

УДК 336.76(045)

## СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ И ПЕРЕДОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: СУЩЕСТВУЮТ ЛИ ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ?

*Безсмертная Екатерина Рэмовна, канд. экон. наук, доцент, декан факультета финансовых рынков, доцент Департамента финансовых рынков и банков, Финансовый университет, Москва, Россия*  
EBezsmertnaya@fa.ru

Опыт зарубежных стран показывает, что по мере роста стабильности экономики возрастает интерес представителей бизнеса к социальным проблемам. Деятельность компаний, реализующих социальные программы различных направлений, способствует решению разнообразных социальных проблем и в то же время позволяет создавать условия для формирования благоприятной деловой атмосферы для эффективного развития бизнеса. *Цель работы* – определить понятие «социальные инновации», выявить направления применения зарубежного опыта социальных инноваций в области финансов на отечественном рынке. В статье исследованы различные подходы к определению понятия «социальные инновации», рассмотрены новаторские подходы к поиску оптимальных решений в области проблем, связанных с финансовым благосостоянием граждан. *Сделан вывод* о необходимости дальнейшего изучения передового зарубежного опыта инновационной социальной деятельности в области экономики и финансов.

**Ключевые слова:** социальные инновации; финансовые инновации; финтех; альтернативные финансы; краудфандинг; финансовые услуги; микрофинансирование; зарубежный опыт; инновации.

## SOCIAL INNOVATIONS AND ADVANCED FINANCIAL TECHNOLOGIES: ARE THERE ANY THINGS IN COMMON?

*Bezsmertnova Ekaterina R., PhD (Economics), Dean of the Financial Markets Faculty, associate professor of the Financial Markets and Banks Department, Financial University, Moscow, Russia*  
EBezsmertnaya@fa.ru

The foreign experience shows that as the stability of the economy increases, so does the interest of businessmen in social issues. The activities of companies implementing social programs contribute to the solution of various social problems and at the same time allow creation of conditions for the development of a favorable business environment to ensure effective business performance. *The purpose of the work* was to define the concept of social innovations, identify the areas of applying the foreign experience of social innovations in the finance field to the domestic market. The paper examines various approaches to the definition of the social innovation concept, analyzes innovative approaches to seeking optimal problem solutions related to the financial well-being of citizens. *It is concluded* that further studies of the advanced foreign experience of innovative social activities in the field of economy and finance are needed.

**Keywords:** social innovations; financial innovations; FinTech; alternative finance; crowdfunding; financial services; microfinance; foreign experience.

### «Новшество», «новация», «инновация» — синонимы или разные понятия?

Понятие «инновация» имеет множество различных значений и часто смешивается с понятиями «изобретение», «изменение», «новшество», «нововведение». Близким по смыслу к этим понятиям считается термин «новация», используемый в русском языке (мы не рассматриваем в данном случае трактовку, применяемую в гражданском праве) для обозначения какого-либо нового явления, которого не было раньше (продукта, теоретического знания, метода, принципа и т.д.).

Тем не менее именно термин «инновация» в последнее время стал одним из наиболее часто употребляемых в различных сферах человеческой деятельности. Чем же этот термин принципиально отличается от иных понятий, которыми принято обозначать новое? По мнению лингвистов, этимология слова «инновация» восходит к латинскому слову *novus*, что значит «новый». При этом древний индоевропейский корень *nov* обозначает принадлежность к признаку, не существовавшему ранее, но имеющему ныне положительную оценку [1, с. 111]. При заимствовании термина французским языком в XIII в. в этимологическом словаре 1297 г. появилось слово *innovo*, буквально означающее «больше чем новый», а также ряд однокоренных слов. В эпоху Ренессанса однокоренные слова появляются в итальянском языке (слово *novella* в значениях «новость» и «повесть»), в 1727 г. — в немецком, а затем и в других европейских языках это слово начинает использоваться как юридический термин, означающий «дополнение к законам».

