваций, и в частности, социального предпринимательства. Кроме того, представляется важным использовать опыт стран ЕС в направлении разработки стратегии построения социальной и солидарной экономики в РФ, в которой будут отражены основные принципы формирования благоприятной политической и институциональной среды для развития социальных предприятий, некоммерческих организаций и волонтерства с учетом интересов всех слоев общества.

Во-вторых, требуется *развитие финансовых и нефинансовых механизмов стимулирования*. Как и в случае с технологическими инновациями, социальные инновации нуждаются в создании надлежащей инфраструктуры и ресурсном обеспечении. При этом именно последние требуют особых условий, связанных с активизацией и использованием инновационного потенциала всего общества. В данном случае необходимым является *повышение социальной активности населения, развитие человеческого потенциала, стимулирование сотворчества, расширение прав и возможностей отдельных категорий граждан*. Кроме того, важным направлением является *развитие образовательных программ* (как отдельных курсов, так и направлений подготовки в учреждениях профессионального образования) *в области социальных инноваций и социального предпринимательства*, что позволит решить многие проблемы в кадровой сфере.

В то же время необходимо не только формирование благоприятных условий, но и *усиление взаимодействия между различными акторами социально-инновационных экосистем*, а также *поиск новых механизмов развития социальных инноваций*, в частности, путем *активизации научно-исследовательских работ и информирования общественности о возможностях таких проектов в решении актуальных проблем общества*.

## 3.2. МЕСТО И РОЛЬ РАЗЛИЧНЫХ АКТОРОВ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ

**Ключевые понятия:** развитие социальных инноваций, экосистема социальных инноваций, роли акторов в развитии социальных инноваций.

Каждый актор в экосистеме социальных инноваций играет определенную роль, а иногда может выполнять несколько функций одновременно. Причем роли могут несколько отличаться в зависимости от территориального контекста. Рассмотрим, каким образом сами акторы социальных инноваций[103] в России воспринимают свои роли *(табл. 3.3)*. В предпринимательской среде наиболее распространенной является точка зрения о том, что бизнес оказывает, прежде всего, финансовую помощь (44%) и инфраструктурную поддержку (34%). Чуть менее популярной является позиция о технологическом и информационном сопровождении, а также об экспертно-консультативной деятельности (по 28% ответов для каждого варианта). Исходя из этого следует, что частный сектор выступает в качестве инвестора, осуществляющего ресурсную поддержку проектов социальных инноваций. Примеры же непо-

[103] В апреле – августе 2019 года был проведен экспертный опрос методом анкетирования представителей пяти групп акторов: органов власти и государственных структур (n = 34), частного бизнеса (n = 32), гражданского общества (n = 33), научно-образовательных организаций (n = 39) и социальных предпринимателей (n = 33). Генеральная совокупность составила 171 эксперт. Опрос проводился в 10 субъектах Северо-Западного федерального округа в электронной форме. Отбор экспертов производился по критериям принадлежности к соответствующей группе акторов, территориальной локализации, компетентности в рассматриваемом вопросе.

средственного участия в разработке подобного рода инициатив встречаются гораздо реже (25%). При этом каждый четвертый предприниматель (25%) отметил, что бизнес не играет особой роли в развитии социальных инноваций. Среди всех групп акторов данный результат является наибольшим.

Подавляющее большинство гражданских активистов и социальных предпринимателей, напротив, вовлечено в проектную деятельность по разработке социальных инноваций (61 и 64% соответственно) и заметно реже осуществляют ресурсную поддержку. Также немаловажная роль отводится формированию в обществе позитивного отношения к таким инициативам (61 и 55% соответственно). Далее в ответах экспертов возникают некоторые расхождения. Если представители гражданского общества концентрируют свое внимание на информационном сопровождении (42%), то социальные предприниматели делают акцент на лоббировании интересов социальных инноваторов (39%), что кажется вполне закономерным с точки зрения перспектив реализации собственных начинаний. Также первым в большей степени свойственно оказание помощи в получении образовательных услуг (33% против 9). Остальные различия не столь существенны.

Таблица 3.3. **Роль различных акторов в развитии социальных инноваций**

| Роль | Бизнес | | Гражданское общество | | Научно-образовательные организации | | Органы власти | | Социальные предприятия | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | % | ранг | % | ранг | % | ранг | % | ранг | % | ранг |
| Участие в разработке проектов социальных инноваций | 25,0 | 6 | 60,6 | 1 | 59,0 | 2 | 44,1 | 3 | 63,6 | 1 |
| Формирование в обществе позитивного отношения к социальным инновациям | 15,6 | 9 | 60,6 | 1 | 25,6 | 7 | 29,4 | 6 | 54,5 | 2 |
| Лоббирование интересов социальных инноваторов | 0,0 | 11 | 27,3 | 6 | 7,7 | 10 | 20,6 | 8 | 39,4 | 3 |
| Информационная поддержка | 28,1 | 3 | 42,4 | 3 | 35,9 | 5 | 61,8 | 1 | 33,3 | 4 |
| Консалтинг (консультирование, экспертизы и т.д.) | 28,1 | 3 | 30,3 | 5 | 51,3 | 3 | 32,4 | 5 | 27,3 | 5 |
| Инфраструктурная поддержка | 34,4 | 2 | 24,2 | 7 | 28,2 | 6 | 47,1 | 2 | 18,2 | 6 |
| Содействие проведению исследований в этой области | 12,5 | 10 | 21,2 | 8 | 74,4 | 1 | 14,7 | 9 | 15,2 | 7 |
| Осуществление финансовой помощи | 43,8 | 1 | 18,2 | 9 | 0,0 | 11 | 35,3 | 4 | 9,1 | 8 |
| Технологическая поддержка | 28,1 | 3 | 12,1 | 10 | 10,3 | 8 | 5,9 | 11 | 9,1 | 8 |
| Оказание содействия в получении образовательных услуг | 25,0 | 6 | 33,3 | 4 | 43,6 | 4 | 23,5 | 7 | 9,1 | 8 |
| Особой роли не играет | 25,0 | 6 | 12,1 | 10 | 10,3 | 8 | 8,8 | 10 | 6,1 | 11 |

Примечания: сумма ответов не равна 100%, так как по методике опроса можно было выбрать несколько вариантов; ранжировано по последнему столбцу.
Источник: здесь и далее – данные экспертного опроса представителей акторов социальных инноваций в субъектах СЗФО, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2019 год.

Ключевая роль научно-образовательных организаций в развитии социальных инноваций заключается в содействии проведению исследований в этой области (74%).

Ученые и преподаватели также достаточно едины в отношении участия в разработке социально-инновационных проектов (59%), предоставления консалтинговых (51%) и образовательных (44%) услуг. Как и в случае со структурами гражданского общества и социальными предприятиями, научно-образовательные организации практически не осуществляют ресурсную поддержку (за редким исключением в виде инфраструктурных вопросов).

В отличие от всех обозначенных стейкхолдеров, роль органов власти и государственных структур в развитии социальных инноваций наиболее многогранна. Она включает в себя как информационное сопровождение (62%) и участие в проектной деятельности (44%), так и оказание финансовой помощи (35%), консалтинг (32%) и формирование в обществе позитивного отношения к социальным инновациям (29%). Подобная активность может быть обусловлена не только широтой имеющихся полномочий, но и осознанием значимости данного направления. К числу наименее распространенных форм поддержки социальных инноваций можно отнести образовательную (6%) и технологическую (15%).

В отношении того, кто является основным инициатором социальных инноваций наблюдается абсолютная консолидация мнений *(рис. 3.3)*.

Рис. 3.3. **Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, кто выступает основным инициатором социальных инноваций в Вашем регионе?»,**
% от соответствующей группы экспертов

Отмечается главенствующее место гражданского общества (частота ответов варьируется от 33 до 61%) и социальных предприятий (от 21 до 45%). Далее следуют органы власти и государственные структуры, значимость которых в этом статусе не подтвердили только эксперты из числа социальных предпринимателей. Впрочем, аутсайдерами здесь являются частный бизнес и научно-образовательные организации.

Подводя итог вышесказанному, рассмотрим, какое место отводят эксперты различным акторам в процессе реализации социальных инноваций *(табл. 3.4)*.

Таблица 3.4. **Распределение ответов на вопрос «По Вашему мнению органы власти / структуры гражданского общества / бизнес / социальные предприятия должны выступать в качестве ...»,** % от соответствующей группы экспертов

| Роль | Бизнес | | Гражданское общество | | Научно-образовательные организации | | Органы власти | | Социальные предприятия | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | % | ранг | % | ранг | % | ранг | % | ранг | % | ранг |
| Заказчика, заинтересованного в реализации проектов социальных инноваций | **25,0** | **3** | 36,4 | 4 | 2,6 | 6 | **67,6** | **2** | 21,2 | 6 |
| Инициатора / разработчика проектов социальных инноваций | **25,0** | **3** | **57,6** | **2** | **59,0** | **2** | **38,2** | **3** | **63,6** | **2** |
| Партнера в процессе реализации проектов социальных инноваций | **81,3** | **1** | **84,8** | **1** | **89,7** | **1** | **73,5** | **1** | **69,7** | **1** |
| Инвестора, поддерживающего развитие проектов социальных инноваций | **37,5** | **2** | 3,0 | 7 | 2,6 | 6 | 17,6 | 7 | 9,1 | 7 |
| Координатора в процессе реализации проектов социальных инноваций | 18,8 | 5 | **48,5** | **3** | **51,3** | 3 | 35,3 | 4 | **51,5** | **3** |
| Посредника, отвечающего за взаимодействие различных субъектов по вопросам развития социальных инноваций | 15,6 | 7 | 27,3 | 6 | 25,6 | 5 | 20,6 | 6 | 27,3 | 4 |
| Потребителя социальных инноваций (посредством воспроизводства/тиражирования успешного опыта) | 18,8 | 5 | 30,3 | 5 | 33,3 | 4 | 26,5 | 5 | 24,2 | 5 |
| Примечание: сумма ответов не равна 100%, так как по методике опроса можно было выбрать несколько вариантов. | | | | | | | | | | |

В первую очередь подчеркивается, что все участники должны быть партнерами. Подобную точку зрения разделяет подавляющее большинство респондентов (от 70% среди социальных предпринимателей до 90% в академическом сообществе). В качестве инициатора/разработчика проектов социальных инноваций лучше всего подходят социальные предприятия (64%), научно-образовательные организации (59%) и структуры гражданского общества (58%). На роль заказчика претендуют, прежде всего, органы власти (68%), в то время как ключевым инвестором следует стать бизнесу (38%). Координация всей этой деятельности должна возлагаться на социальных предпринимателей (52%), науку и образование (51%), гражданских активистов (49%). Похожим образом обстоят дела и в случае выполнения посреднических функций по налаживанию взаимодействия между различными акторами и потребления социальных инноваций посредством их тиражирования и воспроизводства. По мнению экспертов, меньше всего данные роли отвечают интересам бизнеса и органов власти.

Таким образом, в настоящее время основными инициаторами социальных инноваций в России на региональном уровне выступают структуры гражданского общества и социальные предприниматели. Научно-образовательные организации в основном оказывают содействие в проведении исследований в этой области и участвуют в проектной деятельности. Роль бизнеса, как правило, заключается в осуществлении финансовой помощи, инфраструктурном и технологическом обеспечении инновационной деятельности. В свою очередь органы власти и государственные структуры предоставляют наиболее широкий спектр разнообразных форм поддержки. Примечательно, что текущее место акторов в развитии социальных инноваций, по мнению

экспертов, несколько отличается от того, что должно быть на самом деле. В этой связи требуется проведение работы в направлении совершенствования взаимодействия между заинтересованными сторонами путем поиска и согласования взаимных интересов, а также действий, направленных на формирование благоприятной экосистемы для развития социальных инноваций.

## 3.3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ АКТОРОВ ПО ВОПРОСАМ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ

**Ключевые понятия:** акторы экосистемы социальных инноваций, взаимодействие акторов.

В концепции экосистем важным аспектом является рассмотрение вопроса взаимодействия различных партнеров применительно к социальным инновациям, поскольку от этого напрямую зависит формирование благоприятной среды для их воспроизводства. В то же время в силу отсутствия официального статистического учета достаточно сложно оценить ситуацию в данной сфере. Поэтому, как и для изучения многих других аспектов, связанных с развитием социальных инноваций, на практике используются методы качественных социологических исследований (например, углубленные интервью, экспертные опросы, кейс-стади и др.).

В ходе одного из таких исследований, проведенных специалистами ФГБУН ВолНЦ РАН в 2019 году, на основе экспертного опроса методом онлайн-анкетирования различных акторов, которые могут включаться в процесс развития социальных инноваций, в 10 субъектах Северо-Западного федерального округа был проанализирован сложившийся уровень взаимодействия между ними[104]. В результате было выявлено, что фактор налаженного взаимодействия органов власти, бизнеса, гражданского общества и других партнеров выступает одним из важнейших драйверов развития социальных инноваций. С другой стороны, это же аспект, т.е. отсутствие крепких связей между акторами социальных инноваций, оказывает наиболее негативное влияние на их развитие.

При этом большинство участников данного процесса заинтересовано в партнерских отношениях друг с другом. Результаты расчетов показали, что предприниматели хуже всего оценивают свои взаимоотношения с другими стейкхолдерами по вопросам развития социальных инноваций *(рис. 3.4)*.

[104] При этом был использован вопрос: «Оцените, пожалуйста, уровень взаимодействия между [актор n] и [актор m] по вопросам развития социальных инноваций в регионе», для ответа на который экспертам необходимо было оценить позицию «взаимодействие в целом» с помощью 5-балльной шкалы, где 1 – низкий уровень, а 5 – высокий уровень. Вариант «затрудняюсь ответить» не учитывался в ходе анализа. Расчет индекса осуществлялся на основе средней арифметической взвешенной, деленной на 100. Итоговый показатель принимает значения от 0 до 1, которые могут быть интерпретированы как наименьшая и наивысшая степень партнерских отношений соответственно. Для большей наглядности было выделено 3 уровня взаимодействия: низкий, средний и высокий (в соответствии с количеством вариантов ответа). Данная группировка построена по принципу моды и отражает группу, где значения признака повторяются с наибольшей частотой в изучаемой совокупности. В свою очередь выделение конкретных форм взаимодействия производилось посредством закрытого вопроса, в рамках которого экспертам предлагалось отметить все подходящие варианты ответа или предложить свой.

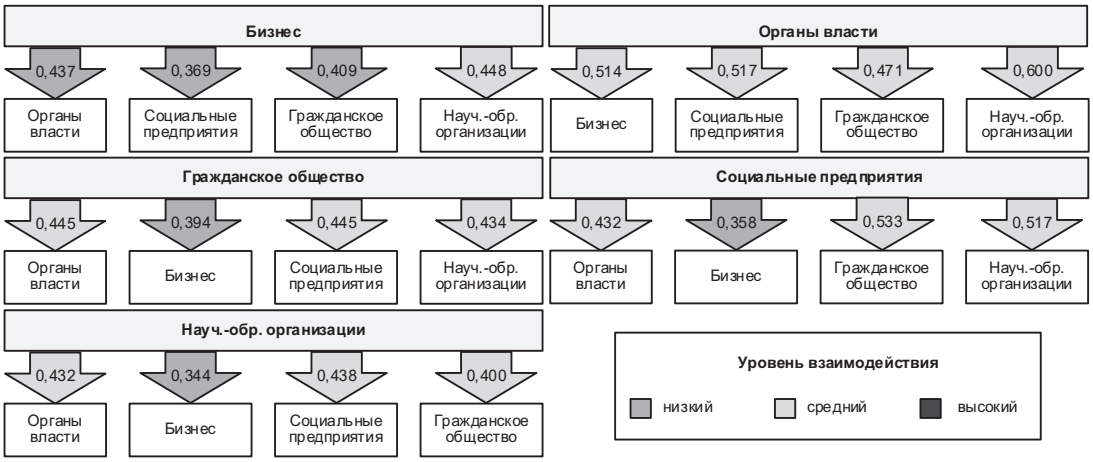



Рис. 3.4. **Уровень взаимодействия различных акторов по вопросам развития социальных инноваций**

В данном контексте только сотрудничество с научно-образовательными организациями находится на среднем уровне (значение индекса составляет 0,448). Во всех остальных случаях наблюдается низкая степень взаимодействия: «бизнес – социальные предприятия» (0,369), «бизнес – гражданское общество» (0,409) и «бизнес – органы власти» (0,439). Наиболее распространенными формами поддержки со стороны бизнес-сообщества применительно ко всем обозначенным участникам выступают: финансовая помощь, информационно-консультационное сопровождение, инфраструктурное и техническое обеспечение инновационной деятельности. Нельзя не отметить также тот факт, что предприниматели зачастую затруднялись ответить на вопрос о конкретных направлениях сотрудничества в области развития социальных инноваций. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что партнерские отношения бизнеса с другими акторами являются наиболее ограниченными. В зарубежной научной литературе, как правило, эта роль отводится университетам и исследовательским центрам[105].

Представители гражданского общества, научно-образовательных организаций и социальных предприятий оценивают общее состояние взаимодействия на среднем уровне. При этом каждый из участников социально-инновационного процесса подтвердил неразвитость связей с бизнесом. Самые низкие значения индекса были получены от экспертов из числа ученых и преподавателей (0,344). Данный результат кажется несколько противоречивым, поскольку предприниматели, напротив, оценили уровень взаимодействия с научно-образовательными организациями выше всего.

Среди структур гражданского общества наиболее тесные деловые отношения сложились с органами власти и социальными предприятиями (значения индекса составили по 0,445 соответственно). Это проявляется, прежде всего, в оказании информационно-консультационной поддержки. Также достаточно распростране-

[105] Butzin A., Terstriep J. Actors and Roles in Social Innovation. In: Howaldt J., Kaletka C., Schröder A., Zirngiebl M. (eds.). Atlas of Social Innovation. New Practices for a Better Future. Sozialforschungsstelle, TU Dortmund University: Dortmund, 2018. Pp. 76–77.

но предоставление образовательных и имиджевых услуг, научно-методического и кадрового сопровождения. Все эти направления актуальны и для научно-образовательных организаций, и для бизнеса. Однако именно в отношении последних гражданские активисты достаточно часто (примерно в четверти случаев) не могли сформулировать конкретные меры поддержки, которые они оказывают для развития социальных инноваций.

В области развития социальных инноваций научно-образовательные организации активнее всего сотрудничают с социальными предприятиями (0,438) и органами власти (0,432). Как правило, университеты и исследовательские центры осуществляют информационно-консультационную, кадровую и инфраструктурную поддержку, а также обучение и научно-методическое сопровождение. Вместе с тем более чем каждый пятый представитель академического сообщества (22%) высказался о том, что научно-образовательные организации не оказывают никакой поддержки органам власти в вопросах развития социальных инноваций. Среди других акторов такая точка зрения получила куда меньшее распространение (порядка 9% респондентов). В этой связи можно сделать предположение о невысокой востребованности усилий науки и образования по развитию социальных инноваций со стороны властных структур.

