



УДК 338.22:364

*О.И. Кондрашова, И.Ф. Колонтаевская***СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ В БИЗНЕСЕ:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ***O.I. Kondrashova, I.F. Kolontaevskaya***SOCIAL INNOVATION IN BUSINESS:
PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN RUSSIA**

Рассмотрены теоретические и практические аспекты распространения социальных инноваций в России и мире. Предложены рекомендации по развитию социального предпринимательства на территории РФ.

СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ, СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, СЕРЕБРЯНАЯ ЭКОНОМИКА, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ, СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛЬЗА.

The article discusses the theoretical and practical aspects of social innovations in Russia and in the world. Recommendations on development of social entrepreneurship on the territory of the Russian Federation are offered.

SOCIAL INNOVATION, SOCIAL RESPONSIBILITY, SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, SILVER ECONOMY, HUMAN CAPITAL, SOCIAL BENEFITS.

Основной целью предпринимательской деятельности является, прежде всего, систематическое получение прибыли. В этом заключаются природа и сущность предпринимательства. Главная же функция предпринимателя, по мнению выдающегося ученого-экономиста XX в. Й. Шумпетера, состоит в том, чтобы быть инноватором, осуществлять нововведения и тем самым быть проводником экономического развития. При этом высокая конкурентоспособность и экономический рост достигаются путем постоянного внедрения инноваций [1, с. 38 – 39].

Вместе с тем с каждым годом в России и за ее рубежами все больше компаний и отдельных предпринимателей не ограничиваются только коммерциализацией своих проектов, завоеванием рынков и достижением собственного благополучия, а берут на себя социальную ответственность, решая в ходе предпринимательской деятельности важные социально-ориентированные задачи. Все чаще можно наблюдать удивительные примеры совме-

щения успешного ведения бизнеса и достижения социально-полезных целей. В российскую действительность постепенно входят такие понятия, как «социальные инновации», «социальное предпринимательство», «социальный предприниматель», «зеленые технологии», «серебряная экономика», которые на Западе стали широко употребительными уже во второй половине XX века. [2].

Само же стремление к соединению экономического прогресса и социальной гармонии, старо как мир. Первым в истории человечества социальным инноватором и предпринимателем, по праву считается Ашока Великий – древнеиндийский император, правивший в III веке до н.э. Воплощая идею бизнеса во благо общества, он создал экономически мощное государство размером с целый континент и использовал эту мощь в общественных интересах. Именно в честь него современный американский бизнесмен Б. Дрейтон, вдохновленный идеями инновационных преобразований и общественного благосостояния, назвал свою

компанию «Ашока: Инновации для общества».

В научно-практической литературе, социальной работе и бизнес-практике под социальными инновациями, в самом общем виде, понимаются инновационные идеи, концепции, стратегии, технологии, бизнес-модели и организации, которые направлены на устранение или смягчение любых социальных противоречий, удовлетворение социально-значимых потребностей и решение социально-ориентированных задач, способствуя тем самым укреплению социального государства, развитию гражданского общества, благосостоянию человечества в целом [3, с. 12].

Говоря более конкретно, социальные инновации – это целенаправленно и систематически внедряемые нововведения, реализуемые хозяйствующими субъектами в соответствии с запросами общества, имеющие целью решение острых социальных проблем путем введения различного рода инноваций, эффективного использования ресурсов и социального потенциала организаций [4, с. 319].

Соответственно, социальные инновации в бизнесе представляют собой коммерциализуемые социально-ориентированные нововведения в области производства соответствующей продукции, сферы оказания услуг, организации труда и управления, новой комбинации ресурсов, решающие те или иные социальные проблемы.

Необходимость социальных инноваций объясняется целым рядом причин: углубление неравенства между социальными группами, несовершенством социальной политики государства, расширением социальных потребностей населения, существование недоиспользованных ресурсов экономического развития, распространение социально-либеральных идей, рост социальной корпоративной ответственности и др. Ни одно государство, каким бы социально-ориентированным оно не являлось, не в состоянии самостоятельно, без участия общества и частного предпринимательства, справиться со всеми социальными проблемами и поставленными в этой связи задачами [5, с. 104 – 106].