Позднее слова *novation*, *innovation* приобрели новые значения и стали использоваться главным образом в профессиональной лексике, при этом имея положительную эмоциональную окраску: результатом инновации должно быть не просто «новое», а «сверхновое», по своим характеристикам превосходящее «старое» [1, с. 113]. В русский язык термин «инновация» пришел, по всей видимости, в XX в., изначально имея положительную коннотацию. Однокоренное слово «новшество», также восходящее к латинскому *novus*, появилось не ранее XVI–XVII вв. и несло отрицательный смысловой оттенок: с ним было связано консервативное неприятие реформ XVII в., проводимых

в церковной, общественной и политической сферах [1, с. 113].

Таким образом, под инновацией следует понимать новшество и/или нововведение, внедрение и практическое использование которого позволяет радикально изменить и улучшить свойства тех или иных материальных или нематериальных объектов, позволяющих удовлетворять определенные потребности общества.

Несмотря на то что слово «инновация» чаще всего ассоциируется с реализацией нового продукта (услуги), способного удовлетворять рыночный спрос, с точки зрения сферы применения принято выделять разные виды инноваций: технологические, экологические, экономические, государственно-правовые, инновации в духовной сфере, и т.д. [2, с. 10]. При этом ряд экономистов, опираясь на теорию Й. Шумпетера, считавшего инновации главным источником прибыли, полагают, что основным условием, при котором происходит трансформация новшества в инновацию, является соединение с инвестициями, доводящими его до практической реализации и коммерческого успеха [3, с. 87]. Как же в таком случае объяснить сущность инноваций, ориентированных на реализацию в сферах, казалось бы, далеких от коммерческой основы, например в сфере социальных отношений?

### Трактовка понятия «социальные инновации»

В современной литературе встречаются совершенно разные трактовки понятий «социальная инновация», «социальная инновационная деятельность» ввиду различных взглядов на основной признак, отличающий инновационные процессы в социальной сфере от всех прочих.

В попытках объяснить термин «социальные инновации» исследователи часто рассматривают инициатора социальных инноваций как предпринимателя особого рода, которого отличает от обычного предпринимателя его мотивация.

Полагая, что любая инновация должна сопровождаться достижением определенного коммерческого эффекта, исследователи отмечают, что в отличие от традиционного предпринимательства, ориентированного на получение прибыли, накопление богатства и удовлетворение частных интересов клиентов, социальное предпринима-

тельство рассматривает вышеперечисленные последствия внедрения инноваций как побочный, незапланированный эффект, являющийся не самоцелью, а скорее — средством достижения социальных целей. Так, Г. Диз определяет в качестве основных черт социального предпринимателя нацеленность на создание и поддержание социальных ценностей.

Но, по мнению Дж. Филлза, зачастую мотивы инноватора не являются очевидными, что не может давать основания считать мотивацию определяющим признаком социальной инновации. По мнению цитируемых им Р. Мартина и С. Осберг, «важно развенчать представление о том, что разница между предпринимателем и социальным предпринимателем может быть отнесена просто к мотивации, где предпринимателя побуждают к действиям деньги, а социальным предпринимателем движет альтруизм» [5, с. 36].

Зачастую социальные инновации ассоциируют с деятельностью институтов, которые принято относить к «социальному сектору», в частности некоммерческих и международных неправительственных организаций. А в одном из отечественных учебных изданий встречается еще более узкое определение: «социальная инновационная деятельность представляет собой процесс разрешения различных социальных проблем на основе использования социальными службами, работниками инноваций». В современных условиях, когда созданы условия для взаимовыгодного взаимодействия государства и бизнеса, а социальный эффект от реализации идей, которые изначально выступали как коммерческие, может быть значительным, организационное устройство института-инноватора вряд ли можно считать основным признаком социальной инновации.