Социальные предприятия наиболее позитивно оценивают свое взаимодействие со структурами гражданского общества (0,533) и научно-образовательными организациями (0,517). Примечательно, что более 40% социальных предпринимателей обратили внимание на невозможность обозначить конкретные направления по поддержке последних. Как и в примере выше, это может быть связано с отсутствием четкого понимания роли университетов и исследовательских центров в развитии социальных инноваций. В остальном же представители социальных предприятий преимущественно оказывают информационно-консультационную поддержку. При этом если в отношении бизнеса и органов власти чаще осуществляется помощь в формировании благоприятного имиджа социальных инноваций, то в отношении структур гражданского общества и научно-образовательных организаций – в инфраструктурном сопровождении инновационной деятельности.

В отличие от обозначенных акторов органы власти заметно выше оценивают общий уровень взаимодействия. Об этом свидетельствуют соответствующие индексы, значения которых принимают от 0,471 до 0,600 усл. единиц. Несмотря на это, теснота связей между каждым из участников может быть охарактеризована только как средняя. Согласно мнению представителей государственных структур, наиболее высокий уровень партнерских отношений сложился с научно-образовательными организациями (0,600). Однако, как и в случае с социальными предприятиями, каждый третий эксперт не смог выделить конкретные формы поддержки академического сообщества в интересах развития социальных инноваций. Для всех акторов без исключений органы власти осуществляют, прежде всего, информационно-консультационную и инфраструктурную помощь. Применительно к бизнесу и социальным предприятиям также весьма распространено оказание финансовой поддержки (финансирование проектов социальных инноваций, привлечение инвестиций и т.д.). Вместе с тем такая форма сотрудничества в два раза реже наблюдается в отношении научно-образовательных организаций и структур гражданского общества (18–25% против 44–47%).

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что процесс становления партнерских отношений между различными акторами социальных инноваций в России находится еще в начале пути и сопряжен со множеством сложностей. В качестве приоритетных направлений повышения общего уровня взаимодействия стейкхолдеров должно стать налаживание диалога с частным бизнесом, принимая во внимание его возможности и интересы, а также четкое позиционирование университетов и исследовательских центров в социально-инновационной деятельности. В свою очередь укрепление межсекторального сотрудничества будет способствовать формированию благоприятной среды для развития социальных инноваций.

### Вопросы для самопроверки и обсуждения

1. Перечислите, какие типы экосистем социальных инноваций выделяют? В чем их отличия?
2. К какому типу можно отнести российскую экосистему социальных инноваций?
3. Охарактеризуйте, что из себя представляет Индекс социальных инноваций, предложенный аналитическим отделом журнала «Экономист».
4. Какие страны лидируют по уровню потенциала для развития социальных инноваций?
5. Назовите основные причины отставания России от лидеров в рейтинге стран с наиболее благоприятной средой для развития социальных инноваций?
6. Каковы особенности условий для развития социального предпринимательства в России и за рубежом?
7. Дайте характеристику основных направлений поддержки социальных инноваций и социального предпринимательства в России.
8. Обозначьте, какие роли и функции выполняют ключевые акторы в развитии социальных инноваций в России.
9. Каков в целом уровень взаимодействия между акторами по вопросам развития социальных инноваций? Назовите главные проблемные аспекты.

### Практические задания

1. Используя данные аналитического отдела журнала «Экономист», проведите сравнительный анализ среды для развития социальных инноваций в различных регионах мира (Европа, Азия, Америка, Африка). Выделите общее и особенное.
2. Попробуйте описать, каким образом Вы как студенты могли бы вносить свой вклад в развитие социальных инноваций.
3. Представьте, что Вы – социальный предприниматель, который хочет не только продвигать свой проект, но и условия для развития подобных проектов в целом. Как бы Вы выстроили стратегию налаживания взаимодействия с другими акторами?

### Темы для рефератов

1. Социальные инновации в США: условия для развития и примеры успеха.
2. Направления поддержки социального предпринимательства за рубежом.
3. Опыт поддержки социального предпринимательства в регионах России.

4. Обучение в сфере социальных инноваций и социального предпринимательства: обзор успешных практик.
5. Инфраструктура поддержки социальных инноваций в России и зарубежных странах.
6. Роль и функции акторов в вопросах развития социальных инноваций: сравнительный анализ российских и зарубежных кейсов.
7. Взаимодействие акторов в рамках разработки и реализации социальных инноваций: обзор эмпирических исследований.
8. Государство, бизнес и гражданское общество: возможности для взаимодействия в контексте развития социальных инноваций в России.

## Рекомендуемая литература


1. Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world. The Economist. URL: https://eiuperspectives.economist.com/sites/default/files/Social_Innovation_Index.pdf?_ga=2.76740565.1533781807.1603270837-90272463.1603270837
2. Borzaga C., Galera G. Social Enterprises and their Eco-systems: Developments in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. 50 p.
3. Howaldt J., Kaletka C., Schröder A., Zirngiebl (eds.). Atlas of Social Innovation – New Practices for a Better Future. Sozialforschungsstelle, TU Dortmund University: Dortmund; Eggenstein: Stober GmbH, 2018. 245 p.
4. Howaldt J., Kaletka C., Schröder A., Zirngiebl (eds.). Atlas of Social Innovation: 2nd Volume – A World of new Practices. Sozialforschungsstelle, TU Dortmund University: Dortmund; oekom Verlag GmbH: Munich, 2019. 208 p.
5. Кузнецова Ю.А. Социальные инновации в Российской Федерации: институциональный и информационный аспекты. Новокузнецк: ИП Петровский К.В., 2020. 131 с.
6. Социальные инновации в Испании, Китае и России: ключевые аспекты развития / Соловьева Т.С. [и др.] // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 2. С. 52–68. DOI: 10.15838/esc.2018.2.56.47
7. Соловьева Т.С. Роль социальных инноваций в решении социальных проблем: опыт России и Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2017. № 3. С. 92–103.
8. Соловьева Т.С., Попов А.В. Оценка межсекторального взаимодействия по вопросам развития социальных инноваций на региональном уровне // Социальное пространство. 2019. № 4 (21). С. 2. URL: http://socialarea-journal.ru/article/28314. DOI: 10.15838/sa.2019.4.21.2
9. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А.А. Московская. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. 288 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-0883-1
10. Борискина Т.Б., Пескова О.С., Матющенко С.И. Социальное предпринимательство в России: перспективы развития. Волгоград: ВолгГТУ, 2016. 96 с.

# ГЛАВА 4

# ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

## 4.1. ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** социальное предпринимательство, социальные инновации, барьеры и стимулы.

Перспективы развития социальных инноваций во многом зависят от ряда драйверов и барьеров, отражающих те возможности и проблемы, с которыми сталкиваются различные акторы при разработке и реализации подобного рода проектов. В общем и целом, согласно данным ВЦИОМ, каждый четвертый россиянин готов реализовывать инновационные идеи в случае поддержки государства[106]. Однако на практике ситуация выглядит гораздо сложнее, в особенности если обратиться к комплексным исследованиям в этой области.

В научном проекте PUBLIN (2003–2006 гг.), поддержанном Пятой рамочной программой ЕС, были выявлены драйверы и барьеры развития социальных инноваций на территории Европы. К числу последних был отнесен консерватизм, который проявлялся в недостаточном стремлении к новому, неприятии риска, отсутствии возможностей для развития сотрудников. Среди драйверов – ощущение причастности к разработке и внедрению социальных инноваций, схожие интересы партнеров в смежных областях, карьерные амбиции[107].

Д. Чалмерс выделяет схожие барьеры: нескоординированность действий представителей различных секторов (государственного, частного, некоммерческого), недостаточная распространенность информации о социальных инновациях, о лучших практиках их внедрения, отсутствие необходимых знаний и навыков в этой области, сопротивление изменениям вследствие стереотипов и норм поведения населения[108].

***Коротко о главном***

67% россиян считают, что благодаря инновациям наша экономика выйдет на более высокий уровень, 28% полагают, что начать внедрять нововведения необходимо незамедлительно;

26% опрошенных готовы реализовать свои инновационные идеи при поддержке государства и частного сектора.

---

[106] Инновации в России: от идей – к практике // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=343

[107] Голубева А.А., Соколова Е.В. Инновации в общественном секторе: введение в проблему // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2010. № 4. С. 28–57.

[108] Chalmers D. Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. Local Economy, 2012, vol. 29, pp. 17–34.

Отдельные группы барьеров (протекционизм и антипатия к риску) выделяются на основе таких признаков как степень принятия населением инноваций, особенности поведения при реализации новшеств. Сочетания критериев задают типы инновационных барьеров: принятие инноваций, но пассивное поведение в ходе их реализации; отрицательное отношение к нововведениям при отсутствии активного сопротивления их внедрению; неприятие любых изменений и активное сопротивление их внедрению. На усиление или ослабление действия барьеров влияют возраст, уровень образования, профессиональная квалификация, стаж работы; социальный статус; характер трудовых операций[109]. Барьеры преодолеваются с использованием модели открытых инноваций, предполагающей развитие сетей и кооперации между стейкхолдерами[110].

Что касается ситуации в России, то в этом случае нам могут помочь данные углубленных интервью[111], проведенных с социальными инноваторами в 2019 году. Среди направлений отобранных проектов – помощь взрослым, преодоление проблем личностного (нарушения в развитии, реабилитация после инсультов, черепно-мозговых травм) и межличностного характера; сохранение, укрепление и профилактика психического здоровья населения, улучшение качества жизни, достижение нового уровня личностного и профессионального развития.

Основные барьеры для внедрения социальных инноваций:

- отсутствие помощи со стороны органов власти (в развитии психологического центра «*никакой поддержки не оказывают*»);
- невысокий уровень взаимоотношений между субъектами («*самый низкий балл по пятибалльной шкале*»), между властью, бизнесом, гражданским обществом, научно-образовательными структурами (*в рамках проекта Центра супервизорской и психологической помощи «Сознание» уровень взаимодействия «оценен на 2 балла по пятибалльной шкале («только в начале пути»)*»);
- невысокие оценки в отношении экономических условий («*их благоприятность для реализации социальной инновационной деятельности в регионе оценена на 2 балла*»; они могут препятствовать реализации проекта в противовес «*государственному субсидированию*»);
- неиспользование грантовых и других источников поддержки («*знаю о существовании грантов и всего остального, все делали самостоятельно… кто знает, в принципе может воспользоваться*»);

---

[109] Хохлова Т.П. Пути преодоления инновационных барьеров в SMART-экономике // Сфера услуг: инновации и качество. 2014. № 17. URL: http://journal.kfrgteu.ru/files/1/2014_17_9.pdf

[110] Омонов Ж.К. Барьеры развития социальных инноваций // Журнал экономической теории. 2016. № 2. С. 189–193.

[111] Углубленные интервью с социальными инноваторами, в т.ч. социальными предпринимателями, в регионах Северо-Западного федерального округа (n = 21) в апреле – июле 2019 года. Средняя продолжительность интервью составила 1–1,5 часа. Отбор респондентов осуществлялся на основе метода простого случайного отбора (поскольку знания об объекте исследования – социальных инновациях – достаточно дефицитны) с использованием информации с сайтов Центров инноваций социальной сферы и социальных сетей, а также результатов региональных конкурсов социальных проектов с учетом территориальной локализации (охват всех субъектов СЗФО) и максимального разнообразия сфер деятельности (повышение качества жизни пенсионеров, возрождение традиционной народной культуры, дополнительное и дошкольное образование детей, в т.ч. детей-инвалидов, экология и экологическое просвещение, реабилитация и социальная адаптация детей и взрослых-инвалидов и их семей, помощь осужденным и детям-сиротам, трудоустройство инвалидов и выпускников детских домов, производство продукции для детей, больных аутизмом и др.). Интервью проводились, как в форме личной очной беседы, так и посредством Skype.

• недоступность для социальных инноваторов конкурсов (*«практически все конкурсы нацелены на НКО, а соцпредприниматели не всегда являются НКО и хотят быть НКО»*);

• низкий уровень знаний, умений и навыков как непосредственно социальных инноваторов (*«сложность в незнании… как организовать»*, помимо этого имело место *«незнание законов <когда создавался проект>, все, что связано с налоговой, с бухгалтерией»*), так и населения в целом (*«не готово общество, нет доступной среды, нет методик, нет программ, педагоги не знают, как работать с такими детьми»; «у меня родился "такой" ребенок, поняли, что у нас проблемы… специалисты ничем помочь внятно не могут, и объяснить, что надо делать, чтобы это приносило положительные результаты…»*);

• проблемы с обеспеченностью кадрами (*«большое количество мероприятий и недостаточное количество сотрудников для их проведения и передачи опыта коллегам в регионе»*);

• безответственное отношение к деятельности (*«не ответственное отношение молодежи к выбранному делу, добровольчество «не по смыслам», меркантильный интерес к волонтерству, неспособность молодежи к долгосрочному планированию; сезонность вовлеченности в волонтерство молодежи (вследствие сессий/каникул)»*);

• низкая обеспеченность помещениями для реализации целей проекта (*«изначально хотели свое маленькое здание, но не получается… только арендуем помещение…»; «когда начинали, была квартира, она была не выведена из жилого фонда, поэтому было много проблем, в т.ч. и с соседями»*); проблемы в отношении отдельных конструкций помещений (*«решаем вопрос с крыльцом… проект разработали, спонсоров нашли… не одобряют жильцы дома, потому что по проекту клумба будет затронута»*); проблемы в отношении обеспеченности средствами связи (*«труднодоступность населенных пунктов, в т.ч. и вследствие отсутствия мобильной связи и интернета…»*).

Наряду с обозначенными барьерами существуют и драйверы, оказывающие позитивное влияние на развитие социальных инноваций:

• наличие идеи (*«… хочется идти и менять жизнь к лучшему... и Вселенная помогает, ведет …»*);

• переосмысление ситуации по сравнению с прошлым опытом: *«основной двигатель – возможность оглянуться назад… вспомнить, как раньше было, и что есть»*;

• положительные изменения как мотивационная основа (*«энтузиазм людей… не будет энтузиастов, ничего не сдвинется с места»*); поддержка со стороны близких людей и партнеров (*«желание заниматься любимым делом»* и *«поддержка людей»*; *«поддержка клиентов»*, которые *«всегда побуждают искать новые методы, приемы, развиваться»*, *«поддержка команды»*, *«поддержка постоянных партнеров, которые имеют общие интересы… помогают информационно и рекомендациями»*);

• осуществление коммуникации, информационная поддержка (*«могу обратиться в Министерство образования и попросить разослать информацию о нашем семинаре… Уполномоченный по правам ребенка также наш буклет рассылал»*); обращение в СМИ (*«обращаемся в СМИ… они сами к нам тоже обращаются, хотят рассказать»*), социальные сети (*«делаем грамотные посты в соцсетях, у нас сразу же группа поддержки растет…»*);

• повышение образовательного и квалификационного уровня социальных инноваторов: наличие опыта по близкому к инновационному проекту направлению (*«был опыт общественной и предпринимательской деятельности»; «стаж работы организации насчитывал уже 16 лет, а количество поддержанных и реализованных программ и проектов было не менее 20… в организации работали кандидаты наук, преподаватели и студенты профильных вузов»*); участие в различных программах по повышению профессионального уровня (*«нам пришлось учиться <приобретать предпринимательский и управленческий опыт>… нам помогали … для нас организовывали курсы обучения… от губернатора нас выбрали на обучение в Москву… мы два месяца занимались и учились очень активно… круглосуточно… семинары, вебинары… получали управленческие и предпринимательские навыки, то чего не хватает»*); сочетание опыта и направленности на повышение профессионального уровня (*«постоянно пополняю знания, участвуя в различных проектах и семинарах… использую опыт, полученный в ходе обучения, опыт проведения индивидуального и группового консультирования»; «… участие в программах для социального предпринимательства… интересное и полезное обучение дало направления, где, что можно посмотреть, почитать, поучиться»*);

• финансовая поддержка: использование собственных средств *(«мы независимы от финансовой поддержки… живем за счет членских взносов родителей… нас ценят родители «особенных» детей»*), привлечение грантовых источников (*«идею хорошо оформишь, выиграешь грант, дороги нет назад… должен выполнить…»; «выигрываем гранты: федеральные, областные…» ; «участвовала в конкурсе по субсидированию и развитию предпринимательской деятельности в центре занятости населения»*), помощь со стороны государства (*«мы находимся в государственном учреждении, не надо тратиться на какие-то вещи… свой вклад, он был минимальный»*).

При этом социальные инноваторы могут не только использовать открывающиеся возможности, но и предоставлять их (*«построена новая школа, огромное помещение… по президентскому гранту в прошлом году из этого помещения сделали шикарный выставочный зал, который оставили школе – нашим партнерам… Закупили систему галерейной подвески, подсветки, звуковое оборудование, сделали «звучащую выставку» для незрячих детей»*).

Подводя итог, хотелось бы подчеркнуть, что драйверы и барьеры социальных инноваций возникают не только в связи с внутренними предпосылками, но и вследствие воздействия окружения (других участников экосистемы, например, органов власти). В то же время последнее может как способствовать, так и препятствовать разработке и реализации проектов социальных инноваций.

## 4.2. ОСОБЕННОСТИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТОВ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

**Ключевые понятия:** социальные инновации, распространение социальных инноваций, институционализация социальных практик.

Общественные институты проявляются через социальные практики, часть которых проходит институционализацию, другая – нет. Первые отличаются бóльшей устойчивостью, претендуют на массовость, составляют ядро, остальные – периферию. Эффективность общественных институтов зависит от соотнесенности между

формальными и неформальными нормами, между нормами и социальными практиками. Последнее предполагает восприятие норм как справедливых и их воплощение через социальные практики, появление новых социальных практик, корректировка формальных норм[112].

Социальные практики могут изменяться в динамике – либо с полной заменой практик, либо с их дополнением. В России инновационные практики не получили широкого распространения, но достаточно заметны новые способы действий, которые отсутствовали или были в ограниченных масштабах[113]. Освоение подобных практик должно опираться на наличие когнитивных способностей, полученных в ходе обучения[114].

В социальных практиках заложена способность к институционализации, при этом они предполагают возможность трансформации. Учитывая это, социальные практики могут быть традиционными или новыми. Первые связаны с каждодневным человеческим существованием, в то время как вторые способствуют открытости новому опыту, более гибкому реагированию на социальные изменения, в ряде случаев могут приводить к формированию новых идентичностей[115]. Актуальность использования практик второго типа возрастает в кризисный период, в условиях необходимости разработки институциональных механизмов социально-инновационной активности. Может возникать необходимость механизмов стимулирования социальной инновационной активности, формирования институциональных условий для развития социальных инновационных проектов[116].

