Устинова К.А.[1]

[1] Вологодский научный центр Российской академии наук, Вологда, Россия

Драйверы и барьеры создания социальных инноваций

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Устинова К.А. Драйверы и барьеры создания социальных инноваций // Креативная экономика. — 2020. — Том 14. — № 5. — С. 709–724. doi: 10.18334/ce.14.5.100945

АННОТАЦИЯ:

Несмотря на понимание большой частью населения необходимости решения бизнесом социальных проблем, только треть опрошенных склонна действовать в интересах социально незащищенных групп населения, каждый четвертый выражал готовность приступить к реализации инновационных идей в случае оказания поддержки со стороны государства. Отмечено два этапа, на протяжении одного из которых (1986–2003 гг.) наблюдался низкий исследовательский интерес к социальным инновациям, и тот, когда, напротив, увеличилось (с 2003 г.) число публикаций по данному вопросу. В общем виде выделено две концепции — неолиберальная и концепция провалов рынка, в рамках которых объясняется роль рыночного механизма и государства в стимулировании разработки и внедрения социальных инноваций. Исследование нацелено на выявление стимулов и барьеров, способствующих и препятствующих разработке и внедрению социальных инноваций. Проведено социологическое исследование развития экосистемы социальных инноваций методом простого случайного отбора согласно разработанному инструментарию в регионах Северо-Западного федерального округа (n = 21) в апреле — июле 2019 года. Выявлены барьеры и стимулы, препятствующие и способствующие внедрению социальных инноваций. Среди драйверов выделено наличие идеи, реализация миссии, активность руководителя, в т.ч. связанная с распространением информации о деятельности организации, наличие разных видов ресурсов (человеческих, информационных, инфраструктурных и др.), которые являются либо собственными, либо привлеченными, разработка уникальной продукции, а иногда и ее сертификация.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальное предпринимательство, социальные инновации, барьеры и стимулы

ОБ АВТОРЕ

Устинова Ксения Александровна, старший научный сотрудник отдела исследования уровня и образа жизни населения, кандидат экономических наук (ustinova-kseniya@yandex.ru)

издательство КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Ustinova K.A.[1]

[1] Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences , Russia

Drivers and barriers for social innovations

CITE AS:

Ustinova K.A. (2020) Drayvery i barery sozdaniya sotsialnyh innovatsiy [Drivers and barriers for social innovations]. *Kreativnaya ekonomika. 14.* (5). — 709-724. doi: 10.18334/ce.14.5.100945

ABSTRACT:

Despite the fact that a large part of the population understands the need for business to solve social problems, only a third of the respondents are inclined to act in the interests of socially vulnerable groups of the population, and one in four expressed readiness to start implementing innovative ideas in the case of support from the state. Two stages are marked. During the first stage in 1986–2003, there was a low research interest in social innovations. During the second stage in 2003, the number of publications on this issue increased. In general, there are two concepts. They are as follows: neoliberal and the concept of market failures, which explain the role of the market mechanism and the state in stimulating the development and implementation of social innovations. The research is aimed at identifying incentives and barriers that promote and hinder the development and implementation of social innovations. A sociological study of the development of the social innovation ecosystem with a simple random selection method, according to the developed tools, was conducted in the regions of the North-Western Federal district (n = 21) in April-July 2019. Barriers and incentives that hinder and promote the introduction of social innovations are identified. The presence of an idea, the implementation of the mission, the manager's activity, including the one related to the dissemination of information about the organization's activity, the availability of different types of resources (human, information, infrastructure, etc.), which are either own or borrowed, the development of unique products, and sometimes their certification are among the drivers.

KEYWORDS: social entrepreneurship, social innovation, barriers and incentives

JEL Classification: O31, O32, O33

Received: 08.04.2020 / **Published:** 31.05.2020
© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Ustinova K.A. (ustinova-kseniya@yandex.ru)

ФИНАНСИРОВАНИЕ:

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №18-010-00717.

Введение

Одним из факторов развития экономики и общества считаются инновации. Подобную позицию в соответствии с данными опроса ВЦИОМ разделял каждый седьмой опрошенный из десяти, такая же часть населения признавала значимость инновационных разработок. Каждый пятый придерживался точки зрения о необходимости осуществления активного и масштабного внедрения новшеств в экономику и социальную сферу [2].