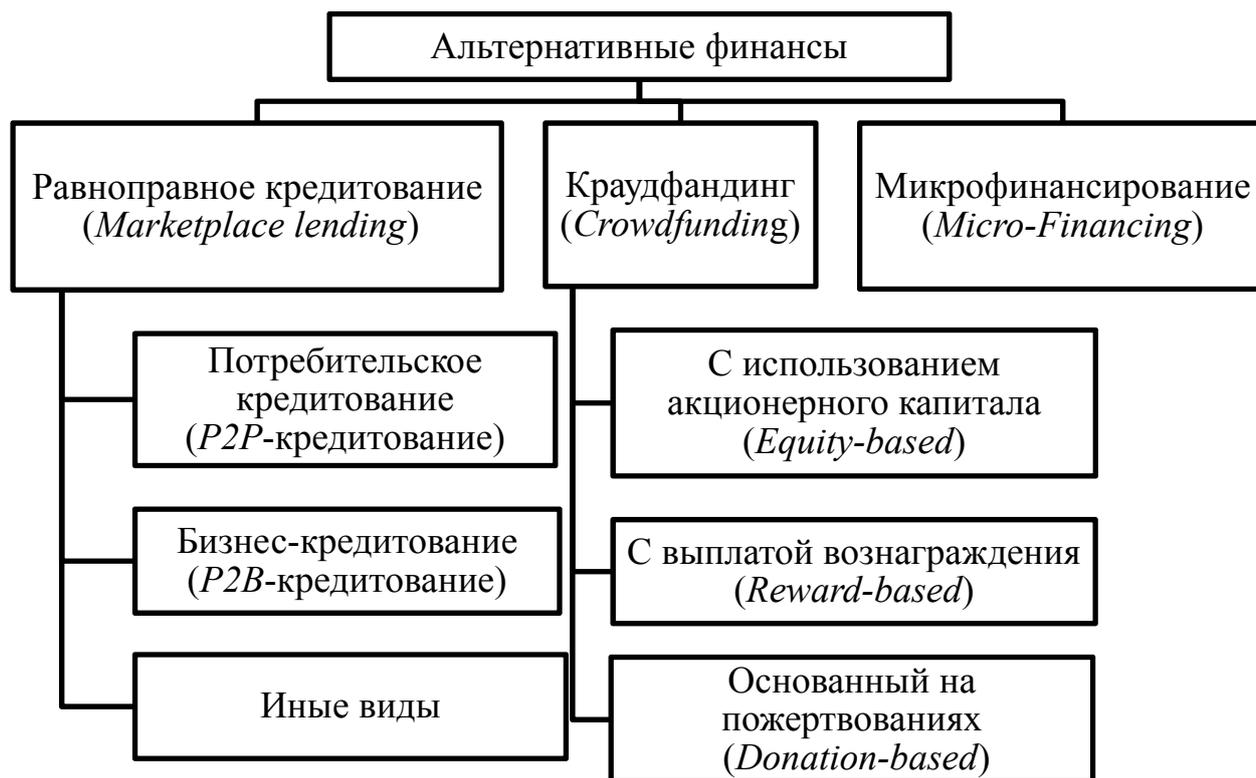
Существует также взгляд на социальную инновацию как на результат творческой деятельности, применение которой дает ожидаемое решение той или иной проблемы. При этом предполагается, что социальная инновация — это сознательно организуемое нововведение, вносящее задуманное изменение [6, с. 4]. Однако думается, что творческая идея является лишь одной из составляющих инновации, ее предпосылкой, поскольку результат творческой деятельности во многом зависит от способа ее организации [7, с. 52].

Наиболее существенным признаком социальных инноваций, на наш взгляд, следовало бы считать высокую степень социальной значимости реализуемых нововведений. Иначе говоря, общественная выгода, получаемая вследствие реализации социальной инновации, должна превосходить по своим масштабам частные выгоды предпринимателей, инвесторов и отдельных потребителей. Это свойство наиболее точно отражено в следующем определении: «социальная инновация — это новое решение социальной проблемы, которое является более эффективным, рациональным, жизнеспособным по сравнению с уже имеющимися решениями и реализуется в форме ценности, востребованной обществом в целом, а не отдельными индивидуумами» [5, с. 37].

В более широком смысле под социальными инновациями понимается разработка и внедрение новых идей (продуктов, услуг, моделей, рынков, процессов) на различных социоструктурных уровнях, которые сознательно направлены на расширение человеческого потенциала, развитие социальных отношений и процессов, в рамках которых эти решения осуществляются. И в этом смысле социальные инновации не следует противопоставлять технологическим инновациям. Социальные потребности могут быть удовлетворены в том числе и путем реализации технологических, организационных, маркетинговых инноваций, направленных на решение социальных проблем [8, с. 59]. При этом социальные инновации, как и инновации иных видов, могут принимать форму продукта, производственного процесса, технологии, но также представлять собой некий принцип, идею, существовать в виде законодательной нормы, быть реализованными через деятельность общественного движения, проведение отдельных социально значимых мероприятий или представлять собой некий симбиоз всего вышеперечисленного.