Диффузия инноваций трактуется как распространение инноваций среди участников социальной системы посредством каналов коммуникации[117]. Успешность процесса зависит от свойств самих инноваций, «усилий» по их распространению[118], совместимости инноваций с предыдущими ценностями, с прошлым опытом. Распространение социальных инноваций осуществляется посредством коммуникаций двух типов: горизонтальной и вертикальной. Горизонтальная коммуникация эффективна при формировании отношения к инновации, вертикальная – при получении информации об инновации. Скорость распространения инноваций выше в случаях совместимости, относительно невысокой сложности освоения инноваций[119].

---

[112] Заславская Т.И., Шабанова М.А. К проблеме институционализации неправовых социальных практик в России: сфера труда // Мир России. 2002. № 2. С. 10.

[113] Радаев В.В. Обычные и инновационные практики // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / под ред. Т.М. Малевой; Московский Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2003. С. 390–428.

[114] Фирсова Н. Предикторы инновационных потребительских практик: освоение интернет-шоппинга в российских домохозяйствах // НИУ ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/data/2013/04/03/1294885698/%D0%A4%D0%B8%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_09_04_13.pdf

[115] Глушко И.В. Осмысление феномена социальных практик и возможностей их развития // Общество: философия, история, культура. 2011. № 1–2. С. 32–36.

[116] Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Институциональный механизм формирования социальных инноваций // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 5. С. 58–59. DOI: 10.15838/esc/2016.5.47.3

[117] Rogers E.M. Diffusion of Innovations. 5th ed. New York: Free Press, 2003. 576 p.

[118] Shove E. Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality. Oxford: Berg, 2003. 240 p.

[119] Фирсова Н. Предикторы инновационных потребительских практик: освоение интернет-шоппинга в российских домохозяйствах // НИУ ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/data/2013/04/03/1294885698/%D0%A4%D0%B8%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_09_04_13.pdf

Истоки исследования распространения инноваций заложены в 1890 году, а спустя полвека Б. Райаном и Н. Гроссом была опубликована одна из первых работ на эту тему[120]. Данное направление становится междисциплинарным, вызывает интерес экономистов, социологов, политологов, антропологов. Теория социальных практик берет свое начало из теоретических воззрений М. Вебера, принимая во внимание особенности формирования социального порядка посредством реализации практик[121].

В центре внимания не столько индивидуальные действия, сколько взаимодействия[122]. Необходимость регулирования системы отношений посредством общественных институтов подчеркивается Т.И. Заславской[123]. Устойчивость социальных практик достигается и за счет взаимоувязанности действий между собой, через существующие правила и принципы; через убеждения определенных групп населения.

Использование проектов позволяет достигать поставленных целей, но имеет ряд ограничений по достижению согласованности в условиях большого количества заинтересованных сторон, по оценке экономического эффекта от подобных инициатив вследствие некоммерческого характера отношений между участниками. Зачастую речь идет о получении результата, обладающего полезностью для целевой группы, позволяющего решать проблемы целевой группы[124].

В основе социальных практик – заинтересованность в инновационной деятельности, наличие стимулов, связанных с востребованностью обществом результатов инновационных разработок. Большую роль играет направленность на взаимодействие основных участников, выработка принципов взаимоотношений. Одной из важнейших составляющих для обеспечения взаимодействия участников выступает доверие, которое становится востребованным в условиях передачи знаний. Как правило, для этого требуется высокий уровень взаимопонимания, являющийся следствием приверженности общим ценностям. Укрепление доверия – следствие институционализации отношений в направлении создания и распространения новшеств, развития взаимодействия между участниками инновационного процесса[125].

Один из важнейших аспектов связан с закреплением социальной практики. Процесс институционализации включает ряд последовательных этапов:

– появление социальной практики вследствие потребности в организованных, совместных действиях;

---

[120] Ryan B., Gross N.C. The Diffusion of Hybrid Seed Corn Two Iowa Communities. Rural Sociology, 1943, vol. 8, pp. 15–24.

[121] Reckwitz A. Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. European Journal of Social Theory, 2002, vol. 5 (2), pp. 243–263.

[122] Schatzki T.R., Knorr C.K., von Savigny E. The Practice Turn in Contemporary Theory. London: Routledge, 2001. 256 p.

[123] Заславская Т.И. Современное российское общество. Социетальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004. 397 с.

[124] Бурцева И.В. Особенности инновационного процесса в социальной работе // Инновации в науке. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsionnogo-protsessa-v-sotsialnoy-rabote

[125] Фатьянова И.Р. Институциональные аспекты развития национальных инновационных систем // Вопросы инновационной экономики. 2011. № 10. С. 3–10.

– популяризация социальной практики (появление социальных норм и правил и узаконение их методом проб и ошибок);

– рутинизация социальной практики (принятие и практическое применение (формализация) норм, правил, процедур, установление системы санкций для поддержания норм и правил);

– закрепление и распространение социальной практики (организационное оформление возникшей институциональной структуры, ее интеграция в существующую систему общественных отношений).

Важная роль в создании и распространении социальных практик отводится мотивам и стимулам. В экспертных интервью с социальными инноваторами СЗФО речь шла о двух «источниках» социальной практики – из-за сложившихся жизненных обстоятельств или в связи с желанием решить общественные проблемы:

- создание социальных инноваций из-за необходимости (проект частных детских садов для пребывания детей-инвалидов: «*у дочери ДЦП… Таких детей не берут в детские сады на полный день, таких групп очень мало… Такие дети находятся с мамой, это сильно ограничивает жизнь, нарушает деятельность всей семьи, и ребенку на пользу тоже не идет, поэтому открыт детский сад*»);
- создание социальных инноваций вследствие склонности населения к оказанию помощи (*«это благотворительная инициатива, направленная на поддержку выпускников детских домов… расширение кругозора этих ребят, потому что это коррекционная школа-интернат… стали организовывать экскурсии в город… было принято решение организовать фонд. Фондов достаточно много, трудоустройством никто не занимается»).*

На закрепление инициативы, ее институционализацию могут положительно влиять:

- мотивационные установки относительно разработки и реализации новых проектов;
- направление полученного образования, что способствовало трудоустройству (*«два образования высших, по одному образованию я филолог, по другому занимался управлением персоналом (экономический факультет)... до этого проработал десять лет в сфере подбора персонала*»);
- влияние накопленного опыта на способность анализировать ситуацию, видеть существующие проблемы (*«работала в Министерстве социального развития, знала проблематику семей, воспитывающих инвалидов* влияние накопленного опыта на *… знала методики, технологии, которые применялись в работе… легче было делать аналитику, выводы… легче было понять, чего не хватает в государственных учреждениях для полного удовлетворения потребности, помощи семье…»*);
- влияние накопленного опыта на склонность к самостоятельности, ответственности, предпринимательству (*«была старостой группы в колледже… была индивидуальным предпринимателем… у меня не было команды, не было никого в подчинении, однако я была самозанятой»*);
- адаптация как отечественного, так и международного опыта (*«адаптировали международный опыт… берем общие практики и пытаемся адаптировать их к наших реалиям … с точки зрения происходящего в мире неоригинальный…»*,

либо с позиции специфики той группы населения, на которую направлен проект *«взяли готовую модель – частный детский сад, но ее ориентировала не на обычных детей, а на особых. По сути, сделала частный детский сад реабилитационным центром»*);

- разработка нового подхода, позволяющего напрямую решить проблемы по адаптации к среде, по изменению общественного отношения (*«проект изначально был уникален для нас и для региона в целом. Его уникальность во внедрении подхода ко всей семье, воспитывающей ребенка-инвалида… в отличие от государственных учреждений, которые рассматривают семью отдельно, а ребенка отдельно»)*.

Свидетельством институционального «закрепления» социальной практики может быть ее распространение, либо рост территориального охвата *(«распространение, у нас сейчас работает два центра… и уже делимся своим опытом…»; «распространение разработок, рост территориального охвата… на стадии перехода от локального уровня к уровню работы в нескольких регионах… Наряду с этим может быть разработка каких-то новых идей»)*, либо применение подобных инициатив другими группами населения *(«на стадии завершения… Проект сам по себе имеет дополнительное грантовое обеспечение, он у нас в июле закончился, но как услуга и работа с семьей она остается, потому что она оказывается уже в рамках государственного стандарта»)*.

В последнем случае наивысшим «признанием» социальных практик становится их регулярное использование представителями государственных органов или прогнозирование этого в будущем. Социальная практика может быть разработана, но не внедрена (*«на момент разработки проекта государственные учреждения Мурманской области такую услугу не оказывали… в <> учреждениях практиковалось лишь недолгое пребывание детей с инвалидностью, не были созданы условия, и сам ребенок не мог адаптироваться»*) или уже иметь статус государственного стандарта. Ускорить институционализацию может наличие запроса со стороны органов власти на такие разработки: *«к нам обратились представители одного из муниципалитетов… можем ли мы свои услуги распространить на этот район… просили, чтобы мы провели мониторинг ситуации»*.

Важное значение имеет прогнозирование подобного запроса в будущем, что может закладываться в стратегические планы, выступать ориентиром при организации деятельности: *«проект развивался в рамках определенных ограничений, требований, наложенных нами же на нас самих … заложили горизонт на 15 лет … у нас сформирована так называемая мета-стратегия… если государство попросит наш опыт, наши разработки, наши методики, мы ему это все спокойно передаем. Соответственно мы должны развиваться, скрупулезно фиксируя, как и что мы делаем...»; «мы более мобильные, более активные… узнавая что-то новое, <можем> передавать это в государственные учреждения, чтобы они, понимая это, готовили сотрудников…»*.

Подобные прогнозы востребованности проекта государственными органами, в т.ч. региональными, становятся возможными в связи с реализацией проекта на международном уровне: *«… проект по поддержке в трудоустройстве ребят с инвалидностью реализуется уже более чем в 30 странах… решения, которые прора-*

*батываются и апробируются, это глобальные решения… та платформа, которую строим, должна быть востребована в регионах… в течение нескольких лет будем работать еще как минимум в 5–7 субъектах*». О международном признании проекта могут свидетельствовать процедуры, связанные с оформлением документальных подтверждений возможности его распространения: «*проходил международный аудит в прошлом году по проекту, получили справку по результатам этого об уникальности проекта, о том, что этот проект надо распространять на другие страны… говорилось о системе нашей*».

Наряду с запросом на проекты социальных инноваций со стороны международных организаций, аналогичная потребность может возникать и у других субъектов («…*<обращаются> руководители, сотрудники центров, которые хотят добавить такое направление, родители детей, которые хотят что-то другого… часто обращаются о том, как, что сделать… заинтересованность есть, потребность есть, не знают, как это можно реализовать… нужны способности и возможности*»), в т.ч. представителей НКО (*«это обучение сотрудников в регионах, как бизнеса, так и НКО… как работать, как достигать результатов при трудоустройстве выпускников детских домов … получил распространение через обучение сотрудников партнерской НКО на территории Орла, через обучение сотрудников бизнеса в Нижнем Новгороде, Уфе, Самаре…»).*

Целевая установка субъектов, распространяющих социальные инновации, связана с возможностями использования проектов в своей деятельности. Подобное предполагает наличие определенных способностей.

Таким образом, успешность распространения и институционализации социальных инноваций связывается с качествами руководителя проекта, с организацией коммуникаций между участниками. Важна совместимость инноваций с общественными ценностями, прошлым опытом, потребностями заказчика. Успешное распространение социальных инноваций связывается с адаптацией опыта, с учетом территориальной специфики, а также особенностями групп населения, на которые направлен проект. Еще одним фактором распространения и институционализации социальной практики, является запрос не только со стороны населения, но и госструктур. Стимулом для разработок может быть прогнозирование возникновения подобного запроса. Важную роль в распространения социальной практики может играть наличие стратегического партнера, а также возникновение конкуренции.

## 4.3. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОЕКТА СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ КЕЙСА «МАМА РАБОТАЕТ»)

**Ключевые понятия:** социальные инновации, жизненный цикл проекта, «Мама работает».

Вопрос занятости женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, стоит достаточно остро, поскольку государство не справляется с задачей их трудоустрой-

ства[126]. В этой связи Ярким примером социальных инноваций в сфере занятости выступает российский проект «Мама работает», направленный на решение проблемы совмещения трудовой деятельности и семейных обязанностей женщин[127]. Основная цель инициативы состоит в оказании помощи многодетным матерям, матерям-одиночкам, а также женщинам с детьми, попавшим в трудную жизненную ситуацию, в получении образования, поиске работы или открытии своего бизнеса (*социальные цели*). «Мама работает» оказывает психологическую поддержку молодым мамам, дает возможность отвлечься от домашних дел. Кроме того, проект создает рабочие места для женщин, находящихся в декретном отпуске, как на дому, так и на производстве (*экономические цели*). Под эгидой проекта «Мама работает» функционирует швейная мастерская «МамыСами», которая выпускает эко-сумки, выполненные из хлопка[128]. Использование таких сумок подразумевает сознательный отказ от ежедневного применения пластиковых и полиэтиленовых пакетов, которые не подвергаются процессам биологического разложения и наносят вред природе (*экологические цели*).

История инициативы «Мама работает» начинается с возникновения идеи открытия в г. Москва социального фонда «Дорога в жизнь» *(рис. 4.1)*. Основатель проекта, Олеся Кашаева, на своем опыте столкнулась с проблемой молодых мам, которые хотят найти работу, и попыталась найти решение, создав проект, реализующийся в нескольких направлениях (получение образования, поиск работы, открытие своего бизнеса, психологическая поддержка, создание рабочих мест). Общаясь на различных форумах с другими женщинами, находящимися в декрете, она начала давать небольшие консультации по поводу поиска работы. Когда спрос на данные услуги возрос, было решено открыть социальный фонд «Дорога в жизнь», который стал отправной точкой в создании инновационного проекта.

Личный опыт основателя, в т.ч. наличие юридического образования и квалификации специалиста по связям с общественностью позволили быстро перейти от идеи к пилотной модели. Важным этапом в развитии проекта было прохождение обучения основам социального предпринимательства, которое было осуществлено в «Impact Hub Moscow», сообществом, объединяющим ответственных предпринимателей, экспертов из бизнеса, некоммерческого сектора и университетов на локальном и международном уровне.

В 2013 году был открыт благотворительный «Магазин Добра», куда люди отдавали ненужную, но в хорошем состоянии одежду известных брендов, которую впоследствии реализовывали. Вырученные средства шли на развитие проекта.

---

[126] Соловьева Т.С., Попов А.В. Социальные инновации в сфере занятости: региональный аспект // Ars Administrandi (Искусство управления). 2015. № 2. С. 65–84.

[127] Шабунова А.А., Попов А.В., Соловьева Т.С. Потенциал женщин на рынке труда региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. № 1. С. 124–144. DOI: 10.15838/esc.2017.1.49.7

[128] О нас // Мама работает. URL: http://mamaw.ru

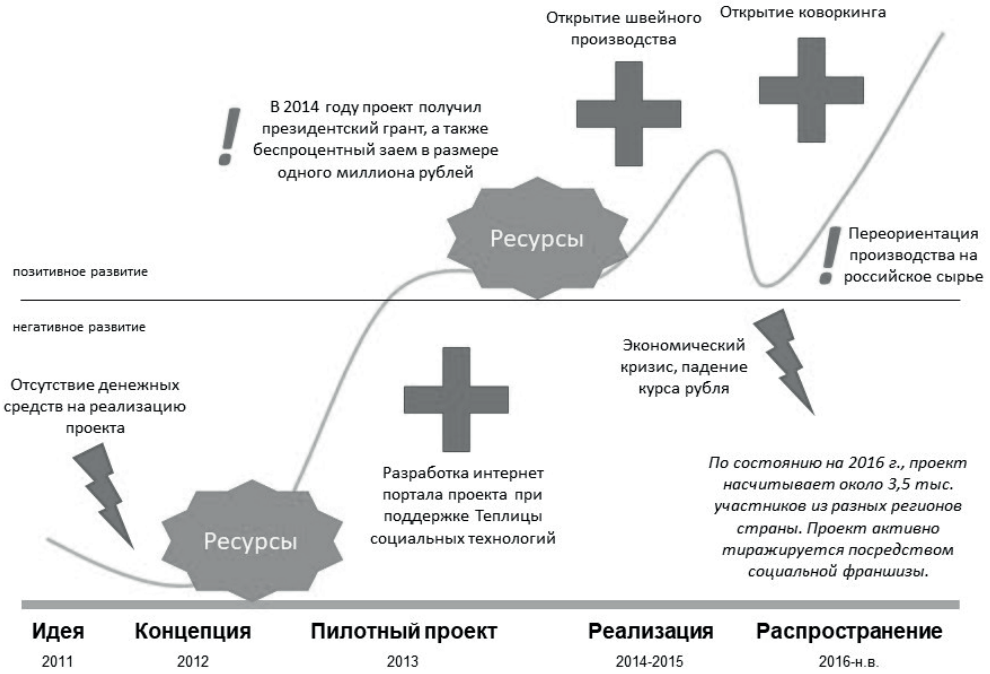



Рис. 4.1. **Жизненный цикл проекта «Мама работает»**

Проект создавался на альтруистических началах, поэтому на начальных этапах развития была очень важна поддержка, которая была получена в создании сайта от «Теплицы социальных технологий», в финансовой поддержке – от Комитета общественных связей города Москвы, Общественной палаты РФ и Губернатора Московской области (затем – получение Президентского гранта, победа в конкурсе «Социальный предприниматель – 2014 и 2017»). В настоящий момент финансирование проекта во многом осуществляется за счет собственных средств, что позволяет заниматься микрофинансированием бизнес-проектов молодых мам (поддержано более 120 бизнес-проектов), помогать мамам с маленькими детьми стать успешными в бизнесе.

Важным направлением работы является психологическая поддержка молодых мам. Для них проводятся различные тренинги, консультации, вебинары, позволяющие найти в себе вдохновение и мотивацию реализовать себя. В рамках проекта также функционирует бесплатный коворкинг для мам. *«Идея коворкинга возникла, когда в офис стало приезжать много мам, чтобы подписать те или иные бумаги или пройти обучение, тренинг. В связи с тем, что ребенка до трех лет практически невозможно устроить в детский сад, и не у всех есть возможность оставить ребенка с кем-то дома, многие женщины приходили в офис вместе с детьми. В настоящее время работает полноценный коворкинг, посещение которого для участниц проекта «Мама работает» совершенно бесплатное. Мамы могут прийти с ребенком, оставить его с опытным педагогом, и спокойно поработать в соседнем помещении. При этом с детьми проводятся развивающие занятия, работает кухня»*, – отмечает Олеся Кашаева.

Отдельная составляющая проекта «Мама работает» – это образовательные семинары, вебинары и тренинги. Предоставляется помощь по выбору сферы обучения и получению образования (как высшего, так и дополнительного), оказывается содействие в поиске вакансий с удаленной работой, даются рекомендации по подготовке к собеседованию.