В развитых странах мира внедрение социальных компонентов в предпринимательство происходило еще в XX веке. В настоящее время в отечественных условиях все чаще речь идет о социальных инновациях и социальном предпринимательстве. В соответствии с результатами исследования «Социальный предприниматель РФ: автопортрет-2018», посвященного изучению ценностей и мотивации деятельности современного российского социального предпринимателя, было показано, что примерно 70% опрошенных разделяют точку зрения о решении бизнесом наряду с государством острых социальных проблем, почти 60% — о направлении предпринимателями части своей прибыли на решение социальных вопросов. Примерно столько же социальных предпринимателей заявляли о реализации ими социальных программ по улучшению жизни местного сообщества, осуществлению благотворительности и предоставлению льгот отдельным категориям населения [8].

Тем не менее только каждый третий социальный предприниматель говорил о действиях в интересах социально незащищенных групп населения, например, создании рабочих мест для инвалидов [8]. В соответствии с результатами исследования ВЦИОМ [2], каждый четвертый выражал готовность приступить к реализации инновационных идей в случае оказания поддержки со стороны государства. Однако на практике инновационная активность населения оставалась крайне невысокой, в ряде случаев население проявляло себя в инновационном плане лишь при наличии запроса. Цель статьи заключается в выявлении драйверов и барьеров, способствующих и препятствующих осуществлению социальных инноваций.

Новизна заключается в разработке научной группой проекта РФФИ № 18-010-00717 (под руководством к.э.н. Г.В. Леонидовой и при участии Т.С. Соловьевой, к.э.н. А.В. Попова, к.э.н. К.А. Устиновой) инструментария исследования, позволяющего охарактеризовать предпосылки создания проектов социальных инноваций, стимулы и барьеры для их осуществления, оценить взаимодействие между основными акторами проекта, выявить характеристики успешного партнерства и изучить другие аспекты. С исполь-

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

зованием разработанного инструментария были проведены углубленные интервью с социальными инноваторами в регионах Северо-Западного федерального округа. В рамках данной статьи будет представлена только та часть результатов исследования, которая связана с драйверами и барьерами для осуществления социальных инноваций. Основное предположение, которое рассматривается в рамках исследования и выступает в качестве гипотезы, состоит в том, что драйверы и барьеры для осуществления социальных инноваций возникают не только в связи с внутренними предпосылками, но и вследствие воздействия окружения (других участников экосистемы социальных инноваций, например органов госвласти), при этом последнее может как способствовать, так и препятствовать созданию и распространению социальных инноваций.

Теоретические аспекты исследования

Современный этап исследований по проблематике социальных инноваций в отдельных источниках, например у Роберт ван дер Хэйв и Л. Рубалкабы [12] (*Van der Have, Rubalcaba, 2016*), делят на два периода: тот, в котором наблюдался низкий исследовательский интерес к социальным инновациям (1986–2003 гг.), и тот, когда, напротив, увеличилось (с 2003 г.) число публикаций по данному вопросу. Интерес к данной проблематике выразился не только в росте публикационной активности, но и в увеличении количества направлений, по которым проводились исследования. Обращалось внимание не только на аспекты, связанные с теоретическими моделями социальных инноваций, но и на совершенствование подходов к исследованию, на анализ конкретных кейсов социальных инноваций [6] (*Popov, Veretennikova, Omonov, 2019*).

Содержательно затрагивая вопрос о концепциях в проводимых исследованиях, в общем виде можно говорить как минимум о двух. Первая —

неолиберальная, в рамках которой на первый план выходит регулирование на основе рыночного механизма, а роль государства сводится к косвенному воздействию на создание социальных инноваций посредством формирования необходимой среды для этого (налоговых стимулов, льгот, повышения инвестиционной привлекательности социальных сфер [11] (*Terstriep, Totterdill, 2014*)). В рамках второй речь ведется о провалах рынка, невозможности достижения Парето-эффективности вследствие, например, нестабильности рынка, информационной асимметрии, несовершенства институциональной среды [7] (*Rubinshteyn, 2016*). Тем не менее признается, что и государство не всегда в полной мере может справиться с «изъянами рынка», а экономические

агенты в ряде случаев могут даже нести издержки от такого вмешательства [6] (*Popov, Veretennikova, Omonov, 2019*).