Естественной предпосылкой возникновения социальных инноваций может быть сложившийся нежелательный социальный поря-

док в какой-то области, например, застойная безработица, проблемы в среде этнических меньшинств, социальная исключенность инвалидов, упадок сельских и промысловых поселений, экологический вред от массового сжигания мусора [2, с. 16]. Невозможность решить социальные проблемы только с помощью существующих традиционных методов стимулирует поиск новых, нестандартных идей, внедрение нетрадиционных, инновационных технологий, моделей, структур, организаций.

Использование инновационных процессов в развитии социальной сферы часто является основой инноваций и изменений в научно-технической сфере вообще и в обыденной жизни граждан, в частности. Так, например, внедрение в 1940 – 1950-х годах в быту западных стран рычаговых водопроводных кранов было продиктовано заботой о послевоенных инвалидах с ограниченными двигательными функциями рук. Со временем преимущество рычаговых кранов позволило им конкурировать с традиционными сантехническими устройствами подобного рода уже в общепотребительском масштабе.

В начале XXI века, благодаря инновационным подходам к острой проблеме старения населения стран Европы и Северной Америки была разработана целая концепция, получившая деликатное и достойное название «серебряная экономика», которая позволяет воспринимать стариков не как «груз на шее общества», а новый мощный ресурс экономического роста за счет расширения рынка труда, потребления и производства [6].

С учетом возрастных демографических реалий отдельные компании уже оперативно выстраивают новые маркетинговые и продуктовые стратегии. Транснациональная фармацевтическая компания «Новартис» стремительно осваивает офтальмологический рынок. Американская лекарственная компания «Пфайзер» занялась производством продукции из стволовых клеток, нацеленной на борьбу с 20 возрастными заболеваниями. Мировые IT-гиганты «Интел», «Микрософт», «Сиско», «Гугл» и «АйБиЭМ» интенсивно выходят на многообещающий рынок телемедицины и удаленного контроля за состоянием здоровья. Индийский Банк Махараштра, учитывая осо-

бенности людей старшего возраста, активно внедряет биометрические банкоматы, где вместо пин-кода достаточно ввести отпечаток пальца. Российская телекоммуникационная компания «Мегафон» специально для пожилых людей выпустила мобильный телефон с крупными клавишами и звучным гудком [7].

Социальные инновации могут быть реализованы в некоммерческих системах (оказание государственных услуг, образование, просвещение, обязательное медицинское страхование, культура, искусство), коммерческих сферах (бизнес, частный сектор), а также интегрированных структурах (образование – наука – политика – бизнес).

Эффективным механизмом продвижения социальных инноваций является бизнес, принимающий специфическую форму социального предпринимательства, появившегося на стыке социальной и экономической систем страны, и занимающего промежуточное положение между сферами традиционного предпринимательства, социальной работы и благотворительности, отличаясь от первого ценностно-целевой ориентацией на достижение общественного блага, а от двух других – коммерческим характером достижения цели.

Приоритетом для этого вида бизнеса является не извлечение прибыли, а устойчивый социальный эффект, заключающийся в решении или значительном смягчении существующих социальных проблем. Следуя общим законам экономики, социальные предприятия строятся на принципах инновационности, самокупаемости, устойчивости механизма обеспечения результата, конкурентоспособности используемых подходов. Постоянное внедрение новшеств и новые комбинации ресурсов, предпринимательская смекалка, чутье, оправданный риск и дерзость стратегий, способность решать проблемы за счет собственных доходов формируют ключевые преимущества социального предпринимательства. Реинвестирование прибыли социальных предприятий нацелено на достижение социальной пользы, экологической безопасности и экономической выгоды (people, planet, profit).

Социальные предприниматели при этом выступают как субъекты, осознающие социальную корпоративную ответственность и

использующие экономические принципы предпринимательства для организации деятельности своих предприятий с целью достижения позитивных социальных изменений.