Мамам, которые хотят реализовать свой собственный проект, предоставляется помощь в открытии бизнеса, начиная от консультаций, заканчивая оформлением документов, содействием в продвижении и развитии. Бизнес-мамы получают не только помощь на начальном этапе, но и наставнический контроль за их дальнейшими успехами путем изучения их деятельности на различных этапах становления проекта. Такие женщины становятся участницами программы «Успешная мама», в рамках которой они как получают помощь и консультации от специалистов, так и сами рассказывают о своем опыте другим мамам, дают советы и консультации.

**Некоторые направления проекта «Мама работает»**

Источник: О нас // Мама работает. URL: http://mamaw.ru

Работа со средствами массовой информации является важным аспектом деятельности «Мама работает». Руководитель проекта участвует в различных передачах, дает интервью газетам (например, «Работа и воспитание детей: как совместить?», 2014; «Доброе утро, МИР!», 2015). Также проект размещает пресс-релизы, работает с социальными сетями.

В развитии проекта «Мама работает» важную роль сыграли технологии. По словам руководителя проекта: «*во-первых, в процессе обучения молодых мам активно*

*используются вебинарные комнаты и скайп-технологии. Во-вторых, на швейном производстве есть оборудование, хотя и не такое высокотехнологичное, как хотелось бы, но в настоящее время в силу финансовых возможностей проект не может позволить себе применение более высоких технологий»*.

Большую часть времени проект развивался самостоятельно, основную роль при этом играл руководитель. На начальном этапе в работе были задействованы только волонтеры. Впоследствии кадровый состав пополнили и специалисты, работающие по найму. В проекте нет четкого разделения между руководством и рядовыми сотрудниками. В результате использования руководителем демократического стиля управления каждый предлагает какие-то решения. Кроме того, каждый член команды выполняет определенные функции.

*Руководитель проекта* (анализ и составление плана по реализации проекта, оценка стоимости ресурсов, привлечение партнеров и спонсоров, контроль над подготовкой документации по проекту, разработка и утверждение изменений и развития проекта, продвижение проекта).

*Координатор проекта* (координация проекта, проведение тренингов и личных консультаций по открытию своего бизнеса, подготовка документации для Бизнес-мам проекта).

*Оператор заявок и специалист по подбору обучения и трудоустройства* (прием и обработка заявок, распределение по группам, рассылки и уведомления участницам проекта «Мама работает», трудоустройство и подбор обучения).

*Специалист по связям с общественностью* (наполнение сайта и работа с соц. сетями, работа со СМИ, создание сайтов для участниц, социальных сетей, разработка макетов, фирменного стиля и продвижения проектов участниц).

*Ведущий психолог проекта* (проведение психологических тренингов, личных консультаций, психологическая поддержка участниц).

В настоящее время проект включен в различные сообщества, объединяющие предпринимателей, экспертов из бизнеса, некоммерческого сектора и университетов. К примеру, в рамках конкурса «Успешная мама» осуществляется сотрудничество с Содружеством Педагогов и Психологов Раннего развития. Цель программы – поддержка активности женщин с детьми в различных сферах деятельности, развитие и поддержка женского предпринимательства. Руководитель Содружества Педагогов и Психологов Раннего развития является членом жюри данного конкурса. Содружество предоставляет возможность бесплатного обучения с последующим трудоустройством в частные дошкольные образовательные организации.

Кроме того, «Мама работает» сотрудничает с Российским новым университетом в рамках программы «Мамагистр». При этом для молодых мам-студентов составляется индивидуальная программа очного обучения по 11 направлениям, позволяющая совмещать учебу и уход за ребенком. Прошедшим обучение молодым матерям оказывается помощь в трудоустройстве по полученной специальности в рамках проекта «Мама работает».

В 2016 году была разработана социальная франшиза, для того чтобы в регионах также имелась возможность создания такого проекта. Для того, чтобы запустить франшизу в своем регионе, необходимо отправить запрос в виде заявки на сайте

проекта. По словам руководителя проекта, только за июль 2020 г. к ним подали запросы на социальную франшизу или передачу технологий из 45 регионов России (зачастую это НКО и местные органы власти)[129].

В целом роль основного драйвера отводится лидеру проекта. Антипатия к однотипной работе и желание постоянно развиваться принесли свои плоды. Так появлялись новые идеи и разрабатывались механизмы их реализации. Во многом, ключевые этапы в развитии проекта (в основном связанные с привлечением дополнительных финансовых средств) являются результатом деятельности руководителя.

Развитие проекта было спланированным и контролируемым. У руководителя было четкое понимание того, как он будет развиваться. В хронологии развития проекта сложно выделить критические события, которые серьезно затронули его деятельность. Впрочем, начавшийся в 2014 году экономический кризис, довольно сильно ударил по швейному производству. В связи с чем, руководству пришлось отказаться от покупки европейской (в частности, турецкой) ткани и перейти на местное сырье.

В настоящее время проект является всероссийским. Заявки поступают со всех субъектов РФ. За время существования «Мама работает» было получено более 3500 заявок от молодых матерей из 64 регионов, проведено более 2400 часов консультаций и тренингов.

### Вопросы для самопроверки и обсуждения

1. Назовите драйверы и барьеры развития социальных инноваций.
2. Обозначьте факторы, которые влияют на усиление / ослабление действия барьеров.
3. Раскройте, каким образом могут быть преодолены барьеры.
4. Укажите факторы, от которых зависит скорость распространения инноваций.
5. Что понимается под инновационной социальной практикой?
6. Какие этапы включает институционализация социальной практики?
7. Какова роль мотивов и стимулов в создании и распространении социальных инноваций?
8. Назовите основные этапы развития проекта «Мама работает». Как Вы считаете, что способствует успеху подобных инициатив?

### Практические задания

1. Обозначьте факторы, которые, с Вашей точки зрения, оказывают наибольшее влияние на создание социальных инноваций. Приведите примеры положительного и отрицательного воздействия этих факторов на создание социальных инноваций.
2. Назовите субъекты, от которых зависит распространение социальных инноваций. Какие действия необходимо предпринять, чтобы увеличить скорость распространения социальных инноваций?
3. Используя интернет-ресурсы, найдите проект, решающий те же задачи, что и «Мама работает». Опишите его жизненный цикл и сравните с развитием рассмотренной в данной главе социальной инновации. Выделите общее и особенное.

---

[129] Литвинова М. Сегодня собрались: мода на коворкинги идет в регионы // Известия. 2020. 1 августа. URL: https://iz.ru/1042572/marta-litvinova/segodnia-sobralis-moda-na-kovorkingi-idet-v-regiony

## Темы для рефератов

1. Драйверы и барьеры создания социальных инноваций.
2. Диффузия социальных инноваций и параметры, влияющие на данный процесс.
3. Институционализация социальных практик: сущность, подходы к осуществлению, последствия для субъектов.
4. Стимулы и барьеры создания и распространения социальных инноваций.
5. Добровольчество как одно из направлений реализации социальных инноваций.

## Рекомендуемая литература


1. Голубева А.А., Соколова Е.В. Инновации в общественном секторе: введение в проблему // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2010. № 4. С. 28–57.
2. Заславская Т.И., Шабанова М.А. К проблеме институционализации неправовых социальных практик в России: сфера труда // Мир России. 2002. № 2. С. 3–38.
3. Омонов Ж.К. Барьеры развития социальных инноваций // Журнал экономической теории. 2016. № 2. С. 189–193.
4. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Формирование и развитие теории социальных инноваций: ретроспективный анализ // Вестник Удмуртского университета. Сер.: Экономика и право. 2019. Т. 29. № 4. С. 463–473.
5. Фатьянова И.Р. Институциональные аспекты развития национальных инновационных систем // Вопросы инновационной экономики. 2011. № 10. С. 3–10.
6. Chalmers D. Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. Local Economy, 2012, vol. 29, pp. 17–34.
7. Reckwitz A. Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. European Journal of Social Theory, 2002, vol. 5 (2), pp. 243–263.
8. Van der Have R.P. and Rubalcaba L. Social Innovation Research: «An Emerging Area of Innovation Studies». Research Policy, 2016, vol. 45 (9), pp. 1923–1935.

# ГЛАВА 5

# УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИК СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ

## 5.1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Главной проблемой современной парадигмы управления экономикой территорий является вовлечение населения в инновационно-инвестиционную деятельность, мобилизация его творческого потенциала. Инновационная активность граждан – неотъемлемая часть эффективного функционирования экономики. В таком контексте одной из актуальных задач является формирование «инновационного общества»[130], способного, с одной стороны, генерировать спрос на инновации, с другой – создавать их и тем самым развивать инновационное производство. Инновационное общество характеризуется высоким уровнем развития человеческого капитала, развитыми социальными связями, высокой организационной культурой *(рис. 5.1)*.

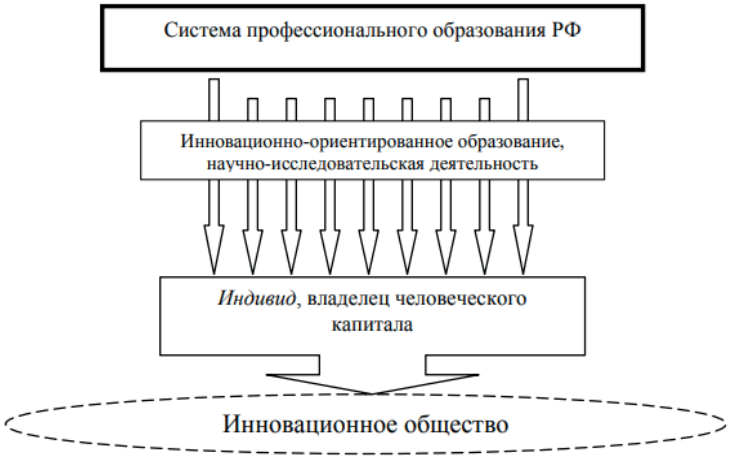



Рис. 5.1. **Процесс формирования инновационного общества**

Источник: Гонин В.Н., Журавлев М.В. Теоретические основы развития инновационного общества // Вестник-экономист. 2011. № 2. URL: https://vseup.ru/static/articles/Gonin._Zhuravlev.pdf

Социальная активность населения – это способность различных социальных групп и слоев к регулярной деятельности, направленной на социальные изменения.

[130] Россия реформирующаяся: ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2010. С. 46–48.

Ее часто анализируют в контексте реакции групп и классов на социальные изменения, связанные с конфликтом интересов. Социальная активность рассматривается как:

- форма представительства населения и реализации его социальных интересов;
- деятельность по повышению или закреплению достигнутых статусных позиций социальных групп;
- способность влиять на происходящие социальные процессы.

К сущностным характеристикам социальной активности можно отнести:

- самодетерминированность (внутреннее побуждение, самодвижение);
- включенность в различные социальные отношения, конструирование форм взаимодействия с социумом;
- направленность на преобразование (и самого субъекта, и общества);
- динамичность, способность к изменению содержания и форм проявления;
- способность к снижению или активизации отдельных форм в зависимости от индивидуальных потребностей или общественных факторов.

*Социальная инновационная активность населения – комплексная характеристика инновационной деятельности населения, которая связана с созданием и использованием социальных инноваций на основе регулярного участия населения в преобразованиях, мобилизации имеющихся ресурсов на эти цели*[131].

Внедрение социальных инноваций обуславливает переход социальных систем из одного состояния в другое, приводит к изменению привычного уклада жизни людей[132]. Тем самым социальная инновационная активность сопровождается преобразованием личностных качеств, способствующих не только адаптации к изменяющейся социальной реальности, но и возможности воздействия на нее[133].

Статистически измерить инновационную активность населения можно с помощью таких показателей как количество заявок на выдачу патентов на изобретения или количество уже выданных патентов; численность персонала, занятого исследованиями и разработками; коэффициент изобретательской активности и т.д.

Основными группами инновационно активного населения являются следующие.

- *Молодежь*[134]. Молодость – это такой период жизни человека, в котором он более чем когда-либо стремится к самоопределению, самоутверждению и самореализации. В этот период человек наиболее физически здоров и способен к творческой деятельности, к формулировке эвристических гипотез, он максимально работоспособен. Можно сказать, что молодежь являет собой жизненную силу общества, сгусток энергии, нерастраченных интеллектуальных и физических сил, требующих выхода.
- *Категории населения, занятые исследованиями и разработками* (ученые, инженеры, профессорско-преподавательский состав образовательных учреждений и т.д.).
- *Предприниматели*.

---

[131] Устинова К.А., Леонидова Г.В. Теоретические аспекты исследования социальной инновационной активности населения // Социальное пространство. 2018. № 5 (17). DOI: 10.15838/sa.2018.5.17.1.

[132] Кожуренко К. «Инновации» и «социальные инновации»: основания для классификации // Организация работы с молодежью. 2014. № 6. URL: http://ovv.esrae.ru/pdf/2014/6/1041.pdf

[133] Молодежь современной России – ключевой ресурс модернизации / под ред. А.А. Шабуновой. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. С. 6.

[134] Там же.

В области создания и внедрения социальных инноваций можно выделить такие группы, как:

- *социальные инноваторы* (социальная группа, усилиями которой в обществе создаются и распространяются социальные инновации)[135];
- *члены социально ориентированных некоммерческих организаций* (СО НКО);
- *волонтеры*;
- *социальные предприниматели*.

Согласно ст. 24.1 «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства» Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», выделены следующие основные критерии отнесения малых и средних предприятий к социальному предпринимательству:

1) обеспечение занятости отдельных категорий граждан (инвалиды, одинокие и многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, пенсионеры и предпенсионеры, выпускники детских домов, бывшие осужденные, беженцы, малоимущие и др.);

2) участие в реализации производимых гражданами из числа указанных категорий товаров (работ, услуг);

3) осуществление деятельности, направленной на производство товаров (работ, услуг), ориентированных на указанные категории граждан;

4) осуществление субъектом малого или среднего предпринимательства деятельности определенного вида, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества.

> В представлении россиян инноватор – это не только человек, имеющий финансовые ресурсы и образование, но и социально активный, что связано со стремлением помогать другим (68%), общительностью (66%), доверием окружающим (60%). Вовлеченные в инновационную сферу имеют, по мнению российского общества, такие черты, как наличие личного опыта в сфере инноваций и знакомых из этой сферы, осведомленность об успешных и неудавшихся инновационных практиках, активное использование передовых практик.
>
> Источник: Инновации в России: от идей – к практике: аналит. обзор. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/innovaczii-v-rossii-ot-idej-k-praktike

Однако, как уже было сказано выше, социальные инновации могут реализовываться множеством акторов. Помимо вышеобозначенных, это также: органы государственной власти, бизнес, научно-образовательные организации и структуры гражданского общества.

Социологическое измерение инновационной, в том числе социально инновационной деятельности, более широко, чем статистическое, как с точки зрения применения, так и с точки зрения, возможностей измерения качественных показателей. Одним из таких показателей является оценка участия в инновациях [к примеру, вопрос: «участвовали вы в последние 5 лет в создании и/или внедрении чего-либо

[135] Абрамов Р. Н., Зудина А.А. Культурное потребление и досуговые практики «социальных инноваторов»: социологический анализ // Вестник Удмуртского университета. Сер.: Философия. Психология. Педагогика. 2012. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-potreblenie-i-dosugovye-praktiki-sotsialnyh-innovatorov-sotsiologicheskiy-analiz

нового (новая фирма, общественная организация, новое оборудование, новый продукт и т.п.»?)] Также можно выяснить готовность населения к инновационной деятельности [вопросы типа: «готовы ли Вы заняться инновационной деятельностью (участвовать в создании чего-то нового?» или «в какой мере для Вас в настоящее время характерно занятие творческой (рационализаторской, изобретательской и т.д.) деятельностью?»], определить является ли новаторство, изобретательство базовой ценностью человека (здесь может быть такая формулировка: «согласны ли Вы со следующим утверждением: главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве?»), выявить мотивы участия в инновациях («что для Вас является основными стимулами для участия в инновационной деятельности?») и т.д.

Взаимодействие акторов, организация сотрудничества между ними – проявление социальных аспектов инновационной активности. На практике это приводит к более эффективной реализации социальных инноваций, способствующих решению социальных проблем.

Эмпирические данные свидетельствуют, что для такой социально-профессиональной группы как социальные инноваторы характерны следующие особенности:

- это более молодые люди по отношению ко всему населению страны;
- у них более высокие доходы по сравнению с населением в среднем;
- в основном имеют хорошее образование (высокую квалификацию);
- активно используют различные технические новшества;
- имеют высокий уровень погруженности в интернет-коммуникации;
- активны в области культурного досуга (от чтения книг, газет до посещения кинотеатров, галерей, музеев).

Социальные инноваторы активно проектируют свое будущее и осознанно накапливают и мобилизуют образовательные, социальные и материальные ресурсы, демонстрируют самостоятельность и социальную устойчивость. Органичной формой самореализации служат для них сегодня личная карьера, активный досуг (путешествия, фитнес, экстремальный спорт и т.п.). Социальные инноваторы стремятся к накоплению различных видов капитала (человеческого, социального, физического), которое увеличивает возможности продвижения и повышения их социального статуса[136].

В числе причин, побудивших к созданию и внедрению инноваций, инновационные предприниматели указывают, прежде всего, намерение реализовать свои идеи и разработки. Далее следует стремление к независимости, необходимость зарабатывать на жизнь и стремление приносить пользу людям. Безусловными лидерами в системе мотивов к проявлению инновационной активности, как показывают исследования, являются мотивы личного роста и самореализации (в том числе и профессиональной).

Ориентация не на прибыль, а на *самореализацию и самоутверждение* подтверждается тем, что в качестве ценностей, которыми предприниматели руководствуются в повседневной деятельности превалируют позиции: «бизнес для меня

[136] Абрамов Р.Н., Зудина А.А. Культурное потребление и досуговые практики «социальных инноваторов»: социологический анализ // Вестник Удмуртского университета. Сер.: Философия. Психология. Педагогика. 2012. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-potreblenie-i-dosugovye-praktiki-sotsialnyh-innovatorov-sotsiologicheskiy-analiz

– способ научной и творческой реализации», «бизнес как средство обретения личной свободы и независимости»[137].

Также выделяются группы мотивов *с приоритетной бизнес-направленностью*: удовлетворение общественных потребностей через максимизацию собственной прибыли («бизнес для меня – источник получения доходов»), стремление улучшить собственное материальное благосостояние.

Очень часто стимулом к созданию социального предприятия или разработке социальной инновации выступает невозможность получения какой-либо необходимой услуги или товара надлежащего качества от уже существующих субъектов бизнеса или государственных учреждений.

*Мотивы признания* – достижение успеха в обществе, желание повысить свой авторитет в глазах окружающих – также признаются достаточно важными среди населения. Ситуация в семье часто оказывается важным фактором как в плане развития бизнеса, так и стимулом развивать именно «социальную» его составляющую. Социальные предприниматели ищут нишу для своей деятельности, зачастую исходя из потребностей своей семьи и одновременно – локального сообщества, частью которого они являются и которому стремятся предложить те же услуги, в которых нуждаются сами.