Проблемы, связанные с «изъянами рынка» и «изъянами государства», могут усиливаться вследствие невысокого доверия и сопротивления населения новшествам, а также несовершенства механизмов распространения информации о проектах социальных инноваций и их финансовой поддержки [5] (*Popov, Veretennikova, Omonov, 2016*). А их решение может быть связано не только с изменениями в законодательстве, но и с разработкой отдельных социальных программ. Одним из примеров исследований, в которых содержательно шла речь об обозначенных выше проблемах, является научно-исследовательский проект PUBLIN (2003–2006 гг.), поддержанный «Пятой рамочной программой ЕС». В этом исследовании среди барьеров на пути к разработке и внедрению инноваций назывались консерватизм, выражающийся в стремлении сохранить «устоявшееся», в недостаточном самоопределении к новому, в неприятии риска, отсутствии необходимых мощностей для профессионального развития сотрудников в организациях. В то время как на «противоположном полюсе» драйверов к развитию соответствующих проектов было ощущение причастности к процессу разработки и внедрения социальных инноваций, схожие интересы партнеров в смежных областях и вопросах и, кроме всего прочего, карьерные амбиции [1] (*Golubeva, Sokolova, 2009*).

Если затрагивать одни из последних исследований в этом направлении, то в них можно встретить схожие по своему содержанию барьеры и стимулы. Например, Д. Чалмерс [10] (*Chalmers, 2012*) выделял три группы барьеров, среди которых протекционизм и антипатия к риску, специфичность человеческих активов, проблемы сетей и кооперации. Одним из барьеров признается сопротивление изменениям, возникающее в ходе разработки социальных инноваций и их реализации. Причины подобных сопротивлений могут быть обусловлены незаинтересованностью населения в данном процессе или осторожностью участия в изменениях вследствие сформированных стереотипов и норм поведения.

В качестве барьера для создания и распространения социальных инноваций может выступать отсутствие необходимых знаний и навыков в этой области. Усугублять это могут проблемы кооперации между участниками, например нескоординированность действий представителей различных секторов (государственного, частного, некоммерческого). Может иметь место недостаточная распространенность информации о социальных инновациях как таковых и о лучших практиках их внедрения. Преодоление вышеобозна-

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

ченных барьеров становится возможным с использованием модели открытых инноваций, в рамках которой рассматриваются такие группы барьеров, как протекционизм и антипатия к риску, специфичность человеческих активов, а также проблемы сетей и кооперации. Среди основных характеристик модели рассматриваются, например, развитие сетей и кооперации между стейкхолдерами [4] (*Omonov, 2016*).

В исследованиях могут затрагиваться и отдельные группы барьеров, например связанные с протекционизмом и антипатией риску. В основе выделений подобных барьеров могут лежать такие признаки, как степень принятия населением инноваций, а также особенности поведения населения в ходе реализации новшеств. Сочетания обозначенных критериев могут задавать следующие 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. Усиливать или, напротив, ослаблять действие обозначенных барьеров могут такие факторы, как возраст, уровень образования, профессиональная квалификация, стаж работы; социальный статус; характер трудовых операций [9].

Среди стимулов для осуществления нововведений практически каждый шестой из десяти говорит о соблюдении законности ведения бизнеса, об упрощении процедуры открытия бизнеса [3], каждый четвертый — о сокращении уровня коррупции, каждый третий — об эффективности создания бизнес-инкубаторов при вузах, активном финансировании инновационных предприятий, создании специализированных программ для старшеклассников [2], каждый второй — о росте доступности кредитов для бизнеса.

Характеристика информационной базы исследования

Проведено социологическое исследование развития экосистемы социальных инноваций согласно разработанному инструментарию: 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.

Краткая характеристика отдельных проектов социальных инноваций

Экспертные интервью с социальными инноваторами проводились нами в большинстве регионов Северо-Западного федерального округа. Проекты, которые реализовывались, были направлены преимущественно на решение социальных проблем. Например, один из проектов был связан с изменением отношения в обществе к аутизму и детям с данным заболеванием (проект «Планик»; Березина Д.; Никулина Н.). Другой проект решал аналогичную задачу — по социализации и реабилитации детей-инвалидов, а его идея была связана с включением «особенных» детей в творческие занятия (детский театр, в котором дети «с особенностями» являлись и сценаристами и актерами) со здоровыми детьми (Баранова М.В.). В ряде случаев социальные проекты были направлены на помощь не только детям, но и взрослым, при этом учитывалась возможность преодоления как проблем личностного (нарушения в развитии, реабилитация после инсультов, черепно-мозговых травм), так и межличностного характера (Абабина А.В.). Еще одним важным направлением социального проектирования стало сохранение, укрепление и профилактика психического здоровья населения, улучшение качества жизни, достижение нового уровня личностного и профессионального развития (Грибоедова Ю.Г.). Традиционно считается, что направлением социальных инноваций является добровольчество. В рамках проведенного экспертного опроса один из проектов был направлен на подготовку волонтеров к XXII Олимпийским Играм и XI Паралимпийским Играм в г. Сочи на базе Волонтерского центра САФУ (Алферова И.В.). Тем не менее далеко не всегда социальные инновации были связаны с решением проблем, возникающих у отдельных общественных групп, в ряде случаев разработка и реализация подобных проектов становилась следствием сложностей в