В социальные бизнес-модели изначально закладываются масштабируемость, тиражируемость (мультиплицируемость) и долгосрочность достигнутого социального эффекта, что, в свою очередь, позволяет быстро и эффективно расширять число предприятий, распространять оправдавшие себя подходы и идеи. Это сопровождается повышением компетентности социальных предпринимателей, их профессиональным ростом и вносит вклад в развитие человеческого капитала страны [8, с. 44].

В социальном предпринимательстве кроме экономической составляющей чрезвычайно важен человеческий фактор, требующий от социальных предпринимателей безупречной этичности. Австрийский предприниматель А. Хайнеке, автор проекта бизнес-тренингов «Диалог в темноте», которые проводят незрячие тренеры в полной темноте, назвал главное отличие социального предпринимательства от остального бизнеса: «Вы работаете больше, а зарабатываете меньше, но компенсация в том, что вы превращаете боль в любовь» [9].

В основе социального предпринимательства часто лежат удивительные истории воплощения бизнес-идей обычных людей, которые тихо, день за днём, делают свои «малые дела». Это оказание финансовых услуг для бедных (микрокредитование); биодинамическое культивирование растений; инновационное трудоустройство людей с ограниченными возможностями здоровья; использование уникальных аналитических способностей аутистов для тестирования IT-продукции; обучение доходному ремеслу малоимущих; продажа по символическим ценам ламп на солнечных батареях; создание самофинансируемых и самоподдерживающихся объединений иммигрантов; организация демократичных хостелов для путешественников; внедрение инновационной концепции сухой автомойки для привлечения к работе маргинальных групп населения и т. д.

Социальные предприятия могут иметь различные юридические статусы: кооператив, компания общественных интересов, общество

с ограниченной ответственностью, коммерческое объединение, общество доверительного управления (трастовая компания) и др.

В связи с тем, что социальное предпринимательство является феноменом развитой рыночной экономики и требует определенной эволюции бизнеса и общества, в России идеи социальных инноваций получили воплощение в первом десятилетии XXI века. [2, с. 111].

В результате научных поисков, дискуссий и результатов практического опыта в этой сфере в 2007 в форме некоммерческой организации был создан Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» (фонд Вагита Алекперова), целью которого стало развитие социального предпринимательства на территории России. Комплексная поддержка фондом начинающих социальных предпринимателей включает: 1) финансовую поддержку в виде грантов, займов и участия в уставном капитале; 2) обучение и консультирование по актуальным вопросам их деятельности; 3) информационное обеспечение и продвижение; 4) иные формы поддержки. К концу 2013 года фонд оказал содействие реализации 91 социально-ориентированного проекта в 38 регионах России [10].

Начиная с 2008 года фондом проводится ежегодный Всероссийский Конкурс проектов «Социальный предприниматель года», способствующий выявлению социальных предпринимателей в России и привлечению внимания общественности, региональных органов законодательной и исполнительной власти, региональных предпринимателей (малый, средний бизнес), некоммерческих организаций и СМИ к деятельности социальных предпринимателей в решении социальных проблем и достижения долгосрочных позитивных изменений в обществе. С 2011 Фондом учреждена ежегодная премия всероссийского масштаба «Импульс добра» за вклад в развитие и продвижение социального предпринимательства.

Социальные предприятия действуют в различных направлениях социально-экономической жизни России, в том числе в коммерции, финансировании, здравоохранении, социальном обслуживании, искусстве, уходе за детьми, спорте и организации отдыха, общественном транспорте, жилищно-

коммунальном обслуживании, обустройстве территорий и многих других. Особенно актуальным социальное предпринимательство оказывается для российской «глубинки», где помощь в организации небольшой пекарни, сыроварни или любого несложного для региона производства, будь то валенки или вязаные носки и рукавицы, – уже социальное предпринимательство, которое оказывается гораздо важнее просто рыночной экономики: это и высокая миссия, и доход, и возвращение к родной земле, и патриотизм.