Еще одним мотивом создания и деятельности социальных инноваторов согласно разным исследованиям является *повышенная социальная ответственность*. Важным показателем степени социальной ответственности человека является то, в какой мере он ощущает личную ответственность за происходящее вокруг него *(табл. 5.1)*.

Таблица 5.1. **Самооценка социальной ответственности населения,** % от числа ответивших

| Вариант ответа | % |
|---|---|
| **Заботит ли Вас социально-экономическая ситуация в Вашем регионе, поселении?** | |
| Да | 73,3 |
| Нет | 26,7 |
| **Участвуете ли Вы в жизни Вашего города, муниципалитета, региона?** | |
| Да | 23,4 |
| Нет | 76,6 |
| **Если участвуете, то в чем конкретно проявляется Ваше участие?** (% от числа тех, кто участвует в жизни своего города, муниципалитета, региона) | |
| Участие в благотворительной и спонсорской деятельности | 36,5 |
| Инициирование и продвижение идей развития территории | 20,0 |
| Участие в работе структур гражданского общества (общественная палата, общественные советы, ассоциации, союзы, НКО и т.п.) | 20,0 |
| Организация рабочих мест | 13,0 |
| Участие в работе представительных органов власти (муниципального и регионального уровня) | 8,7 |
| Организация фонда по поддержке социально значимых идей, проектов | 3,5 |
| Другое | 13,9 |
| Источник: данные опроса «Современный успешный человек», Вологда, Коломна (Россия), Минск (Беларусь), Люблин (Польша), 2018 год. | |

[137] Малое инновационное предпринимательство: кейсы российских компаний / под ред. Д.С. Медовникова. М.: МАКСПресс, 2013. 196 с.

Созданию и реализации социальных инновационных практик способствуют и такие потребности как помощь в трудоустройстве социально уязвимым категориям населения (*мотив сострадания, сочувствия*); *стремление к гражданскому участию; харизма предпринимателя; спрос в обществе на инновации*. Те же мотивы можно увидеть в определении социального предпринимательства среди критериев отнесения предприятия к социальным[138]:

- *ориентированность на выполнение социальной миссии*, то есть приоритет решения или снижения остроты социальной проблемы, удовлетворения социальной потребности, а не коммерческой выгоды;
- *экономическая устойчивость* (социальные предприятия могут получать дотации, но основным источником дохода является деятельность самого предприятия);
- *инновационный подход:* подразумевается качественно новая модель предоставления продукта (услуги) или же абсолютно новый продукт.

То есть каждый из элементов указывает на сочетание трех типов источников мотивации социального предпринимателя: выполнение «социальной миссии», экономическая мотивация – материальный успех, а также «инновационность» – стремление реализовать свои знания и новаторские идеи в области современных технологий, подходов и бизнес-решений.

Проявлению социальной инновационной активности населения препятствуют факторы, определяемые исследователями с помощью опросных данных[139]:

- *отсутствие предпринимательского духа;*
- *экономическая пассивность, поведенческий консерватизм населения, что обусловлено* надеждой на государство, инфантилизмом, не позволяющий инновациям стать нормой в бизнесе и общественной жизни[140];
- *невысокий уровень притязаний;*
- *неготовность к инновациям*[141].

Сюда же относят *нетворческий характер профессий, который негативно сказывается на склонности работников к нововведениям (табл. 5.2)*.

Таблица 5.2. **Степень готовности к реализации отдельных планов в зависимости от творческой/нетворческой профессии,** % от числа работающих (100% по строке)

| Вариант ответа | Уже реализую | Готов | Не готов | Затрудняюсь ответить |
|---|---|---|---|---|
| **Изучать и использовать в своей работе и быту новые технологии** | | | | |
| Творческая профессия | 14,6 | 57,6 | 14,9 | 13,0 |
| Нетворческая профессия | 8,4 | 41,7 | 29,4 | 20,5 |
| Работающие в целом | 10,4 | 46,8 | 24,7 | 18,1 |
| **Заняться творческой трудовой активностью на рабочем месте (рацпредложения, участие в создании чего-то нового и т.п.)** | | | | |
| Творческая профессия | 11,1 | 41,9 | 29,2 | 17,8 |

[138] Московская А. А., Соболева И. В. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // Проблемы прогнозирования. 2016. Т. 27. № 6. С. 103–111.

[139] Данные экспертного опроса (ВолНЦ РАН, февраль – март 2018 года) лиц, занимающие руководящие позиции в организациях, представляющих 5 сфер: государство, бизнес, третий сектор, СМИ, наука.

[140] Барьеры на пути инноваций в России // ФОМ. URL: https://fom.ru/special/skolkovo/10707

[141] Дементьева И.Н., Уханова Ю.В. Научно-технологическое развитие территорий в оценках экспертов. URL: http://fic.vscc.ac.ru/index.php?/forum/499-научно-технологическое-развитие-территорий-в-оценках-экспертов

Окончание таблицы 5.2

| Вариант ответа | Уже реализую | Готов | Не готов | Затрудняюсь ответить |
|---|---|---|---|---|
| Нетворческая профессия | 3,6 | 23,1 | 52,0 | 21,4 |
| Работающие в целом | 6,0 | 29,2 | 44,6 | 20,2 |
| **Участвовать в реализации социальных проектов, направленных на решение местных проблем** | | | | |
| Творческая профессия | 4,2 | 26,0 | 38,7 | 31,0 |
| Нетворческая профессия | 2,2 | 15,5 | 53,2 | 29,0 |
| Работающие в целом | 2,8 | 18,9 | 48,5 | 29,7 |
| Источник: данные мониторинга качества трудового потенциала населения Вологодской области, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017 год. | | | | |

Согласно данным опроса молодежи Вологодской области в 2015 г., факторами, ограничивающими инновационную деятельность, являются административные барьеры, отсутствие стимулирования, недостаточный уровень квалификации и профессиональной подготовки *(табл. 5.3)*.

Таблица 5.3. **Препятствия к осуществлению инновационной деятельности,** % от числа молодежи, имеющей готовые разработки

| Вариант ответа | % |
|---|---|
| Правовые и административные барьеры для внедрения | 27,9 |
| Низкий уровень материального поощрения за инновационные разработки | 26,5 |
| Недостаточный уровень квалификации и профессиональной подготовки | 23,5 |
| Отсутствие заинтересованности в участии в инновационной деятельности | 22,1 |
| Источник: данные мониторинга социально-экономического положения молодежи, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2015 год. | |

Социальная инновационная активность в современном обществе разнообразна, разнонаправленна, отражает интересы и ценности различных социальных групп и несет в себе как социальные риски, так и реализацию возможностей и инновационных стратегий поведения. Социальная активность населения имеет определяющее значение для достижения политической стабильности государства; в сфере гражданского общества возникают новые формы и возможности социальной активности, разрушающие стереотипы; рост социальной инициативы повышает эффективность функционирования социальных институтов.

## 5.2. УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИКАХ

**Ключевые понятия:** социальные практики, стимулы и барьеры участия в социальных практиках, готовность к участию в социальных проектах.

Любое действие, совершаемое индивидом в обществе, приобретает значение социального. При его частом повторении происходит опривычивание и тогда социальное действие становится социальной практикой (опривыченные действия и образцы поведения закрепляются в социальных практиках). Далее следует выход социальной практики на институциональный уровень, когда она становится социальным институтом, то есть институализируется[142].

[142] Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

Социальные практики характеризуются устойчивостью, воспроизводимостью, массовостью, нормативностью. С одной стороны, они детерминируются социальной средой, с другой – воздействуют на среду, изменяя ее структуру[143]. Основными социальными практиками являются[144]:

- благотворительность;
- добровольческие практики (волонтерство);
- электоральные практики (политические акции, пикеты, флешмобы);
- политические практики (участие в деятельности формальных или неформальных политических организаций, массовых движений и т.д.);
- практики потребительского минимализма и ретритизма (дауншифтинг, экопоселения, фрилансерство, движения «no-logo» и «антироскошь» и т.п.);
- здоровьесберегающие практики;
- практики в сфере здравоохранения и образования, социальной защиты населения и трудоустройства;
- досуговые практики и т.д.

Таблица 5.4. **Виды и типы социальных практик**

| Типы социальных практик | Виды социальных практик |
|---|---|
| Социально-педагогические | Профилактические<br>Реабилитационные<br>Коррекционно-развивающие мероприятия |
| Социально-культурные | Культурно-массовые мероприятия (спортивные, патриотические, развлекательные и т.д.)<br>Концертно-зрелищная деятельность<br>Научно-просветительская деятельность музеев, галерей, выставочных залов<br>Культурно-досуговая деятельность клубов, домов и дворцов культуры и т.д. |
| Социально-бытовые | Реабилитационные и лечебные мероприятия<br>Мероприятия по физическому и культурному развитию<br>Путевки в городские и загородные оздоровительные лагеря<br>Комплекс мероприятий по помощи молодым семьям при приобретении жилья и т.д. |
| Социально-медицинские | Профилактические мероприятия (митинги, конференции, флешмобы и т.д.)<br>Консультирование<br>Психокоррекция |
| Социально-трудовые | Проведение профориентационных проектов<br>Ярмарки вакансий<br>Консультирование |
| Источник: Кривопалова Н.А., Ушакова Н.Н. Методика организации социальных и социально-профессиональных практик / Институт повышения квалификации и переподготовки работников образования Курганской области. 2009. 76 с. | |

Близким понятием к общественной (социальной) активности является термин «общественное участие». Под общественном участием понимается включенность индивида/группы/сообщества в те или иные социальные взаимодействия, которые реализуются в различных повседневных практиках[145].

[143] Шугальский С. С. Социальные практики: интерпретация понятия // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. С. 276–280.

[144] Социология повседневности: социальные институты и практики: учеб. метод. пособие / Н.Л. Антонова [и др.]; под общ. ред. Н.Л. Антоновой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 132 с.

[145] Скалабан И.А. Участие и общественное участие как социологические категории // Теории и проблемы политических исследований. 2016. Т. 5. № 5А. С. 44–59.

Модель инновационной активности, согласно классификации Онне Янсена (Onne Janssen)[146], включает три последовательных этапа: генерирование идеи, ее продвижение и реализацию.

*Генерирование идеи* является основой любого инновационного процесса и наиболее тесно связано с понятием креативности индивида. Оно стимулируется появлением или обострением определенной проблемы, сложной ситуации, которые требуют мобилизации интеллектуальных сил сотрудника с учетом накопленного опыта и квалификации.

*Продвижение новой идеи* обусловлено необходимостью преодоления в коллективе психологического напряжения, связанного с появлением этой идеи. Несмотря на потенциальные выгоды для малой группы от внедрения того или иного новшества, сам процесс имплементации инновации неизбежно ведет к изменению сложившегося и привычного порядка вещей и появлению дополнительных рисков.

*Внедрение инновационного решения* в жизнь организации свидетельствует о превращении инновационной практики поведения, нового структурного образования, технологического решения в стандартный элемент производственного процесса, в норму.

Участие населения в социальных практиках (их разработке, реализации), прежде всего, осуществляется через различные *объединения*, суть которых – стремление принять деятельное созидательное участие в организации общественной жизни, создании более благоприятных условий жизнедеятельности территории. В первую очередь, к таким объединениям можно отнести *социально-ориентированные НКО*, функционирование которых в большинстве своем связано с конкретной целевой аудиторией (дети, пожилые, инвалиды, люди, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации)[147]. Их основная деятельность направлена на оказание представителям целевой группы одной или нескольких социальных услуг (информационно-просветительская работа, создание условий для социально-трудовой и психологической реабилитации, творческого и профессионального развития и т.п.). Эта деятельность может осуществляться как на локальной территории, так и охватывать город, район, один или несколько регионов или всю страну[148].

Также необходимо отметить функционирование различных инфраструктурных организаций и аналитических центров – *фонды, ресурсные центры* – посредников между представителями различных экономических секторов, содействуя конструктивному их диалогу. Их сотрудники – эксперты в сфере управления проектами и организациями, профессионалы в сфере проведения исследований и обработки данных, организации переговорных процессов и других механизмов взаимодействия. Фонды и центры проводят обучающие мероприятия, осуществляют информационный обмен между разными группами общества, создают «переговорные площадки» для взаимодействия общественности и власти, повышают общественную активность.

---

[146] Janssen O. How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. Journal of Organizational Behavior, 2004, vol. 25 (2), pp. 201–215.

[147] Участие НКО в оказании услуг в социальной сфере: спец. доклад Общественной палаты Российской Федерации / Общественная палата Российской Федерации; сост. и общ. ред. Е.А. Тополева-Солдунова [и др.]. М.: Современные информационные системы, 2019. 96 с.

[148] Отличные практики. Участие населения в решении локальных проблем и развитии территорий. Нижний Новгород: ООО «ЗУМ», 2012. 36 с.

Согласно данным отчета Минэкономразвития России, отрасль социальной защиты и социального обслуживания является наиболее развитой в части передачи государственных и муниципальных услуг СО НКО.

Из 83 субъектов, предоставивших отчеты по реализации Комплекса мер по доступу СО НКО в сфере социальной защиты и социального обслуживания, 76 субъектов Российской Федерации в 2018 году передавали на исполнение СО НКО услуги с выделением бюджетных средств (в 2017 году – 72 субъекта Российской Федерации). Объем финансовых средств, переданных СО НКО, по сравнению с 2018 годом, увеличился на 93 процента: 11,21 млрд руб. в 2018 году по сравнению с 5,82 млрд руб. в 2017 году. Лидерами по объему переданных бюджетных средств СО НКО в сфере социальной защиты и социального обслуживания в 2018 году стали: г. Москва, Самарская область, Московская область, г. Санкт-Петербург, Республика Башкортостан.

Из всех видов услуг в сфере социального обслуживания наиболее часто СО НКО передавали социально-бытовые, социально-медицинские и социально-психологические услуги. Самыми распространенными механизмами передачи средств СО НКО в данной отрасли являются компенсации за оказанные услуги, предусмотренные Федеральным законом № 442-ФЗ и гранты (субсидии) на конкурсной основе.

За 2018 год услуги СО НКО в сфере социальной защиты и социального обслуживания получили 1 277,5 тыс. человек, из них самые высокие показатели охвата населения услугами СО НКО у Красноярского края (503,0 тыс. человек), Удмуртской Республики (184,7 тыс. человек), г. Санкт-Петербурга (126,0 тыс. человек), Новосибирской области (79,5 тыс. человек).

Одним из механизмов общественной активности населения является организация *территориального общественного самоуправления* (ТОС). При его создании предполагалось, что через «дворовую активность» люди выйдут на уровень непосредственного участия в управлении территорией, повысят свое гражданское участие. «В рамках реализации проектов ТОС создаются дополнительные рабочие места, проводятся мероприятия, направленные на сохранение культуры и традиций, благоустройство населенных пунктов, пропаганду здорового образа жизни, поддержку наиболее незащищенных слоев населения. Благодаря проведению конкурсов проектов в селах и деревнях сооружены спортивные и детские площадки, отремонтированы мосты, построены колодцы, возрождаются народные традиции и промыслы, организуется досуг местных жителей. Жители населенных пунктов активно включаются в решение проблем территории»[149]. По сути, территориальное общественное самоуправление – это совокупность различных инициатив, в том числе: жилищных, потребительских, экологических, детских и молодежных, информационных, благотворительных, протестных, правовых, образовательных, досуговых и других. Оно включает в себя практически все «житейские» вопросы. При этом подразумевается, что население само в состоянии решить некоторые проблемы. Естественно, при кооперации с органами местного самоуправления.

Еще одним механизмом реализации потребности населения в социальной активности является *социальное предпринимательство*. Оно сочетает в себе социальную направленность деятельности и предпринимательский подход. Это бизнес-решение социальной проблемы, баланс социальных целей и коммерческой составляющей, где деньги – не цель, но средство достижения этих социальных целей, позволяющее предпринимателю оставаться устойчивым и независимым. Мировой опыт показывает, что в предпринимательстве все больше смещается акцент на то, чтобы не только зарабатывать, но и решать социальные проблемы. И все больше инвесторов вкладываются в социально ориентированные компании.

Основными *направлениями социального предпринимательства* являются:

– трудоустройство людей с ограниченными возможностями здоровья, матерей с детьми до трех лет, лиц, находящихся в трудной жизненной ситуации;

[149] Хабибрахманова Э. Региональные практики вовлечения граждан в местное самоуправление // Экономика и управление. 2016. № 5 (133). С. 61–69.

– услуги, которые государство не может предоставить населению в полной мере;

– услуги частных образовательных учреждений, организаций, осуществляющих уход за пожилыми людьми, медицинских центров компаний;

– услуги, направленные на здоровый образ жизни и реабилитацию людей с ограниченными возможностями;

– физкультурно-оздоровительные и реабилитационные центры, спортивные центры для детей и т.п.;

– услуги для социально незащищенных граждан;

– социальные парикмахерские, такси и прочие предприятия, которые предоставляют услуги на особых условиях (со скидками, по сниженным ценам, бесплатно);

– производство товаров для социально незащищенных граждан (производство продуктов, товаров широкого потребления, реализуемых для данной категории граждан, по сниженным ценам, а также оборудования и товаров для реабилитации и социализации инвалидов);

– деятельность, связанная с развитием территории, местного сообщества;

– услуги по проведению экскурсий, в т.ч. для незащищенных групп населения, для инвалидов и т.д., организация туристических парков, зон отдыха, связанных с историей, возрождением культурных традиций, производство изделий народных художественных промыслов и ремесел и т.д.

Важным стимулом, формирующим заинтересованность населения к участию в социальных практиках, является *возможность повлиять на состояние дел в той или иной сфере (территории)*. Чаще всего такая возможность наиболее реальна, по оценкам населения, в радиусе ближайшего окружения, реже – на уровне города и страны *(рис. 5.2)*.

Рис. 5.2. **Оценка населением возможности влияния на ситуацию,** % от числа опрошенных в Вологодской области

Источник: данные мониторинга общественного мнения, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2019 год.

Организационным механизмом для реализации желания повлиять на состояние дел в той или иной сфере (территории) является *способность к объединению* для решения возникающих вопросов. Эта способность различается в разрезе социально-демографических групп населения и по территориальному признаку. Чаще ее демонстрируют женщины (70% против 64%) и молодежь (73% по сравнению с 62% – для представителей старших поколений; *табл. 5.5*).