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

деятельности организации, возникающих, например, в связи с высокими затратами на печатную продукцию. Необходимость преодоления подобных затруднений привела к организации полиграфического производства и открытию студии цифровой печати (Егорова Н.И.). В ряде случаев речь шла о том, что разработка проектов социальных инноваций идет «не благодаря, а вопреки», поскольку зачастую само общество еще не готово к подобным изменениям, не сформировано соответствующей институциональной базы, что выражается в отсутствии необходимых программ поддержки социальных инноваторов.

Барьеры для осуществления социальных инноваций

В рамках экспертных интервью среди барьеров социальными инноваторами называлась обеспеченность помещениями для реализации целей проекта: «*изначально хотели свое маленькое здание, но не получается… только арендуем помещение…*» *(Баранова М.В.);* «*когда начинали, была квартира, она была не выведена из жилого фонда, поэтому было много проблем, в т.ч. и с соседями*» (Абабина А.В.). В ряде случаев речь шла и о проблемах в отношении отдельных конструкций этих помещений: «*решаем вопрос с крыльцом… проект разработали, спонсоров нашли… не одобряют жильцы дома, потому что по проекту клумба будет затронута*» (Баранова М.В.). Иногда затрагивались аспекты, связанные и с обеспеченностью средствами связи: «*труднодоступность населенных пунктов, в т.ч. и вследствие отсутствия мобильной связи и интернета…*» (Алферова И.В.).

Важнейшим барьером, препятствующим осуществлению социальных инноваций, выступало отсутствие помощи со стороны органов власти. На вопрос о том, какую роль они оказывают в развитии отдельных проектов, например психологического центра, было отмечено, что «*никакой роли, поддержки не оказывают*» (Абабина А.В.). Такую ситуацию может усугублять невысокий уровень взаимоотношений между разными субъектами. Экспертами в области социальных инноваций давались невысокие оценки уровню взаимодействия между властью, бизнесом, гражданским обществом, научно-образовательными структурами: «*самый низкий балл по пятибалльной шкале*» (Абабина А.В.); в рамках проекта Центра супервизорской и психологической помощи «Сознание» уровень взаимодействия «*оценен на 2 балла по пятибалльной шкале («только в начале пути»)*» (Грибоедова Ю.Г.).

В последнем случае схожие оценки получены и в отношении экономических условий: «*их благоприятность для реализации социальной инновацион-*

ной деятельности в регионе — также оценена на 2 балла» (Грибоедова Ю.Г.). Они могут препятствовать реализации проекта, что выражается в недостаточной обеспеченности финансовыми ресурсами в противовес, например, «*государственному субсидированию*» (Грибоедова Ю.Г.). Иногда существующие возможности поддержки, такие как грантовые источники, не используются: «*знаю о существовании грантов и всего остального, до них не дошли, все делали самостоятельно… кто знает, в принципе может воспользоваться*» (Абабина А.В.). Однако наряду с возможностями, которые несут в себе конкурсы, они попросту могут быть недоступны для социальных инноваторов: «*практически все конкурсы нацелены на НКО, а соцпредприниматели не всегда являются НКО и хотят быть НКО*» (Березина Д.; Никулина Н.).

Еще одна группа барьеров, оказывающих влияние на создание и распространение социальных инноваций, связана с уровнем знаний, умений и навыков как непосредственно социальных инноваторов, так и населения в целом.