Несмотря на социальную значимость и очевидные экономические преимущества практика деятельности отечественных социальных предприятий высвечивает целый ряд проблем, которые требуют реагирования и решения.

На сегодняшний день в Российской Федерации социальное предпринимательство на постоянной основе поддерживается достаточно ограниченным числом некоммерческих организаций и фондов. Недостаточно развита система грантов и конкурсов в этой области. Все они организуются, проводятся и финансируются либо частными фондами, либо регионами РФ, либо иностранными инвесторами. То есть на федеральном уровне социальное предпринимательство не поддерживается в необходимом объеме.

В сфере социального бизнеса нет специальных законодательных актов, регулирующих отношения в данной сфере.

Слабо прослеживается взаимосвязь социальных предприятий с местными сообществами, в которых они работают.

Не разработаны эффективные бизнес-модели, что заставляет социальных предпринимателей идти методом проб и ошибок в поиске оптимальных вариантов.

Большое число предпринимателей пока еще воспринимают социальные инновации как очередную популистскую кампанию, некое давление на бизнес со стороны государства, либо как некоторую возможность получить определенные финансово-экономические выгоды при открытии и ведении бизнеса.

Деятельность российских социальных предприятий направлена в основном на оказание ограниченного перечня традиционных

социальных услуг (предприятия торговли и общественного питания, прачечные или парикмахерские экономкласса, фирмы по привлечению надомного труда многодетных мам).

Социальные предприятия еще не завоевали повсеместного доверия у потребителей из-за низкого качества и скудного ассортимента предлагаемых товаров и оказываемых услуг.

В качестве рекомендаций по решению проблем на пути внедрения социальных инноваций в бизнесе можно предложить следующее:

Разработка общенациональной идеологии социальных инноваций в России.

Интеграция усилий общества, бизнеса и власти в развитии в России.

Создание краткосрочных (1 – 2 года) и долгосрочных (5 – 10 лет) программ развития социальных инноваций в России на основе обобщения и исследования опыта работы в сфере социального предпринимательства, корпоративной социальной ответственности, внедрения социальных инноваций в России и за рубежом.

Разработка и принятие закона о социальном предпринимательстве, где будет дано четкое определение социальному предпринимательству, чтобы исключить злоупотребления и мошенничество в этом секторе экономики.

Изучение, оценка, адаптация и использование лучшего зарубежного и отечественного опыта социальных инноваций.

Развитие международного сотрудничества

в сфере социального предпринимательства. Создание в России уникальной площадки по международному обмену опытом среди специалистов в сфере социального предпринимательства, государственно-частного партнерства, корпоративной социальной ответственности.

Расширение опыта микрофинансирования социальных предпринимателей.

Организация бизнес-инкубаторов на базе или в качестве сопровождения уже зарекомендовавшей себя практики успешных предпринимателей в своих регионах для ее тиражирования и совершенствования.

Сотрудничество с «профильными» вузами, имеющими направления подготовки «Инноватика» и «Менеджмент», обладающими потенциалом предоставить сильные кадры, способные помочь другим создать новый бизнес.

Продолжать научное исследование проблем социальных инноваций в России и мире и донесение их результатов до всех заинтересованных лиц и широкой общественности в целях преодоления скептицизма и недоверия в отношении социально-экономических инициатив и привлечения все большего числа участников к социальным инновациям.

Важным фактором успешности проекта является его руководитель. Поэтому предложенная методика дополняет известные подходы к управлению проектами, предоставляя инструмент для эффективного отбора руководителя проекта, способного его реализовать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. – М.: Изд-во «Директмедиа Паблишинг», 2008. – 400 с.

2. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования [Текст] / отв. ред. А.А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 284 с.

3. Николлс А. Социальное предпринимательство: Новые модели: для устойчивости социальных преобразований. Изд-во Оксфордского ун-та, 2006. (на англ. яз.)

4. Калюгина С.Н. Инновации в социальной сфере организации: сущность, виды, отличительные характеристики // Сб. матер. Второй междунар. научно-практ. конф. «Проблемы развития инновационно-креативной экономики». – М.: Креативная

экономика, 2010. С. 319-322.