Таблица 5.5. **Оценка доли населения, готового создавать объединения для совместных действий при совпадении их идей и интересов,** % от числа опрошенных

| Вариант ответа | Вологодская область | Пол | | Возраст | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | муж. | жен. | до 30 лет | от 30 до 60 (55) лет | старше 60 (55) лет |
| Готов и скорее готов объединяться | 60,6 | 63,9 | 69,6 | 72,7 | 68,6 | 62,2 |
| Не готов и скорее не готов объединяться | 39,4 | 36,1 | 30,4 | 27,3 | 31,4 | 37,8 |
| Источник: данные мониторинга общественного мнения, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2019 год. | | | | | | |

Частота участия населения в мероприятиях, направленных на решение социально значимых проблем в регионе (городе, селе) на безвозмездной основе не так высока, учитывая его долю, готовую к объединению ради решения различных социальных вопросов *(табл. 5.6)*. Более половины опрошенных такого участия не предпринимает никогда (56%). Вместе с тем четверть жителей время от времени участвует в мероприятиях подобного рода (24%).

Таблица 5.6. **Регулярность участия населения в мероприятиях, направленных на решение социально значимых проблем в регионе (городе, селе) на безвозмездной основе за последние 12 месяцев,** % от числа опрошенных

| Вариант ответа | Вологодская обл. | Пол | | Возраст | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | муж. | жен. | до 30 лет | от 30 до 60 (55) лет | старше 60 (55) лет |
| Регулярно | 5,3 | 5,7 | 7,7 | 5,3 | 6,7 | 7,6 |
| Время от времени | 24,0 | 20,7 | 30,2 | 29,6 | 26,8 | 23,3 |
| Один раз | 14,8 | 16,1 | 14,5 | 19,6 | 14,8 | 13,9 |
| Никогда | 55,9 | 57,5 | 47,6 | 45,5 | 51,7 | 55,2 |
| Источник: данные мониторинга общественного мнения, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2019 год. | | | | | | |

Чаще участниками мероприятий становится, в основном, население до 30 лет. Неслучайно молодежи приписывают такие черты, как креативность, амбициозность, высокая обучаемость и адаптивность, инициативность и т.д.

Исследования ВЦИОМ показывают, что каждый третий молодой человек интересуется информацией, приводящей к профессиональной деятельности в сфере инноваций. Однако распределение интересов и предпочтений молодых в сфере реализации инновационных проектов достаточно тривиально: 30% ориентированы на торговлю и сферу услуг; 19% – информационные технологии; 6% – производство.

## 5.3. МОЛОДЕЖЬ И ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ

**Ключевые понятия:** инновационная активность, творческая деятельность, изобретательская активность, модернизация, человеческий капитал, компетенции.

В разные периоды интенсивность исследовательского интереса к изучению проблем молодежи менялась. Большой спектр работ по молодежной тематике был опубликован в 1920–1980-е гг., предметом этих исследований выступали вопросы быта и материального положения студенчества (А. Кауфман); положение рабочих-подростков на производстве (И. Янжул, А. Бернштейн-Коган). В 1990-е гг. в России отмечался спад интереса к молодежному направлению, что проявилось в

прекращении деятельности многих исследовательских групп, приостановке мониторингов из-за недостаточного финансирования и т.п. В 2000-е гг. отмечен всплеск внимания к молодежным проблемам, в определенной степени связанный и с объявлением 2009 г. «годом молодежи»[150].

Можно выделить несколько подходов к определению молодежи. В соответствии со *стратификационным подходом* молодежь рассматривается как особая социально-демографическая группа людей, ограниченная возрастными рамками, со своими специфическими ролями, статусом и социальными позициями. В *социально-психологическом подходе* акцент сделан на возрастных, биологических и психологических особенностях. В соответствии с *субъектным подходом* молодость рассматривается как особое ощущение мира и себя, устремленность в будущее, оптимизм, жизнелюбие, стремление к интенсивной и эффективной деятельности. Представители *ролевого подхода* к изучению молодежи обращают внимание на «молодость» как особую поведенческую фазу в жизни каждого человека, когда он не играет больше роли ребенка и в то же время не является полноправным носителем ролей взрослых людей. В соответствии с *конфликтологическим (рискологическим) подходом* к изучению молодежи этот период рассматривается как этап в жизни человека, полный стрессов, проблем, конфликтов с самим собой и обществом и значимый для каждого человека. Молодежь, обладая свойством риска, в условиях перемен способна к созданию нового, инновационного[151]. *Субкультурный подход* позволяет рассматривать молодежь как особую социальную группу со своим образом жизни, стилем поведения, культурными нормами и ценностями[152]. Среди подходов к определению молодежи также выделяют *биополитический*, в соответствии с которым учитываются психологические характеристики, социальные особенности, поведенческие установки, ценности молодежи.

Анализ различных подходов к определению молодежи позволяет выделить характерные особенности данной группы населения: возраст, социальный статус, ролевые функции и особенности поведения, социально-демографические характеристики, социально-психологические особенности, самоидентификация и самоопределение молодежи.

Характеристики этой группы населения находят свое проявление в определениях молодежи:

*Молодежь как поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих культурные ценности и подготавливаемых к выполнению социальных ролей*[153].

*В.Т. Лисовский*

---

150 Луков В.А. Теории молодежи: возможности для развития. URL: http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4015

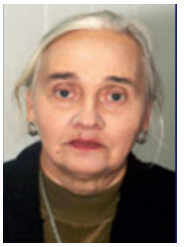
151 Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. М.: Наука, 2001. 229 с.

152 Молодежь как социально-демографическая группа. Методологические аспекты исследования молодежи как системы. URL: http://socprob.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=256:q-q-11-&catid=51:2012-02-22-10-27-30

153 Социология молодежи / под ред. проф. В.Т. Лисовского. СПб.: Изд-во СПб ун-та, 1996. 460 с.

*Молодежь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств*[154].

*И.С. Кон*



*Молодежь – это физически и духовно не окрепшая возрастная группа, которая находится в стадии формирования организма и психики. Молодежь становится, но еще не стала материально независимой, самостоятельной группой. Для нее характерна незаконченность процесса социальной адаптации и системы ценностных ориентаций*[155].

*В.И. Добрынина*

Н.А. Чистякова[156] определяет молодежь как группу населения со специфической позицией в процессе воспроизводства социальной структуры, со способностью не только наследовать, но и преобразовывать сложившиеся общественные отношения. Наиболее полное определение как с позиций социальных, так и биологических характеристик, дает В.В. Павловский[157]. Он характеризует молодежь как особую биосоциальную группу людей от 13–14 до 29–30 лет, которая занимает переходное положение между общностями подросткового и взрослого зрелого возраста, детерминируется конкретно-историческим типом общества с его государственным строем и другими особенностями социального развития; является результатом социализации пяти основных сфер жизни общества; осуществляет переход от репродуктивной (подготовительной) к продуктивной деятельности, эволюцию от общественной и гражданской несамостоятельности – к статусу взрослых деятельных членов общества, полноправных граждан и сформировавшихся личностей.

Таким образом, молодежь – это особая социально-демографическая группа в возрасте от 14 до 30 лет, обладающая таким уровнем мобильности, интеллектуальной активности и здоровья, который выгодно отличает ее от других социальных групп и позволяет быстрее приспосабливаться к новым условиям жизни ввиду своих социально-психологических, творческих и физических особенностей, играющая значительную роль в развитии инновационного потенциала территории[158].

---

[154] Кон И.С., Иконникова С.Н. Молодежь как социальная категория: доклад на VII Всемирном социологическом конгрессе (Варна, 1970). М., 1970. 14 с.

[155] Девиантность в поведении современной российской молодежи: социокультурный анализ / В.И. Добрынина [и др.] // Культура и образование. 2019. № 1 (32). С. 38–46.

[156] Чистякова Н.А. Особенности социального развития молодежи в условиях кризисного состояния общества в России: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. М., 1999. 29 с

[157] Павловский В.В. Социология молодежи и ювенология // Социологические исследования. 1999. № 5. С. 46–52.

[158] Молодежь современной России – ключевой ресурс модернизации: монография / А.А. Шабунова [и др.]. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. 148 с.

Современный этап развития страны предполагает движение к инновационному обществу, характеризующемуся акцентом на большем использовании когнитивного и творческого потенциалов человека. Молодежь является той частью российского общества, с которой в наибольшей степени связываются перспективы дальнейшего развития страны на ближайшие десятилетия, той когортой, которая «*способна когнитивно, эффективно и творчески осваивать*» и *создавать* инновационные технологии.

Инновационная активность населения несет в себе выгоды социально-психологического характера: более высокую удовлетворенность работой, лучшее качество межличностных коммуникаций[159].

Со второй половины XX века во многих теориях и моделях начала проявляться тенденция включения в анализ инновационной деятельности психологической составляющей, составляя основу мультидисциплинарного подхода к изучению инновационной активности населения. В связи со все возрастающей заинтересованностью общества в инновациях, сегодня интенсивно развивается экономический подход к изучению «креативности», который делает основной акцент на социально-экономических, прагматических, технологических и прикладных сторонах творчества.

Одной из наиболее известных теорий в рамках этого направления является теория инвестирования Р. Стернберга и Т. Любарта[160], где основными факторами, определяющими креативность и инновационность личности, считаются:

– способность увидеть проблему по-новому и преодолеть стереотипы обыденного сознания (синтетическая способность);

– способность выявлять и выделять «перспективные» для дальнейшей разработки идеи (аналитическая способность);

– способность убедить других в правильности, перспективности и ценности выбранной идеи (контекстуально-практическая способность).

Инновационное поведение, по мнению исследователей[161], является функциональной системой творчества, обусловленной инновационным потенциалом личности, включающим способность создавать, воспринимать, реализовывать новшества, своевременно избавляться от устаревшего, нецелесообразного опыта и творческие устремления на преобразование действительности.

Инновационному поведению свойственны такие характеристики как:

– целенаправленность, умение предвосхищать результаты;

– ориентированность на преодоление возникающих препятствий;

– гибкость, подразумевающая адекватную реакцию на быстро меняющуюся обстановку;

– сочетание спонтанности с возможностью произвольной регуляции;

– настойчивость;

– направленность на достижение успеха

– созидательность.

---

[159] Janssen O. Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 2000, vol. 73 (3), pp. 287–302.

[160] Sternberg J.R., Lubart T.I. The concept of creativity: prospects and paradigms. In: Handbook of creativity. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. Pp. 3–16.

[161] Харитонов И. Р. Инновационный менеджмент: учебное пособие. СПб.: Союз, 2011. 313 с.

Российские исследователи[162] отмечают, что «инновационное поведение – это … и максимальное развитие своей индивидуальности и самоактуализация, проявление инновационного потенциала каждого отдельного субъекта...». Также ряд исследователей[163] считает, что инновационное поведение – это такой феномен, который основывается в числе прочих и на способности раскрывать и реализовывать свой творческий потенциал. В связи с этим наибольший интерес сегодня занимает проблема инициации инновационного поведения[164].

Инновационная активность «представляет такую форму активности, которая предполагает выход за границы и пределы устоявшихся установок и поведенческих стереотипов»[165]. Для проявления активности «необходимо наличие таких ситуативных факторов, как инновационные возможности индивида и наличие среды, которая восприимчива к таким возможностям, где становится возможной их реализация».

*Восприимчивость к нововведениям* как одно из качеств инновационной личности является важным фактором инновационной активности как на микро- (человек, фирма), так и на макроуровне (регион, страна). Восприимчивостью вообще является способность легко воспринимать что-либо, приходящее извне. Восприимчивость к нововведениям на микроуровне (по отношению к человеку) определяется как способность, на основе мотивационной доминанты успеха, профессионального и карьерного роста, к поиску новшеств, степень готовности и стремление к их освоению, способность реализовать и применять нововведения на практике. По мнению исследователей, существуют три социально-психологические установки на нововведения: мотивационная (готовность к изменениям), знаниевая, информационная (готовность к новым условиям жизнедеятельности), поведенческая (реальная активность – действия, поступки)[166].

Данные исследований показывают, что готовность к переменам (восприимчивость нововведений) более характерна для молодежного возраста *(табл. 5.7)*, их готовность к каким-либо изменениям оказалась выше, чем в остальных возрастных группах.

Таблица 5.7. **Доля населения, готового к следующим изменениям,** %

| Вариант ответа | Возрастная группа | | |
|---|---|---|---|
| | молодежь | средний возраст | пожилые |
| Изучать и использовать в своей работе и в быту новые технологии | 60 | 56 | 27 |
| Осваивать новые знания и навыки, личностно и профессионально развиваться | 60 | 51 | 16 |
| Усваивать новые ценности, образцы поведения, соответствующие современному образу жизни | 59 | 49 | 22 |

[162] Каменкова Е.И., Зинченко В.Ю., Галажинский Э.В. Психолого-педагогическое сопровождение реализации инновационных образовательных программ. М.: Норма, 2011. 237 с.

[163] Клочко В.Е. Психология инновационного поведения. СПб.: Нева, 2012. 154 с.

[164] Инновационное поведение сотрудников российских и иностранных компаний / Е.С. Балабанова [и др.] // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2019. Т. 12. Вып. 3. С. 215–233. URL: https://doi.org/10.21638/spbu12.2019.301

[165] Бабосова Е.С. Инновационная активность молодежи: особенности и перспективы // Вестн. Перм. ун-та. 2013. № 3 (15). С. 144–154.

[166] Барабицкий А.А. Факторы восприимчивости производственной системы к инновациям // Бизнес в законе. 2012. № 5. С. 192–195.

Окончание таблицы 5.7

| Вариант ответа | Возрастная группа | | |
|---|---|---|---|
| | молодежь | средний возраст | пожилые |
| Заняться инновационной деятельностью (участвовать в создании чего-то нового) | 49 | 37 | 11 |
| Организовать собственное дело, семейный бизнес | 42 | 30 | 9 |
| Заняться общественно-политической деятельностью (участие в работе профсоюзов, политических партий и т.д.) | 24 | 16 | 9 |
| Источник: данные опроса общественного мнения Северо-Западного федерального округа, ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017 год. | | | |

Таким образом, готовность молодежи к инновационной активности имеет достаточно высокий уровень. Исследование молодежи Вологодской области в 2015 году, показало, что инновационную активность обеспечивает более высокий уровень развития компетенций. Зависимость изобретательской активности молодежи в большей степени связана с уровнем развития инновационных навыков (способность к исследовательской работе, навыки управления проектами, проявление креативности). В 60% случаев наличие изобретений обеспечивалось за счет участия в инновационном процессе студентов с компетенциями «выше среднего» (3,71–4,25 баллов по пятибалльной шкале).

Когнитивные свойства человека, в том числе и молодого, входят в группу базовых (естественно-природных) качеств, которые отражают интеллектуальную основу инновационной деятельности. Результаты исследований Вологодского научного центра РАН свидетельствуют о том, что качество трудового потенциала молодежи имеет высокие значения индекса и превышает соответствующий показатель старшей возрастной группы (рис. 5.3). Однако высокое качество трудового потенциала молодежи в последние 15 лет стало обеспечиваться не за счет интеллектуальных характеристик, как было ранее, а за счет более высоких показателей здоровья, коммуникабельности и социальных притязаний (потребности в успехе).

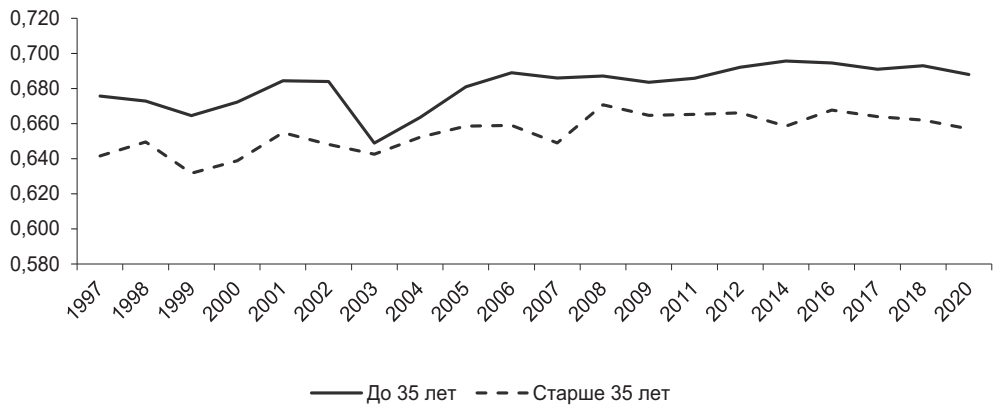



Рис. 5.3. **Динамика интегрального индекса качества трудового потенциала населения в возрастном разрезе,** ед.

Источник: данные мониторинга качества трудового потенциала населения Вологодской области, ФГБУН ВолНЦ РАН, 1997–2020 гг.

Таким образом, инновационные характеристики молодежи можно охарактеризовать так:

1) способность молодежи выступать в качестве источника изменений в материальной и духовной сфере общества, обусловленная природными инновационными характеристиками и сформированной у молодого человека мотивацией к поиску новых решений (творческому поиску), а также развитием необходимого для осуществления (внедрения) инноваций уровнем интеллектуального и культурного потенциалов;

2) готовность проектировать изменения в сфере мысли или деятельности, имеющие целью перемены действительных обстоятельств жизни людей – независимо от направленности, масштабов и последствий таких перемен;

3) элемент системы человеческого потенциала молодежи, отвечающий за способность данного потенциала выступать источником социокультурных изменений в обществе.

## Вопросы для самопроверки и обсуждения

1. Обозначьте роль социальных практик в общественной жизни и в инновационной деятельности.
2. Назовите существующие подходы к определению социальных практик.
3. Обозначьте характеристики социальных инновационных практик.
4. Укажите подходы к анализу вовлеченности населения в социальные практики.
5. Охарактеризуйте готовность разных групп населения к участию в социальных проектах.
6. В какой мере для населения характерно занятие творческой, рационализаторской деятельностью?
7. Есть ли у населения и молодежи, в частности, заинтересованность в продвижении инновационных разработок? Какие факторы на это влияют?

## Практические задания

1. Соберите информацию об имеющихся в Вашем населенном пункте социальных практиках. В табличной форме обозначьте объективные и субъективные характеристики собранных Вами социальных практик.
2. Проведите группировку факторов, которые оказывают наибольшее влияние на создание инновационных практик, направленных на решение социально значимых проблем.
3. Выделите методы оценки инновационной активности населения.

## Темы для рефератов

1. Стимулы и барьеры участия в социальных практиках.
2. Готовность разных групп населения к участию в социальных проектах.
3. Творческая и инновационная активность молодежи и факторы ее определяющие.
4. Формирование и использование потенциала молодого поколения в развитии социальных инноваций.

5. Влияние человеческого капитала на модернизационные процессы в регионе и развитие социальных инноваций.