Относительно первого аспекта в экспертных интервью указывалось следующее: «*сложность была в незнании… как организовать*» (Березина Д.; Никулина Н.), помимо этого имело место «*незнание законов <когда создавался проект>, все, что связано с налоговой, с бухгалтерией*» (Абабина А.В.). Наряду с наличием/отсутствием знаний и навыков речь заходила и о проблемах с обеспеченностью кадрами: «*большое количество мероприятий и недостаточное количество сотрудников для их проведения и передачи опыта коллегам в регионе*» (Алферова И.В.); «*пытались открыть филиалы, но они как открывались, так и закрывались сразу же… поскольку там нужно присутствие наше*» (Баранова М.В.). Кроме уровня знаний, умений и навыков при разработке проектов социальных инноваций значение имеет и отношение к подобного рода деятельности, в частности на практике может быть распространено «*неответственное 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)*» (Алферова И.В.).

Относительного второго аспекта отмечалось, что в самом обществе отсутствуют специалисты, обладающие необходимым уровнем знаний, а также методических наработок по проблематике проектов социальных инноваций: «*не готово общество, нет доступной среды, нет методик, нет программ, педагоги не знают, как работать с такими детьми*» (Баранова М.В.); «*у меня*

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

родился «такой» ребенок, поняли, что у нас проблемы… специалисты ничем помочь внятно не могут и объяснить, что надо делать, чтобы это приносило положительные результаты… некоторые родители стали говорить, что есть такая методика… нашли специалистов, но они то приходили, то пропадали» (Березина Д.; Никулина Н.).

Наряду с обозначенными барьерами, негативно влияющими на создание и распространение социальных инноваций, необходимо отметить, что существуют и драйверы, оказывающие противоположное воздействие.

Драйверы для осуществления социальных инноваций

Исследование показывает, что аспекты, рассматриваемые в качестве барьеров в предыдущем разделе, могут становиться драйверами для создания и распространения социальных инноваций. В этом ряду в качестве исходного выступает наличие идеи: «*… хочется идти и менять жизнь к лучшему... и Вселенная помогает, ведет …*» (Тимошенко). Несмотря на ее ключевую роль, важное значение отводится переосмыслению существующей в настоящий момент ситуации по сравнению со сложившейся в прошлом: «*основной двигатель — возможность оглянуться назад… вспомнить, как раньше было, и что есть*» (Тимошенко). А фиксация положительных изменений в данном направлении может выступать в качестве мотивационной основы, которая усиливается за счет энтузиазма людей: «*энтузиазм людей в первую очередь… не будет энтузиастов, ничего не сдвинется с места*» (Баранова М.В.).

Среди «главных ресурсов» рассматривается «*желание заниматься любимым делом*» и «*поддержка людей*» (Грибоедова Ю.Г.). Причем в последнем случае речь заходит о «поддержке родителей и клиентов», которые «*всегда побуждают искать новые методы, приемы, развиваться*» (Абабина А.В.), о «*поддержке команды*» (Тимошенко), о «*поддержке постоянных партнеров, которые имеют общие интересы… помогают информационно и рекомендациями*» (Грибоедова Ю.Г.). Однако и сами инноваторы, реализуя свои социальные проекты, способствуют развитию других: «*к нам подходили специалисты, которые работают во взрослыми, брали наши пособия… получается, они уже использовали это в работе*» (Березина Д., Никулина Н.).

Подобное взаимодействие основывается на коммуникации, которая обеспечивается за счет информационной поддержки: «*ведем проект, могу обратиться в Министерство образования и попросить разослать информацию о нашем семинаре… Уполномоченный по правам ребенка также*

наш буклет рассылал» (Березина Д., Никулина Н.). Один из информационных каналов — обращение в СМИ: «*обращаемся в СМИ… они сами к нам тоже обращаются, хотят рассказать*» (Березина Д., Никулина Н.), другой — социальные сети: «*когда делаем очень хорошие, грамотные посты в соцсетях, у нас сразу же группа растет, потому что родителям интересна эта информация*». При этом как в первом, так и во втором случае важна не только прямая, но и обратная связь. Одной из форм такой обратной связи может выступать запрос социальной истории от родителей: «*родители пишут, по какому плану они работают, какой результат… замечательные результаты, дети могут контактировать, родители очень довольны*».

Наряду с поддержкой, которая осуществляется, например, со стороны партнеров, драйвером для создания и распространения социальных инноваций является повышение образовательного и квалификационного уровня самих социальных инноваторов. В случае, когда речь идет о драйверах, возможны как минимум две ситуации: с одной стороны, наличие опыта по близкому к инновационному проекту направлению («*был опыт общественной и предпринимательской деятельности*» (Березина Д., Никулина Н.); «*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*» (Егорова Н.И.)); с другой стороны, участие в различных программах, направленных на повышение 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*» (Баранова М.В.).