### **Могут ли финансовые инновации быть социальными?**

Считается, что для капитала характерна его «устремленность туда, где выгодно, без оглядки на позиции государства» [3, с. 9]. Примеры финансовых инноваций, активно развивающихся в ряде зарубежных стран, показывают, что это не всегда так.



### Виды альтернативных финансов

Источники: HICO Capital Partners. When finance meets Internet. The Marketplace Lending Industry. Alternative Investment Research. 2016. URL: <https://hollandfintech.com/wp-content/uploads/2016/01/160114-Research-report-MPL.pdf>.

Обратимся к материалам, сгенерированным ресурсом *Sparknews*, который аккумулирует сведения о наиболее заметных инновациях, хорошо зарекомендовавших в отдельных странах и продемонстрировавших значительный социальный или экологический эффект. Среди 282 социальных инноваций, представленных в рамках проекта *Impact Journalism Day*, инновации в области экономики и финансов занимают отнюдь не первые места: на их долю приходится 1,4% и 1,8% от общего числа представленных проектов соответственно. Среди прочих направлений инноваций: социум (20,6%), здравоохранение (17,4%), образование (11,0%), охрана окружающей среды (11,0%), энергообеспечение (8,5%), продовольствие и сельское хозяйство (7,8%), технологии (7,4%), урбанистика и мобильность (5,7%), водоснабжение (3,5%), обеспечение занятости (3,9%).

В числе финансовых инноваций, носящих социальный характер, особое место занимают различные проекты, которые принято объединять единым термином «альтернативные финансы»

(см. рисунок). К этой категории принято относить финтех-платформы, создающие возможность привлечения средств малыми и средними предприятиями за счет прямого доступа к свободным денежным средствам населения, минуя банки.

По оценкам Всемирного банка, размер инвестиций в краудфандинг в одних только развивающихся странах к 2025 г. может достичь 96 млрд долл. США в год [9, с. 179]. В числе новых проектов, в которых социальная составляющая выражена наиболее ярко, проект *TakaFull*, предложенный двумя марокканскими студентами. Они разработали мобильное приложение, позволяющее владельцу телефона инвестировать средства, представляющие собой депозит у мобильного оператора: он может выбрать интересующий его инвестиционный проект из предложенного списка и с помощью отправленной СМС предоставить кредит предпринимателям, нуждающимся в дополнительном финансировании. Стоимость разового обмена текстовыми сообщениями составляет 15 дирхамов (около 1,5 евро).

Уровень доверия потребителей к финансовому сектору (2017 г.)

Страна	Уровень доверия, %	Изменение уровня доверия в сравнении с 2016 г.
Сингапур	65	Уровень доверия вырос на 1%, страна стремится к формированию статуса «нормативной песочницы» для финтех-компаний: в 2017 г. на эти цели выделено 225 млн долл. США
США	60	Уровень доверия вырос на 6%. Рост доверия является результатом деятельности Бюро по защите потребителей финансовых услуг (Consumer Financial Protection Bureau, CFPB), с 2010 г. обеспечившего возврат средств в объеме 12 млрд долл. США более чем 27 млн потребителей
Гонконг	55	Уровень доверия вырос на 1%. В Гонконге финансовые услуги составляют почти 18% ВВП. Для поддержания спроса потребителей финансовые институты должны усилить внимание к выполнению требований в отношении капитала, учитывая высокую вероятность ужесточения контроля со стороны регулирующих органов
Великобритания	45	Уровень доверия вырос на 4% несмотря на то, что отрасль находится в состоянии неопределенности из-за негативного воздействия выхода страны из Европейского союза, неясны перспективы статуса Лондона как международного финансового центра
Германия	35	Уровень доверия вырос на 3%. Однако возможен возврат к прежнему уровню ввиду финансового консерватизма населения и низкой популярности вложений в инструменты рынка ценных бумаг

Источник: составлено по данным Edelman's 2017 Trust Barometer – <http://www.edelman.com>.