## Рекомендуемая литература


1. Бабосова Е.С. Инновационная активность молодежи: особенности и перспективы // Вестн. Перм. ун-та. 2013. № 3 (15). С. 144–154.
2. Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: деятельностно-структурная концепция. М.: Дело, 2003. 568 с.
3. Луков В.А. Теории молодежи: возможности для развития. URL: http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4015/
4. Полтерович В.М. Институты догоняющего развития (к проекту новой модели экономического развития России) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 5. С. 34–56. DOI: 10.15838/esc/2016.5.47.2
5. Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. Institutional Causes, Macroeconomic Symptoms: Volatility, Crises and Growth. Journal of Monetary Economics, 2003, vol. 50, pp. 49–123.
6. Akhmetshin E., Morozov I., Pavlyuk A., Yumashev A., Yumasheva N., Gubarkov S. Motivation of personnel in an innovative business climate. European Research Studies Journal. 2018, vol. 21 (1), pp. 352–361.
7. Reckwitz A. Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. European Journal of Social Theory, 2002, vol. 5 (2), pp. 243–263.
8. Schatzki T.R. Social practices: A Wittgensteinian approach to human activity and the social. N.Y.: Cambridge University Press, 1996. 260 p.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ


1. Абрамов Р.Н., Зудина А.А. Культурное потребление и досуговые практики «социальных инноваторов»: социологический анализ // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2012. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-potreblenie-i-dosugovye-praktiki-sotsialnyh-innovatorov-sotsiologicheskiy-analiz
2. Агентство стратегических инициатив // Официальный сайт. URL: https://asi.ru
3. Бабосова Е.С. Инновационная активность молодежи: особенности и перспективы // Вестник Пермского университета. 2013. № 3 (15). С. 144–154.
4. Инновационное поведение сотрудников российских и иностранных компаний / Е.С. Балабанова [и др.] // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2019. Т. 12. Вып. 3. С. 215–233. DOI: 10.21638/spbu12.2019.301
5. Барабицкий А.А. Факторы восприимчивости производственной системы к инновациям // Бизнес в законе. 2012. № 5. С. 192–195.
6. Барьеры на пути инноваций в России. URL // ФОМ. URL: https://fom.ru/special/skolkovo/10707
7. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
8. Богдан Н.И. Социализация инновационной политики: мировые тренды и вызовы для Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2015. № 3. С. 4–22.
9. Большой экономический словарь / под ред. А.Б. Борисова. М.: Книжный мир, 2000. 895 с.
10. Бурцева И.В. Особенности инновационного процесса в социальной работе // Инновации в науке. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-innovatsionnogo-protsessa-v-sotsialnoy-rabote
11. Веретенникова А.Ю., Кац И.С. Институты социально-инновационного развития общественного сектора // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10: Инновационная деятельность. 2015. № 3 (18). С. 6–18.
12. Волков Д., Гончаров С. Образ будущего в представлении экспертного сообщества ОГФ // Левада-Центр. URL: https://www.levada.ru/cp/wp-content/uploads/2017/12/Otchet-OGF2017.pdf
13. Глушко И.В. Осмысление феномена социальных практик и возможностей их развития // Общество: философия, история, культура. 2011. № 1-2. С. 32-36.
14. Голубева А.А., Соколова Е.В. Инновации в общественном секторе: введение в проблему // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2010. № 4. С. 28–57.
15. Гусейнов Р.М., Семенихина В.А. Банальности «социальных инноваций» // Философия хозяйства. 2009. № 6 (66). С. 238–247.
16. Девиантность в поведении современной российской молодежи: социокультурный анализ / В.И. Добрынина [и др.] // Культура и образование. 2019. № 1 (32). С. 38–46.

17. Дементьева И.Н., Уханова Ю.В. Научно-технологическое развитие территорий в оценках экспертов. URL: http://fic.vscc.ac.ru/index.php?/forum/499-научно-технологическое-развитие-территорий-в-оценках-экспертов
18. Заславская Т.И. Современное российское общество. Социетальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004. 397 с.
19. Заславская Т.И., Шабанова М.А. К проблеме институционализации неправовых социальных практик в России: сфера труда // Мир России. 2002. № 2. С. 3–38.
20. Инноваторы: представления рядовых россиян и «народных экспертов» // ФОМ. URL: https://fom.ru/special/skolkovo/ 10496
21. Инновации в России: от идей – к практике URL // ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=343
22. Исследование: российский бизнес глазами «отцов» и «детей» // НАФИ. URL: https://nafi.ru/analytics/issledovanie-rossiyskiy-biznes-glazami-ottsov-i-detey/
23. Каменкова Е.И., Зинченко В.Ю., Галажинский Э.В. Психолого-педагогическое сопровождение реализации инновационных образовательных программ. М.: Норма, 2011. 237 с.
24. Кантор О.Г., Кузнецова Ю.А. Оценка характеристик процесса распространения социальных инноваций в Российской Федерации // Инновации. 2017. № 2 (220). С. 17–21.
25. Клочко В.Е. Психология инновационного поведения. СПб.: Нева, 2012. 154 с.
26. Князев Ю. О взаимообусловленности инновационного и социального развития // Общество и экономика. 2017. № 12. С. 10–23.
27. Кожуренко К. «Инновации» и «социальные инновации»: основания для классификации // Организация работы с молодежью. 2014. № 6. URL: http://ovv.esrae.ru/pdf/2014/6/1041.pdf
28. Кон И.С., Иконникова С.Н. Молодежь как социальная категория: доклад на VII Всемирном социологическом конгрессе (Варна, 1970). М., 1970. 14 с.
29. Кузнецова Ю. Социальные инновации: прогнозирование, планирование, организация, координация, контроль // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 10. С. 77–83.
30. Литвинова М. Сегодня собрались: мода на коворкинги идет в регионы // Известия. 2020. 1 августа. URL: https://iz.ru/1042572/marta-litvinova/segodnia-sobralis-moda-na-kovorkingi-idet-v-regiony
31. Луков В.А. Теории молодежи: возможности для развития. URL: http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4015
32. Малое инновационное предпринимательство: кейсы российских компаний / под ред. Д.С. Медовникова. М.: МАКСПресс, 2013. 196 с.
33. Молодежь как социально-демографическая группа. Методологические аспекты исследования молодежи как системы. URL: http://socprob.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=256:q-q-11-&catid=51:2012-02-22-10-27-30
34. Молодежь современной России – ключевой ресурс модернизации / под ред. А.А. Шабуновой. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. 148 с.
35. Московская А.А., Соболева И.В. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // Проблемы прогнозирования. 2016. Т. 27. № 6. С. 701–706.

36. Нововведения в организациях (общая часть исследовательской программы) / Н.И. Лапин [и др.] // Структура инновационного процесса. М., 1981. С. 5–21.
37. О компании // Служба социального сопровождения «Система Забота». URL: http://www.mobidok.ru/o-kompanii
38. О нас // Мама работает. URL: http://mamaw.ru
39. О проекте // Планик. URL: http://www.planik.org/page/o-proekte-planik
40. Омонов Ж.К. Барьеры развития социальных инноваций // Журнал экономической теории. 2016. № 2. С. 189–193.
41. Омский кластер социальных инноваций // ОРОО «ЦИСС Омской области». URL: http://cissinfo.ru/klaster-socialnyh-innovacij
42. ООО «Доспехи» // Официальный сайт. URL: https://dospehi.com
43. Отличные практики. Участие населения в решении локальных проблем и развитии территорий. Нижний Новгород: ООО «ЗУМ», 2012. 36 с.
44. Павловский В.В. Социология молодежи и ювенология // Социологические исследования. 1999. № 5. С. 46–52.
45. Плотников Н.В. Социальная инновация: специфика социологического анализа категории // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2009. № 4. С. 51–55.
46. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Институциональный атлас социальных инноваций // Экономическое возрождение России. 2017. № 2 (52). С. 80–96.
47. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Институциональный механизм формирования социальных инноваций. Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 5. С. 57–75. DOI: 10.15838/esc/2016.5.47.3
48. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Формирование и развитие теории социальных инноваций: ретроспективный анализ // Вестник Удмуртского университета. Серия: Экономика и право. 2019. Т. 29. № 4. С. 463–473.
49. Почти 3000 субъектов МСП вошли в реестр социальных предприятий // Новый бизнес. Социальное предпринимательство. URL: http://nb-forum.ru/news/pochti-3000-subektov-msp-voshli-v-reestr-sotsialnih-predpriyatii
50. Пресс-центр // ФРСП «Наше будущее». URL: http://www.nb-fund.ru/press-center/presentation/
51. Радаев В.В. Обычные и инновационные практики // Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / под ред. Т.М. Малевой; Московский Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2003. С. 390–428.
52. Россия реформирующаяся: ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2010. 368 с.
53. Рубинштейн А.Я. Введение в общую теорию изъянов рынка смешанной экономики // Пространственная экономика. 2016. № 4–5. С. 13–32.
54. Сибина С. Выбор улучшает качество услуг. В Омской области создают первый в стране кластер социальных инноваций // Российская газета. 2017. № 129 (7295). URL: http://www.mec.omskportal.ru/ru/RegionalPublicAuthorities/executivelist/MEC/news/2017/06/08/1496930259246.html
55. Скалабан И.А. Участие и общественное участие как социологические категории // Теории и проблемы политических исследований. 2016. Т. 5. № 5А. С. 44–59.

56. Смородинская Н.В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста // Инновации. 2014. № 7 (189). С. 27–33.

57. Соболева И.В., Чубарова Т.В. Социальная политика в России – контуры новой модели. М.: Институт экономики РАН, 2017. 45 с.

58. Соловьева Т.С. Влияние социальных инноваций на региональное развитие: концептуальные положения // Вопросы региональной экономики. 2018. № 3 (36). С. 91–88. DOI:10.21499/2078-4023-2018--3-91-88

59. Соловьева Т.С. Роль социальных инноваций в решении социальных проблем: опыт России и Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2017. № 3 (80). С. 92–103.

60. Соловьева Т.С., Попов А.В. Социальные инновации в сфере занятости: региональный аспект // Ars Administrandi (Искусство управления). 2015. № 2. С. 65–84.

61. Социальное предпринимательство России // Gladway Foundation. URL: http://soindex.ru/

62. Социальные инновации как эффективный ответ на современные вызовы в сфере образования / А. Шредер [и др.] // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Т. 10. № 5. С. 21–36. DOI: 10.15838/esc/2017.5.53.2

63. Социальный акселератор // ЦРНО. URL: http://spclub.crno.ru/sotsialnyiy-akselerator

64. Социальный предприниматель – 2018. Автопортрет: краткий аналитический отчет по результатам исследования // ЦИРКОН. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf

65. Социология молодежи / под ред. В.Т. Лисовского. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1996. 460 с.

66. Социология повседневности: социальные институты и практики: учеб. метод. пособие / Н.Л. Антонова [и др.]; под общ. ред. Н.Л. Антоновой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 132 с.

67. Старостин А.М., Понеделков А.В., Швец Л.Г. Гражданское общество в России в контексте трансфера инноваций // Власть. 2016. № 5. С. 5–15.

68. Трилицкая О.Ю. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика, Экология. 2013. № 1 (22). С. 155–161.

69. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия М.: Финансы и статистика, 2003. 176 с.

70. Устинова К.А. Анализ «стимуляционного поля» творческой активности населения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 71–90. DOI: https://doi.org/10.14515/monitoring. 2018.3.14

71. Устинова К.А., Губанова Е.С., Леонидова Г.В. Человеческий капитал в инновационной экономике. Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2015. 195 с.

72. Участие НКО в оказании услуг в социальной сфере: спец. доклад Общественной палаты Российской Федерации / Общественная палата Российской Федерации; сост. и общ. ред. Е.А. Тополева-Солдунова [и др.]. М.: Современные информационные системы, 2019. 96 с.

73. Фарахутдинов Ш.Ф. Исследование готовности к инновациям сельских территорий Тюменской области // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2016. № 4 (48). С. 357–365.

74. Фатьянова И.Р. Институциональные аспекты развития национальных инновационных систем // Вопросы инновационной экономики. 2011. № 10. С. 3–10.

75. Фирсова Н. Предикторы инновационных потребительских практик: освоение интернет-шоппинга в российских домохозяйствах // НИУ ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/data/2013/04/03/1294885698/%D0%A4%D0%B8%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_09_04_13.pdf

76. Хабибрахманова Э. Региональные практики вовлечения граждан в местное самоуправление // Экономика и управление. № 5 (133). 2016. С. 61–69.

77. Харитонов И.Р. Инновационный менеджмент: учебное пособие. СПб.: Союз, 2011. 313 с.

78. Хохлова Т.П. Пути преодоления инновационных барьеров в SMART-экономике // Сфера услуг: инновации и качество. 2014. № 17. URL: http://journal.kfrgteu.ru/files/1/2014_17_9.pdf

79. Чернова А.С. Сущность инновационной активности предприятий // Молодой ученый. 2015. № 1. С. 311–312.

80. Чистякова Н.А. Особенности социального развития молодежи в условиях кризисного состояния общества в России: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. М., 1999. 29 с

81. Чупров В.И. Социальная инновация // Социологическая энциклопедия: в 2 т. Т. 2. М., 2003. 456 с.

82. Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. М.: Наука, 2001. 229 с.

83. Шабунова А.А., Попов А.В., Соловьева Т.С. Потенциал женщин на рынке труда региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. № 1. С. 124–144. DOI: 10.15838/esc.2017.1.49.7

84. Школа экологического предпринимательства // ШЭПР. URL: http://shepr.ru

85. Шугальский С.С. Социальные практики: интерпретация понятия // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. С. 276–280.

86. A social business example: Grameen Danone. URL: http://nicolabashall.blogspot.nl/2010/05/social-business-example-grameen-danone.htm

87. About Fryshuset // Fryshuset. URL: http://fryshuset.se/in-english

88. Arogya Parivar: healthy family in rural India // Novartis. URL: https://www.novartis.com/sites/www.novartis.com/files/Arogya-Parivar-fact-sheet_2014_final.pdf

89. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? Entrepreneurship Theory and Practice, 2006, vol. 30 (1), pp. 1–22. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x

90. Ayob N., Teasdale S., Fagan K. How Social Innovation 'Came to Be': Tracing the Evolution of a Contested Concept. Journal of Social Policy, 2016, vol. 45 (4), pp. 635–653. DOI: https://doi.org/10.1017/S004727941600009X

91. Bates S. The Social Innovation Imperative. Stanford Social Innovation Review, 2012, March. URL: http://www.ssireview.org/articles/entry/the_social_innovation_imperative

92. Be Responsible. It's up to you. Grey economy 0%. UNDP in Montenegro. URL: https://www.me.undp.org/content/montenegro/en/home/presscenter/articles/2013/12/20/be-responsible-it-s-up-to-you-grey-economy-0-.html

93. Bloom P., Dees G. Cultivate your Ecosystem. Stanford Social Innovation Review, 2008. Winter. URL: https://www.giftstogive.org/wp-content/uploads/2014/11/CultivateYourEcoSystem_StamfordReview_Dees-Bloom_2008.pdf
94. Boosting SI's Social and Economic Impact, 2016. Institute for Work and Technology: Gelsenkirchen, 2016. 110 p.
95. Boosting Social Enterprise Development: Good Practice Compendium. OECD/EU. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264268500-en/index.html?itemId=/content/publication/9789264268500-en
96. Borzaga C., Galera G. Social Enterprises and their Eco-systems: Developments in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. 50 p.
97. Boudeville J. Problems of Regional Economic Planning. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1966. 192 p.
98. Building the Social Innovation Ecosystem. A deliverable of the project: «The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe» (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research. URL: http://www.sigeneration.ca/wp-content/uploads/2014/12/TEPSIE-Graphic.pdf
99. Butzin A., Terstriep J. Actors and Roles in Social Innovation. In: Howaldt J., Kaletka C., Schröder A., Zirngiebl M. (eds.) Atlas of Social Innovation. New Practices for a Better Future. Sozialforschungsstelle, TU Dortmund University: Dortmund, 2018. Pp. 77–80.
100. Caulier-Grice J., Kahn L, Mulgan G., Vasconcelos D. Study on Social Innovation. A paper prepared by the Social Innovation eXchange (SIX) and the Young Foundation for the Bureau of European Policy Advisors. EU/YF, 2010. 127 p.
101. Chalmers D. Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. Local Economy, 2012, vol. 29, pp. 17–34.
102. Commission Staff Working Paper. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/working_document2011_en.pdf
103. Der Idee. Social business: Women. URL: http://www.social-business-women.com
104. Edmiston D. The UK Social Innovation Policy Agenda. Oxford: University of Oxford, 2015. 36 p.
105. Empresas de Economía Social en España. CEPES. URL: https://www.cepes.es/cifras
106. Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf
107. European Commission «Annual Growth Survey». European Commission. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/ags2012_en.pdf
108. Godin B. Social Innovation: Utopias of Innovation from c. 1830 to the Present. Montreal: INRS, 2012. 52 p.
109. Grameen Danone Foods Ltd. Danone Community. URL: https://www.danonecommunities.com/grameen-danone-foods-ltd
110. Howaldt J., Butzin A., Domanski D., Kaletka C. Theoretical approaches to social innovation: A critical literature review. URL: http://www.si-drive.eu/wp-content/uploads/2014/11/D1_1-Critical-Literature-Review_final.pdf

111. Howaldt J., Kaletka C., Schröder A., Zirngiebl M. (eds.). Atlas of Social Innovation. New Practices for a Better Future. Sozialforschungsstelle, TU Dortmund University: Dortmund, 2018. 245 p.

112. Howaldt J., Schwarz M. Social innovation: Concepts, research fields and international trends. Dortmund: TU-Dortmund, 2010. 83 p.

113. Janssen O. Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 2000, vol. 73 (3), pp. 287–302.

114. Janssen O. How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. Journal of Organizational Behavior, 2004, vol. 25 (2), pp. 201–215.

115. Jenson J. Social Innovation: Redesigning the Welfare Diamond. In: Nicholls A., Simon J., Gabriel M., Whelan C. (eds.). New Frontiers in Social Innovation Research. Palgrave Macmillan: Basingstoke, 2015. Pp. 89–106.

116. Klein J-L., Tremblay P.-A. The social economy: a springboard for local development projects? In: Bouchard M.J. Innovation and the social economy. The Québec experience. Toronto: University of Toronto Press, 2013. Pp. 229–250.

117. Manzini E. Making things happen: Social innovation and design. Design issues, 2014, vol. 30 (1), pp. 57–66.

118. Massey A., Johnston-Miller K. Governance: public governance to social innovation // Policy & Politics, 2016, vol. 44 (4), pp. 663–675. DOI: 10.1332/030557314X14042230109592

119. Millard J. How social innovation underpins sustainable development. In: J. Howaldt, C. Kaletka, A. Schröder (eds.). Atlas of Social Innovation. Dortmund: Sozialforschungsstelle, 2018. Pp. 40–43.

120. Moulaert F., Mehmood A., MacCallum D., Leubolt B. (eds.). Social Innovation as a Trigger for Transformations – The Role of Research. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. 110 p.

121. Mulgan G. Social innovation theories: Can theory catch up with practice? In: H.-W. Franz, J. Hochgerner, J. Howaldt (eds.). Challenge social innovation. Berlin: Springer-Verlag, 2012. Pp. 19–42.