В ряде случаев в интервью имело место сочетание вышеобозначенных аспектов — как опыта, так и направленности социальных инноваторов на повышение своего профессионального уровня: «*постоянно пополняю знания, участвуя в различных проектах и семинарах… использую опыт, полученный в ходе обучения, опыт проведения индивидуального и группового консультирования*» (Грибоедова Ю.Г.); «*работала педагогом в детско-юношеском центре, у меня были программы, развивающие гражданскую активность детей и подростков; участвовала в программах для социального предпринимательства… интересное и полезное обучение дало направления, где, что можно посмотреть, почитать, поучиться*» (Березина Д., Никулина Н.).

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Важным драйвером создания и реализации проектов социальных инноваций является финансовая поддержка, при этом ее формы могут разниться: использование собственных средств («*мы независимы от финансовой поддержки… живем за счет членских взносов родителей… нас ценят родители «особенных» детей*» (Баранова М.В.), привлечение грантовых источников («*идею хорошо оформишь, выиграешь грант, дороги нет назад… должен выполнить…*» (Тимошенко); «*выигрываем гранты: федеральные, областные…*» (Баранова М.В.); «*выигранный проект от фонда… деньги нас очень сильно поддерживают, мы их пускам на популяризацию*» (Березина Д., Никулина Н.); «*участвовала в конкурсе по субсидированию и развитию предпринимательской деятельности в центре занятости населения*» (Грибоедова Ю.Г.), а также помощь со стороны государства («*благодаря тому, что мы находимся в государственном учреждении, нам не надо тратиться на какие-то вещи… свой вклад, он был минимальный*» (Березина Д., Никулина Н.).

В последнем случае одним из видов помощи может быть, например, льготная арендная плата: «*помещение, которое у нас сейчас, — это муниципальное помещение… город предоставил по льготной аренде… помогают, но приходится этого добиваться*» (Баранова М.В.). В свою очередь, сами социальные инноваторы могут не только использовать открывающиеся перед ними 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*» (Баранова М.В.).

Если подвести некоторый итог, то среди драйверов можно выделить наличие идеи, реализацию миссии, активность руководителя, в т.ч. связанную с распространением информации о деятельности организации, наличие разных видов ресурсов (человеческих, информационных, инфраструктурных и др.), которые являются либо собственными, либо привлеченными, разработка уникальной продукции, а иногда и ее сертификация. Наряду с этим также следует отметить отдельные институциональные аспекты, связанные, например, с «*созданием Ассоциации волонтерских центров, особым вниманием со стороны СМИ к волонтерским инициативам, объявление 2018 года — Годом добровольца (волонтера)*» (Алферова И.В.).

Заключение

Обобщая, отметим следующее: несмотря на понимание большей частью населения необходимости решения бизнесом социальных проблем, только треть опрошенных склонна действовать в интересах социально незащищенных групп населения, каждый четвертый выражал готовность приступить к реализации инновационных идей в случае оказания поддержки со стороны государства. Отмечено два этапа, на протяжении одного из которых (1986–2003 гг.) наблюдался низкий исследовательский интерес к социальным инновациям, и тот, когда, напротив, увеличилось (с 2003 г.) число публикаций по данному вопросу. В общем виде выделено две концепции — неолиберальная и концепция провалов рынка, в рамках которых объясняется роль рыночного механизма и государства в стимулировании разработки и внедрения социальных инноваций.

Проведено социологическое исследование развития экосистемы социальных инноваций методом простого случайного отбора, согласно разработанному инструментарию, в регионах Северо-Западного федерального округа (n = 21) в апреле — июле 2019 года. Выявлены барьеры и стимулы, препятствующие и способствующие внедрению социальных инноваций. Среди драйверов выделено наличие идеи, реализация миссии, активность руководителя, в т.ч. связанная с распространением информации о деятельности организации, наличие разных видов ресурсов (человеческих, информационных, инфраструктурных и др.), которые являются либо собственными, либо привлеченными, разработка уникальной продукции, а иногда и ее сертификация. ■

ИСТОЧНИКИ:

1. Голубева А.А., Соколова Е.В. Инновации в общественном секторе: введение в проблему. научные доклады. — СПб.: ВШМ СПбГУ, 2009.
2. Инновации в России: от идей — к практике. Wciom.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=343 (дата обращения: 12.03.2020).
3. Исследование: российский бизнес глазами «отцов» и «детей». Nafi.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://nafi.ru/analytics/issledovanie-rossiyskiy-biznes-glazami-ottsov-i-detey (дата обращения: 12.03.2020).
4. Омонов Ж.К. Барьеры развития социальных инноваций // Журнал экономической теории. — 2016. — № 2. — с. 189-193.
5. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Омонов Ж.К. Институциональный механизм формирования социальных инноваций // Экономические и социальные

ISSN 1994-6929

перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2016. — № 5(47). — с. 57-75. — doi: 10.15838/esc.2016.5.47.3 .

6. 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. — № 4. — с. 463-473. — doi: 10.35634/2412-9593-2019-29-4-463-473 .
7. Рубинштейн А.Я. Введение в общую теорию изъянов рынка смешанной экономики // Пространственная экономика. — 2016. — № 4. — с. 13-32.
8. Социальный предприниматель — 2018. Автопортрет: краткий аналитический отчёт по результатам исследования. Zircon.ru. [Электронный ресурс]. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf (дата обращения: 12.03.2020).
9. Хохлова Т.П. Пути преодоления инновационных барьеров в SMART-экономике. Journal.kfrgteu. [Электронный ресурс]. URL: http://journal.kfrgteu.ru/files/1/2014_17_9.pdf (дата обращения: 12.03.2020).
10. Chalmers D. Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy // Local Economy. — 2012. — № 1. — p. 17-34. — doi: 10.1177/0269094212463677.
11. 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.
12. Van der Have R.P., Rubalcaba L. Social Innovation Research: «An Emerging Area of Innovation Studies» // Research Policy. — 2016. — № 9. — p. 1923-1935. — doi: 10.1016/j.respol.2016.06.010.
13. Устинова К.А., Губанова Е.С., Леонидова Г.В. Человеческий капитал в инновационной экономике. — Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2015. — 195 с.

REFERENCES:

Chalmers D. (2012). *Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy Local Economy. 28* (1). 17-34. doi: 10.1177/0269094212463677.

Golubeva A.A., Sokolova E.V. (2009). *Innovatsii v obshchestvennom sektore: vvedenie v problemu. nauchnye doklady* [Innovations in the public sector: introduction to the problem. Scientific reports] SPb.: VShM SPbGU. (in Russian).

Omonov Zh.K. (2016). B*arery razvitiya sotsialnyh innovatsiy* [Barriers of Social Innovations]. *Journal of Economic Theory.* (2). 189-193. (in Russian).

Popov E.V., Veretennikova A.Yu., Omonov Zh.K. (2016). *Institutsionalnyy mekhanizm formirovaniya sotsialnyh innovatsiy* [Institutional Mechanism for Shaping Social Innovation]. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast.* (5(47)). 57-75. (in Russian). doi: 10.15838/esc.2016.5.47.3 .

Popov E.V., Veretennikova A.Yu., Omonov Zh.K. (2019). *Formirovanie i razvitie teorii sotsialnyh innovatsiy: retrospektivnyy analiz* [Formation and development of the theory of social innovations: retrospective analysis]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo. 29* (4). 463-473. (in Russian). doi: 10.35634/2412-9593-2019-29-4-463-473 .

Rubinshteyn A.Ya. (2016). *Vvedenie v obshchuyu teoriyu izyanov rynka smeshannoy ekonomiki* [Introduction to the general theory of defects of the mixed economy market]. *Spatial Economics.* (4). 13-32. (in Russian).

Terstriep J., Totterdill P. (2014). *Economic foundation of social innovation: new modes of policy production Proceedings of 9th Regional Innovation Policies Conference University of Stavanger.*

Ustinova K.A., Gubanova E.S., Leonidova G.V. (2015). *Chelovecheskiy kapital v innovatsionnoy ekonomike* [Human capital in the innovation economy] Vologda: Institut sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya territoriy RAN. (in Russian).

Van der Have R.P., Rubalcaba L. (2016). *Social Innovation Research: «An Emerging Area of Innovation Studies» Research Policy. 45* (9). 1923-1935. doi: 10.1016/j.respol.2016.06.010.

ISSN 1994-6929