Всплеск интереса к развитию альтернативных форм финансирования происходил на фоне кризиса банковской системы в США и европейских странах. Сейчас тенденция роста этого сегмента поддерживается повышением доверия населения к финансовому сектору. Согласно исследованию *Edelman's 2017 Trust Barometer* финансовый сектор, который еще в 2015 г. оставался отраслью, которая во всем мире меньше всего вызывала доверие, в 2017 г. демонстрирует положительную динамику, во многом благодаря развитию финтеха и упрощению процедур, регламентирующих альтернативное финансирование. В таблице приведены данные о странах, показавших наибольший рост доверия со стороны потребителей финансовых услуг.

#### Финансовые инновации — это не всегда продукт финтеха

Еще одно направление финансовых инноваций — исследование инвестиционной политики банков с целью выявления финансовых

институтов, недобросовестно относящихся к соблюдению этических норм. Проект *Bank Scans*, реализованный несколькими европейскими НКО, «сканирует» инвестиционную политику банков, работающих в Бельгии, на предмет соответствия требованиям корпоративной ответственности перед обществом по следующим направлениям: забота об окружающей среде, уважение прав человека и трудящихся, следование принципам сохранения климата, прозрачность, недопущение участия в финансировании рынка вооружений, отсутствие нарушений, связанных с уплатой налогов. Исследование, в частности, показало, что ряд банков с мировым именем лишь отчасти удовлетворяет требованиям корпоративной ответственности перед обществом. Так, показатель *Deutsche Bank* оказался на уровне 22%, *BNP Paribas* и *Belfius* — 27%, *KBC* — 33%, *ING* — 41%<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Сайт URL: <http://impactjournalismday.com>.

В ином направлении развивается деятельность французской компании *MicroDON*, предложившей инновационный метод привлечения благотворительных пожертвований с помощью округления сумм оплаты покупок до ближайшего евро в магазинах, а также при начислении зарплат. Только в 2015 г. таким образом было аккумулировано более миллиона евро, которые были перераспределены более чем 350 благотворительным организациям.

Немецкий эколог Гарри Ассенмахер доказал, что защита лесов, вопреки распространенному мнению, может быть не только целью благотворительных акций, но и стать основой для бизнеса. Созданная им в 2005 г. в Бонне компания *ForestFinance* продает так называемые устойчивые лесные товары, по своей сути являющиеся специфическими аналогами акций. Инвесторы приобретают высаженные на специальных плантациях в Панаме, Колумбии, Перу и Вьетнаме леса, представляющие собой не монокультурные посадки деревьев, которые истощают почву, а новые места обитания дикой природы, создаваемые с использованием лучшего посадочного материала.

*ForestFinance* гарантирует справедливую заработную плату и хорошие условия труда для своих сотрудников, которые часто являются коренными жителями. Инвестиционные продукты, предлагаемые компанией, могут быть как долгосрочными, так и краткосрочными. Используя *TreeSavingsPlan*, клиенты арендуют участок земли, на котором высаживаются деревья. Двадцать пять лет спустя деревья выборочно собирают, оставляя лес неповрежденным; инвесторы зарабатывают деньги на продаже древесины. Минимальная стоимость участия в программе обходится в 396 евро в течение одного года и предполагает ежегодную прибыль в размере 6% в течение 25 лет, которая выплачивается в конце периода владения. Для тех, кто не готов ждать дохода так долго, действует программа *CacaoInvest*, предполагающая единовременные инвестиции в размере 3250 евро за аренду участка земли площадью 1000 м<sup>2</sup> в Перу или Панаме, выплаты по этой программе начнутся уже через пять лет.

За последнее десятилетие *ForestFinance* собрал свыше 100 млн долл. США от 17 000 кли-

ентов, более 90% которых находятся в Германии, но с каждым годом география инвесторов расширяется (так, в 2013 г. *ForestFinance* создал филиал во Франции). Несмотря на очевидную пользу начинания, проект нередко становится объектом критики: консервативное инвестиционное сообщество критикует относительно низкую доходность *ForestFinance*, которая, как правило, ниже доходности традиционных акций, а активисты-экологи осуждают применение коммерческого подхода к решению экологических проблем.