5. Аминов И.И. Социальное государство: опыт стран Северной Европы // Государственно-правовая политика в Северо-Западном регионе. Сб. матер. Междунар. научно-практ. конф. (3 – 4 дек. 2009). С. 104 – 106.

6. Серебряная экономика. Прекрасная возможность [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.citylabcoventry.org/upload/file/WorkplacesandOlderPeople.pdf> (дата обращения 23.10.2013) (англ. яз.)

7. По расчетам Accenture и Oxfordhttp [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://obmens.do.am/news/po_raschetam_accenture_i_oxford/2013-09-18-505 (дата обращения 23.10.2013).

8. Изотова С., Зверева Н.И. Социальное предпринимательство – новый институт современной России. // Экономические стратегии. – 2011. № 9. С. 44 – 45.

9. Диалог в темноте, или венская суббота [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://socbusiness.livejournal.com/34724.html> (дата обращения 23.10.2013).
10. Фонд «Наше будущее». Официальный сайт: <http://www.nb-fund.ru> (дата обращения 23.10.2013).

REFERENCES

1. **Schumpeter J.A.** Theory of economic development. – M., Publishing house «Direktmedia publishing», 2008. - 400 P.
2. Social enterprise in Russia and in the world: practice and research [Text] / ed. editor A. A. Moscovskaya; NAC. research University-Higher school of Economics. - M: Ed. house of the Higher school of Economics, 2011. - 284 P.
3. **Nicholls A.** Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change. Oxford University Press. 2006. P. 12. (Engl)
4. **Kalyugina S.N.** Innovations in social sphere organizations: types and distinctive characteristics// proceedings of the Second international scientific-practical conference «Problems of development of innovative and creative economy». - M: Creative economy, 2010. P. 319-322.
5. **Aminov I.I.** The welfare state: the experience of countries of Northern Europe.// State-legal policy in the North-West region. Proceedings of the International scientific-practical conference (3 - 4 Decembers. 2009.), P. 104-106.
6. The Silver Economy. A Great Opportunity [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.citylabcoventry.org/upload/file/Workplace sandOlderPeople.pdf> (reference date 23.10.2013). (Engl)
7. According to the calculations of Accenture Oxfordhttp [Electronic resource]. Mode of access: http://obmens.do.am/news/po_raschetam_accenture_i_oxford/2013-09-18-505 (reference date 23.10.2013).
8. **Izotova G.S., Zvereva N.I.** Social entrepreneurship is a new Institute of modern Russia. //The economic policy. -№ 9 - 2011. - P. 44-45. ..
9. Dialogue in the dark, or the Vienna Saturday [Electronic resource]. Mode of access: <http://socbusiness.livejournal.com/34724.html> (reference date 23.10.2013).
10. Fund «Our future». Official website: <http://www.nb-fund.ru> (reference date 23.10.2013).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ/AUTHORS

КОНДРАШОВА Ольга Ивановна – заведующая кафедрой управления инновациями, кандидат технических наук, доцент; Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства; 107078, ул. Новая Басманная, дом 9. Москва, Россия; e-mail: koi-olga@yandex.ru

KONDRASHOVA Olga I. – head of the Department «Management of innovations», candidate of technical Sciences, associate Professor, Russian State University of Innovation Technologies and Entrepreneurship; 9, Novaya Basmannaya Str., Moscow, Russia, 107078; e; e-mail: koi-olga@yandex.ru

КОЛОНТАЕВСКАЯ Ирина Федоровна – профессор кафедры управления инновациями, доктор педагогических наук, профессор; Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства; 107078, ул. Новая Басманная, дом 9. Москва, Россия; e-mail: kolont@bk.ru

KOLONTAEVSKAYA Irina F. – Professor of the Department «Management of innovations», doctor of pedagogical Sciences, Professor; Russian State University of Innovation Technologies and Entrepreneurship; 9, Novaya Basmannaya Str., Moscow, Russia, 107078; e-mail: kolont@bk.ru