122. Murray R, Caulier-Grice J., Mulgan G. The Open Book of Social Innovation. London: Young Foundation, 2010. 224 p.

123. Nicholls A., Murdock A. Social Innovation. Blurring Boundaries to Reconfigure Markets. New York: Palgrave Macmillan, 2012. 321 p.

124. Ogburn W.F., Nimkoff M.F. Sociology. Boston: Houghton Mifflin Co, 1940. 953 p.

125. OECD. Social Innovation Policy Framework for Croatia. 2016. URL: https://www.oecd.org/south-east-europe/programme/Social_Innovation_Policy_Framework_Croatia.pdf

126. Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world. The Economist. URL: https://www.essmart-global.com/wp-content/uploads/2016/12/2016.09.29-Economist-Social-Innovation-Index.pdf

127. Phillips W., Lee H., Ghobadian A., O'Regan N., James P. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. Group & Organization Management, 2014, vol. 40 (3), pp. 428–461.

128. Phills Jr.A.J., Deiglmeier K., Miller D.T. Rediscovering Social Innovation. Stanford Social Innovation Review, 2008, vol. 6 (4), pp. 33–43.

129. Pol E., Ville S. Social Innovation: Buzz Word Or Enduring Term? Journal of Socio-Economics, 2009, vol. 38, pp. 878–885.
130. Popov A.V., Solov'eva T.S. Social innovation in Russian scientific discourse. European Public & Social Innovation Review, 2018, vol. 3 (2), pp. 14–22. DOI: https://doi.org/10.31637/epsir.18-2.2
131. Projekter. Socialt Udviklingscenter. URL: http://www.sus.dk/projekter
132. R.U.S.Z. Kompetenzzentrum. R.U.S.Z. GmbH. URL: http://rusz.at/kompetenz-zentrum
133. Rabadjieva M., Schröder A., Zirngiebl M. Towards a Typology of Social Innovation. In: J. Howaldt, A. Schröder, A. Butzin, D. Rehfeld (eds.). Towards a General Theory and Typology of Social Innovation, SI-DRIVE Deliverable D1.6. Dortmund: TUDO, 2017. 153 p.
134. Ready to Start. Impact Hub Moscow. URL: http://www.impacthubmoscow.net/zayavka-na-uchasti-v-programme-ready-to-start
135. Reckwitz A. Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. European Journal of Social Theory, 2002, vol. 5 (2), pp. 243–263.
136. Rogers E.M. Diffusion of Innovations. 5th ed. New York: Free Press, 2003. 576 p.
137. Rüede D., Lurtz, K. Mapping the Various Meanings of Social Innovation: Towards a Differentiated Understanding of an Emerging Concept. URL: https://www.siceurope.eu/sites/default/files/field/attachment/Rueede%20Lurtz%20%20mapping%20the%20various%20meanings%20of%20social%20innovation.pdf
138. Ryan B., Gross N.C. The Diffusion of Hybrid Seed Corn Two Iowa Communities. Rural Sociology, 1943, vol. 8, pp. 15–24.
139. Sargant W. Social Innovators and Their Schemes. Charleston: Nabu Press, 2010. 502 p.
140. Schatzki T.R., Knorr C.K., von Savigny E. The Practice Turn in Contemporary Theory. London: Routledge, 2001. 256 p.
141. Scheuerle T., Schimpf G.-C., Glänzel G., Mildenberger G. Report on relevant actors in historic examples and an empirically driven typology on types of social innovation. Deliverable 5.1 of the CrESSI project. URL: https://www.sbs.ox.ac.uk/sites/default/files/research-projects/CRESSI/docs/CRESSI_Working_Paper_29_16_D5.1FINAL.pdf
142. Shove E. Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality. Oxford: Berg, 2003. 240 p.
143. Social enterprises and their eco-systems: A European mapping report. Updated country report: Belgium. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16377&langId=en
144. Social Innovation. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en
145. Social Innovation in Belgium. SIC. URL: https://www.siceurope.eu/sites/default/files/uploads/documents/social_innovation_in_belgium_2016_0.pdf
146. Social innovation theory and research: A guide for researchers. A deliverable of the project: «The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe» (TEPSIE). European Commission – 7th Framework Programme. Brussels: European Commission, DG Research, 2014. 52 p.
147. Sternberg J.R., Lubart T.I. The concept of creativity: prospects and paradigms. In: Handbook of creativity. R.J. Sternberg (Ed.). Cambridge: Cambridge University Press, 1999. Pp. 3–16.

148. Terstriep J., Kleverbeck M., Deserti A., Rizzo F. Comparative Report on Social Innovation across Europe. Deliverable D3.2 of the SIMPACT project. URL: http://www.simpact-project.eu/publications/reports/SIMPACT_D32.pdf
149. Terstriep J., Totterdill P. Economic foundation of social innovation: new modes of policy production. Proceedings of 9th Regional Innovation Policies Conference University of Stavanger, 2014. Pp. 1–34.
150. The best place to be a Social Entrepreneur 2016. TRF. URL: http://poll2016.trust.org
151. The measurement of scientific and technological activities proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data. Oslo Manual. OECD. URL: https://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf
152. The OECD Innovation Strategy. OECD. URL: https://www.oecd.org/site/innovationstrategy
153. The promotion of the social economy as a key driver of economic and social development in Europe. Council of the European Union. URL: http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15071-2015-INIT/en/pdf
154. Tunstall R., Lupton R., Power A., Richardson L. Building the Big Society. London: LSE, 2011. 49 p.
155. Van der Have R.P., Rubalcaba L. Social Innovation Research: «An Emerging Area of Innovation Studies». Research Policy, 2016, vol. 45 (9), pp. 1923–1935.
156. Vasin S.M., Gamidullaeva L.A., Rostovskaya T.K. The Challenge of Social Innovation: Approaches and Key Mechanisms of Development. European Research Studies Journal, 2017, vol. 2B, pp. 25–45.
157. Westley F. Social Innovation and Resilience: How One Enhances the Other. URL: https://uwaterloo.ca/waterloo-institute-for-social-innovation-and-resilience/sites/ca.waterloo-institute-for-social-innovation-and-resilience/files/uploads/files/social_innovation_and_resilience.pdf
158. Westley F. The Social Innovation Dynamic//Working Paper of Social Innovation Generation. URL: http://sig.uwaterloo.ca/sites/default/files/documents/TheSocialInnovationDynamic_001.pdf
159. Westley F., Antadze N. Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact. Innovation Journal, 2010, vol. 15 (2), pp. 1–19.
160. Ziegler R. Social innovation as a collaborative concept. Innovation: The European Journal of Social Science Research, 2017, vol. 30 (4), pp. 388–405. DOI: 10.1080/13511610.2017.1348935

# ПРИЛОЖЕНИЕ

Примеры проектов социальных инноваций
(на материалах регионов Северо-Западного федерального округа)

***Архангельская область***

- **Проекты «Выездная игротека», «Маме в радость», экоуроки и школа волонтера.**

Контакт – *Алферова Ирина Валерьевна* (директор Волонтерского центра САФУ им. М.В. Ломоносова). Направление – содействие реализации проектов, способствующих развитию общекультурных и добровольческих компетенций обучающихся, формированию у молодежи стремления к духовному и физическому совершенству, гармоничному развитию личности, активной жизненной позиции; осуществление поддержки инициативам и интересам обучающихся и работникам университета в сфере добровольчества.

- **Центр супервизорской и психологической помощи «Сознание».**

Контакт – *Грибоедова Юлия Геннадьевна* (руководитель). Направление – эмоционально-образная терапия, консультации, тренинги, групповая и индивидуальная супервизии.

***Вологодская область***

- **Беговелошкола STRIDER School Vologda.**

Контакт – *Кужман Ольга Леонидовна* (руководитель). Направление – дополнительное образование детей, оздоровительная деятельность.

- **ВРОКЭО «Ноосфера», Зеленое движение России «ЭКА» (региональная ассоциация)**.

Контакт – *Тимошенко Лариса Николаевна* (руководитель). Направление – сбор неопасных отходов, эколого-просветительские мероприятия, популяризация экологичного образа жизни и др.

***Калининградская область***

- **Проект «Помогите мне вернуться домой»**.

Контакт – *Матукевич Виктория Федоровна* (директор Фонда знаний и технологий для малого и среднего бизнеса «Виктория»). Значок быстрого отклика с QR-кодом для идентификации людей, страдающих потерей памяти.

- **ООО «Академия гениев.**

Контакт – *Таранова Юлия Анатольевна* (генеральный директор»). Направление – обучение программированию и робототехнике, в т.ч. проведение клубных занятий с детьми с инвалидностью ДЦП, аутизм, дети на колясках, в планах – работа со слабослышащими детьми. Есть франшиза.

*Ленинградская область*

- **ООО «Заботливая услуга».**

Контакт – *Левкович Екатерина Сергеевна* (директор). Направление – социальное обслуживание на дому по уходу за пожилыми людьми и инвалидами.

- **Экологический проект «Чистая Вуокса».**

Контакт – *Жиляев Мстислав Юрьевич* (руководитель). Направление – экологическое просвещение, очистка берегов рек, досуговая деятельность.

*Мурманская область*

- **Проект Семейная гостиная «Радость моя».**

Контакт – *Кошевич Оксана Вячеславовна* (председатель Совета Мурманская региональная общественная организация детей-инвалидов и их родителей «Дети-Ангелы Мурмана»). Направление – помощь, реабилитация и адаптация детей-инвалидов и их родителей.

- **Проект «Открытый мир».**

Контакт – *Кулькова Татьяна Николаевна* (и.о. директора ЧУСО «Центр развития семейных форм устройства детей»). Направление – поддержка семей с детьми-инвалидами и обучение специалистов современным технологиям работы с семьями, воспитывающим детей-инвалидов, проведение практических занятий с родителями детей-инвалидов, инклюзивных семейных праздников, разработку и внедрение инновационных услуг семьям.

*Новгородская область*

- **«Семейный творческий центр «МУЗИЗОН»».**

Контакт – *Баранова Мария Владимировна* (председатель). Направление – дополнительное образование детей, в т.ч. с ограниченными возможностями.

- **Проект «Ранняя поддержка семей, воспитывающих детей с синдромом Дауна».**

Контакт – *Николаева Юлия Викторовна* (директор АНО «Дом Солнца»). Направление – программа по реабилитации семьи, направленная на устранение эмоционального выгорания, налаживание межсемейных отношений, развитие и оздоровление детей с синдромом Дауна и сиблингов без особенностей развития.

*Псковская область*

- **Проект «Центр новых возможностей 50+» совместно с Региональным отделением Общероссийской общественной организации «Союз пенсионеров России» и АНО «Центр развития социальных технологий».**

Контакт – *Седунова Светлана Юрьевна* (директор ЦИСС Псковской области). Направление – формирование в обществе позитивного отношения к людям старшего поколения как к активным участникам жизни социума, способствующим его развитию благодаря своему жизненному опыту.

- **Мастерская «Изборский пряник».**

Контакт – *Мусатова Татьяна Андреевна* (руководитель). Направление – изготовление ремесленного печатного пряника, возрождение традиции ремесла на Псковщине.

*Республика Карелия*

- **Проект «Планик»**.

Контакт – *Березина Дарья Ивановна, Никулина Наталья Владимировна* (руководители). Направление – производство карточек PECS® для альтернативной коммуникации, коммуникативные книги (папки для карточек PECS®), визуальные расписания и обучающие пособия для детей с особенностями, так и для всех детей.

- **Проект Инклюзивного центра психологической реабилитации и социальной адаптации «Твой Мир».**

Контакт – *Иванов Андрей Анатольевич* (директор ГОБУ «Центр социально-педагогической реабилитации детей с ограниченными возможностями – «Благодать»»).

*Республика Коми*

- **Психологический центр «Лабиринт».**

Контакт – *Абабина Арина Владимировна* (руководитель). Направление – психологическое консультирование, диагностика и различные коррекционно-развивающие мероприятия, в т.ч. нейропсихологические практики.

- **Проект «Теплые варежки».**

Контакт – *Понамаренко Виктория* (руководитель). Добровольческое движение СМГУ им. П. Сорокина. Направление – помощь воспитанникам детских домов и женщинам, находящимся в местах лишения свободы.

*Санкт-Петербург*

- **Центр «Работа-i».**

Контакт – *Сметанин Илья Евгеньевич* (директор). Инновационная модель профориентации и сопровождаемого трудоустройства выпускников детских домов и молодых людей с ограниченными возможностями.

- **АНО «Центр развития и реабилитации детей «Светлый город»».**

Контакт – *Самойлова Надежда Владимировна* (генеральный директор). Направление – развитие, абилитация и социализация детей с особыми потребностями.

- **Студия цифровой печати «Арбуз».**

Контакт – *Соколова Мария Андреевна* (директор). Направление – трудоустройство социально уязвимых категорий населения, в т.ч. инвалидов.

# ГЛОССАРИЙ

**Актор** – персонифицированный, активный участник экономических отношений, который своими действиями не только формирует эти отношения, но и изменяет их.

*Тимошенков И.В., Нащекина О.Н. Определение места и роли акторов в экономической науке и в экономической системе общества // БІЗНЕСІНФОРМ. 2015. № 5. С. 24-28 (С. 27)*

**Диффузия инноваций** – процесс, в котором инновации передаются через определенные каналы на протяжении определенного времени среди членов социальной системы.

*Rogers E.M. Diffusion of innovations. New York: Free Press, 1962. 367 p. (P. 5)*

**Жизненный цикл (социальной) инновации** – период, который начинается с теоретико-прикладных исследований и включает в себя разработку, освоение, использование, обслуживание инноваций и заканчивается их заменой.

*Гамидов Г.С., Колосов В.Г., Османов Н.О. Основы инноватики и инновационной деятельности. СПб: Политехника, 2000. 323 с. (С. 21)*

**Инновационная активность** – комплексная характеристика интенсивности инновационной деятельности, основанная на способности к мобилизации инновационного потенциала.

*Бухонова С.М., Дорошенко Ю.А. Методика оценки инновационной активности организации // Экономический анализ: теория и практика. 2005. №1(34). С. 2-8 (С. 2)*

**Инновации** – конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого эффекта.

*Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. СПб.: Питер, 2011. 448 с. (С. 16).*

**Институционализация** – становление новых институтов, правовое и организационное закрепление тех или иных общественных отношений.

*Ільченко Н.М. Методологія дослідження проблем державного управління: інституціональний підхід // Актуальні проблеми державного управління. 2011. № 1 (39). С. 56-64 (С. 58)*

**Корпоративная социальная ответственность** – добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

*Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса // Ассоциация менеджеров России. URL: http://amr.ru/*

**Корпоративные социальные инновации** – новые решения, интегрированные в продукты, процессы и услуги с целью удовлетворения социальных потребностей и повышения качества и продолжительности жизни.

*Altuna N., Contri A.M., Dell Era C., Frattini F., Maccarrone P. Managing social innovation in for-profit organizations: the case of Intesa Sanpaolo // European Journal of Innovation Management. 2015. Vol. 18(2). Pp. 258-280.*

**Межсекторное партнерство** – конструктивное, целенаправленное, выгодное участникам и населению взаимодействие государственного, коммерческого и некоммерческого секторов общества (или двух секторов) при решении социальных задач, обеспечивающее синергетический эффект от сложения потенциалов и ресурсов каждой и сторон взаимодействия.

*Якимец В.Н. Перспективы и ограничения межсекторного социального партнерства // Социальное партнерство. Российский опыт. Год 2000. СПб.: Интерлэнт, 2001. С. 30-72 (С. 28-29)*

**Социальная и солидарная экономика** – концепция, обозначающая предприятия и организации, в частности кооперативы, общества взаимопомощи, ассоциации, фонды и социальные предприятия, которые имеют специфическую особенность производить товары, услуги и знания, преследуя при этом как экономические, так и социальные цели и способствуя солидарности.

*Plan of action for the promotion of social economy enterprises and organizations in Africa // ILO Regional Conference «The Social Economy – Africa's Response to the Global Crisis», Johannesburg, 19-21 October 2009. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---africa/---ro-abidjan/documents/publication/wcms_166727.pdf*

**Социальная практика** – совокупность конкретных опривыченных (рутинных) повторяющихся действий индивидов, групп, общностей, организаций в реальном времени и пространстве, обеспечивающих устойчивое функционирование социальных институтов.

*Шугальский С.С. Социальные практики: интерпретация понятия // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. С. 276-280 (С. 278)*

**Социальные инновации** – новые идеи, которые удовлетворяют социальные потребности, создают социальные отношения и способствуют развитию новых форм сотрудничества.

*European Commission «Annual Growth Survey» // European Commission. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/ags2012_en.pdf*

**Социальное предпринимательство** – новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение (цели) организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости (прим. авт. – причем первому аспекту отводится приоритет).

*Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования // под ред. А.А. Московской. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 288 с. (С. 15)*

**Социальный предприниматель –** индивид, ставящий в приоритет достижение определенной общественной миссии, выполнение которой благоприятно повлияет на нуждающуюся в решении проблемы часть населения.

*Макарченко М.А., Антонов А.А. Понятие социального предпринимательства и отличительные особенности социальных предпринимателей // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2015. №2. С. 35-42 (С. 38)*

**Социальное предприятие –** оператор в социальной экономике, основной целью которого является социальное воздействие, а не получение прибыли для своих владельцев или акционеров.

*Social enterprises // European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en*

**Социальный проект –** инструмент социальных изменений, основывающийся на природном человеческом свойстве конструировать реальность.

*Луков В.А. Социальное проектирование: учеб. пособие. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии: Флинта, 2007. 240 с. (С. 8)*

**Стейкхолдер** (от англ. «stákeholder» дословно – заинтересованная сторона) – любая группа или индивид, которые могут воздействовать или на которые влияет достижение целей организации.

*Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 292 p. (P. 46)*

**Экосистема –** любая система, состоящая из живых организмов и среды их обитания, объединенных в единое функциональное целое.

*Воронков Н.А. Основы общей экологии. М.: «Агар», 1999. 96 с. (С. 7)*

**Экосистема социальных инноваций –** всеобъемлющая организационная, институциональная и культурная среда, в которую встроены социальные инновации.

*Domanski D., Kaletka C. Social innovation ecosystems. Atlas of Social Innovation. Dortmund : TU Dortmund, 2018. Pp. 207-210 (P. 209)*

Татьяна Сергеевна Соловьева
Андрей Васильевич Попов
Галина Валентиновна Леонидова
Ксения Александровна Устинова

# СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

учебное пособие

Редакционная подготовка Л.Н. Воронина
Оригинал-макет В.В. Ригина
Корректор В.М. Кузнецова

Подписано в печать 27.04.2022.
Формат 70×108/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 9,54. Тираж экз. Заказ № 24

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук» (ФГБУН ВолНЦ РАН)
160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а
Телефон: (8172) 59-78-03, e-mail: common@volnc.ru

ISBN 978-5-93299-535-8

9 785932 995358 >