### Социальные инновации на российском финансовом рынке

Развитие социальных и финансовых инноваций в России пока идет по разным траекториям. Так, в числе победителей ежегодного Всероссийского конкурса социальных инноваций, который проводится с 2012 г., нет инновационных проектов, так или иначе связанных с экономическими и финансовыми проблемами. Возможно, это связано с ограничениями в отношении состава участников этого конкурса: к участию допускаются граждане России в возрасте до 35 лет, молодежные СМИ, некоммерческие организации, организации территориального общественного самоуправления.

---

**«Социальная инновация – это новое решение социальной проблемы, которое является более эффективным, рациональным, жизнеспособным по сравнению с уже имеющимися решениями и реализуется в форме ценности, востребованной обществом в целом, а не отдельными индивидуумами»**

---

Тем не менее коммерческие организации также принимают участие в реализации тех или иных общественно значимых проектов, в первую очередь в рамках развития корпора-

тивной социальной ответственности (далее — КСО), пик увлечения которой, как «управленческой модой», по мнению авторов «Доклада о социальных инвестициях в России — 2014», по состоянию на период подготовки доклада, оказался пройден [10, с. 15]. В вышеприведенном докладе, при подготовке которого использовались данные по 60 компаниям, ведущим бизнес в России (для сравнения: в 2008 г. в подготовке соответствующего доклада принимали участие 102 компании), в числе почти четырех десятков проектов, представляющих лучшие практики корпоративной социальной деятельности, присутствуют программы адаптации профессиональной подготовки сотрудников, проекты по поддержке пожилых людей, программы помощи детям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, экологические программы и многие другие социально-ориентированные инновации. Среди этих проектов лишь один, а именно: проект ОАО «УРАЛСИБ» «Академия семейных финансов» в социальных медиа (*Facebook* и *ВКонтакте*), — был связан с развитием финансовой грамотности населения. Безусловно, при реализации данного проекта, как и большинства других программ, социальные цели были увязаны с задачей развития конкурентных преимуществ, в том числе повышения узнаваемости бренда компании и привлечения новых клиентов. Отчасти отсутствие социальных проектов, ориентированных на решение проблем, связанных с финансовым благосостоянием, свидетельствует о низкой финансовой грамотности граждан, а также об отсутствии единой целенаправленной стратегии государства в области расширения инвестиционных возможностей населения.

Доступность финансовых услуг для граждан России продолжает оставаться неоднородной: значительный разрыв в плотности населения является одной из причин недостаточного географического охвата территории страны поставщиками финансовых услуг. Данное обстоятельство, с одной стороны, сдерживает распространение финансовой доступности, но, с другой стороны, должно стать катализатором развития альтернативных видов финансовых услуг. В числе задач, определенных в Основных направлениях развития финансового рынка

Российской Федерации на период 2016–2018 гг., указана необходимость упрощения взаимодействия финансовых организаций и потребителей финансовых услуг, в том числе с помощью расширения возможностей использования электронного или удаленного доступа к финансовым услугам, внедрения дистанционных способов продаж финансовых продуктов и услуг, реализуемых с применением современных информационных технологий. Однако в центре большинства дискуссий представителей финансового сообщества вокруг индустрии российского финтех-вопрос о возможном переделе рынка. Какова роль банков в ближайшем будущем? Могут ли финтех-провайдеры подорвать престиж действующих брендов? Способны ли мобильные операторы захватить существенную долю рынка банковских услуг? Именно эти вопросы сейчас вышли на первый план. Многие исследователи предрекают скорое изменение «ландшафта» финансового рынка. Думается, что самые радикальные оценки грядущих изменений вряд ли окажутся реальностью, однако в любом случае развитие добросовестной конкуренции должно способствовать повышению доступности финансовых продуктов, развитию рыночного ценообразования, расширению спектра финансовых услуг.

### Выводы

Термин «инновация», чаще всего ассоциирующийся с реализацией нового продукта (услуги), способного удовлетворять рыночный спрос, в последнее время все чаще рассматривается с позиции удовлетворения потребностей общества, и в этой связи понятие социальных инноваций становится объектом внимательного изучения. Среди отечественных исследователей нет единого подхода к определению социальных инноваций, что отчасти объясняет отсутствие системного подхода в реализации социальных инноваций, нацеленных на повышение финансового благосостояния общества. В этой связи представляется актуальным изучение зарубежного опыта создания и реализации инноваций в финансовой сфере, направленных, в том числе, на генерацию определенного социального эффекта.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Хоменко Е.В. Общее значение и экономическая сущность понятия «инновация» // Идеи и идеалы. 2011. № 1 (7). Т. 2. С. 110–116.
2. Мильнер Б.З., Орлова Т.М. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление: монография. М.: ИНФРА-М, 2013.
3. Родина Г.А. Социальные инновации: эффективность справедливости или справедливость эффективности? // Философия хозяйства. 2009. № 4 (64). С. 87–94.
4. Dees J. G., Haas M., Haas P. The Meaning of Social Entrepreneurship. Stanford Graduate School of Business, 1998. URL: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofSocialEntrepreneurship.pdf>.
5. Phills J.A., Deiglmeier K., Miller D.T. (2008) Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review, No. 6 (4), pp. 34–43.
6. Федотова В.Г. Социальные инновации как основа процесса модернизации общества // Вопросы философии. 2010. № 10. С. 3–16.
7. Плотников Н.В. Социальная инновация: специфика социологического анализа категории // Вестник РУДН. Серия Социология. 2009. № 4. С. 51–55.
8. Havas A. (2016) Social and Business Innovations: Are Common Measurement Approaches Possible? Foresight and STI Governance, Vol. 10, No. 2, pp. 58–80.
9. Чишти С., Барберис Я. Финтех: Путеводитель по новейшим финансовым технологиям. М.: Альпина Паблишер, 2017.
10. Благов Ю.Е. и др. Доклад о социальных инвестициях в России — 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014.

## REFERENCES

1. Homenko E.V. The total value and economic essence of the concept “innovation” [Obshhee znachenie i jekonomicheskaja sushhnost’ ponjatija «innovacija»]. *Idey i idealy — Ideas and ideals*, 2011, No. 1 (7), Vol. 2, pp. 110–116.
2. Mil’ner B.Z., Orlova T.M. Organization of innovation: horizontal communication and management [Organizacija sozdaniya innovacij: gorizonta’nye svjazi i upravlenie]. Moscow, INFRA-M, 2013.
3. Rodina G.A. Social innovation: efficiency of fairness or justice efficiency? [Social’nye innovacii: jeffektivnost’ spravedlivosti ili spravedlivost’ jeffektivnosti?]. *Filosofija hozjajstva — The philosophy of management*, 2009, No. 4 (64), pp. 87–94.
4. Dees J. G., Haas M., Haas P. The Meaning of Social Entrepreneurship. Stanford Graduate School of Business, 1998. Available at: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofSocialEntrepreneurship.pdf>.
5. Phills J.A., Deiglmeier K., Miller D.T. 2008. “Rediscovering social innovation”. Stanford Social Innovation Review, No. 6 (4), pp. 34–43.
6. Fedotova V.G. Social innovation as the basis of modernization of society [Social’nye innovacii kak osnova processa modernizacii obshhestva]. *Voprosy filosofii — Problems of philosophy*, 2010, No. 10, pp. 3–16.
7. Plotnikov N.V. Social innovation: specificity of sociological analysis of the category [Social’naja innovacija: specifika sociologicheskogo analiza kategorii]. *Vestnik RUDN, series Sociology — Bulletin of Russian University of friendship of peoples*, 2009, No. 4, pp. 51–55.
8. Havas A. (2016) Social and Business Innovations: Are Common Measurement Approaches Possible? Foresight and STI Governance, Vol. 10, No. 2, pp. 58–80.
9. Chishti S., Barberis Ja. Fintech: Guide to the latest in financial technology [Finteh: Putevoditel’ po novejsim finansovym tehnologijam]. Moscow, Alpina Publisher, 2017.
10. Blagov U.E. et al. The report on social investments in Russia 2014: creating value for business and society [Doklad o social’nyh investiciyah v Rossii — 2014: k sozdaniyu cennosti dlja biznesa i obshhestva]. St. Petersburg, ATM Book, 2014.