



Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики

Основные результаты исследования

Подготовлено при поддержке
Фонда региональных социальных программ «Наше
будущее»





Описание исследования. Цель исследования

Цель исследования

- ✓ Составление (выявление, реконструкция) «портрета» социального предпринимателя, т.е. определение набора типовых (отличающих) характеристик субъекта социального предпринимательства, выполненное самими субъектами СП.
- ✓ Сравнительный анализ представителей двух сообществ – бизнесменов (предпринимателей в традиционном понимании) и социальных предпринимателей по ряду параметров, характеризующих готовность (склонность) к социальному предпринимательству. Проверка теста на определение склонности к социальному предпринимательству, разработанного в рамках опроса бизнесменов, не участвующих в программах СП.

> Предмет исследования (1)

Предмет исследования

1. Параметры, характеризующие склонность к социальному предпринимательству: ценностные ориентации, социальная ответственность, склонность к деятельности, направленной на решение социальных проблем, инновационность мышления и деятельности, экономическая эффективность бизнеса.



> Предмет исследования (2)

Предмет исследования

2. Параметры, дополнительно характеризующие «портрет» социального предпринимателя, в том числе:

- ❖ Личный портрет «социального предпринимателя», (социально-демографические данные), основные социальные статусы и роли,,
- ❖ Социальные связи, участие в ассоциациях / сообществах / социальных сетях, вовлеченность во взаимодействие со структурами власти и МСУ,
- ❖ Опыт участия в других общественных практиках, включающих ценностные составляющие: благотворительность, общественная деятельность,
- ❖ Социальная мотивация СП, типы социальных проблем, актуальных и важных с точки зрения СП.

3. Представления о сути явления «социальное предпринимательство», его базовых составляющих.

4. Самоидентификация себя как социального предпринимателя, параметры самоидентификации.

➤ Объект и выборка исследования

Объект исследования

Социальные предприниматели, идентифицированные в таком статусе внешними экспертами.

Выборка исследования

Итоговый **объем выборочной совокупности** составил **102** респондента:

Источник информации	Число респондентов
Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»	60
Высшая школа менеджмента, СПбГУ «Управление проектами в области социального предпринимательства». http://www.gsom.pu.ru	15
Лаборатория социальных инноваций Cloudwatcher http://www.cloudwatcher.ru	7
Фонд «Навстречу переменам» (Reach for Change) http://reachforchange.org	9
Школа социального предпринимательства, г. Омск http://www.oash-omsk.org/news210.html	5
Рекомендации респондентов - соц. предпринимателей фонда «Наше будущее»	6

> Методика сбора данных

Методика сбора данных

Анкетирование (формализованная анкета, самозаполнение). Основным способом достижения респондентов было онлайн-анкетирование, в отдельных случаях использовалось очное и телефонное интервью.

Инструментарий

Инструментарий исследования в части, используемой для сравнительного анализа бизнесменов (предпринимателей в традиционном понимании) и социальных предпринимателей по ряду параметров, характеризующих готовность (склонность) к социальному предпринимательству, повторял инструментарий опроса бизнесменов.



Склонность к социальному предпринимательству

Результаты теста

Экономическая эффективность бизнеса (1)

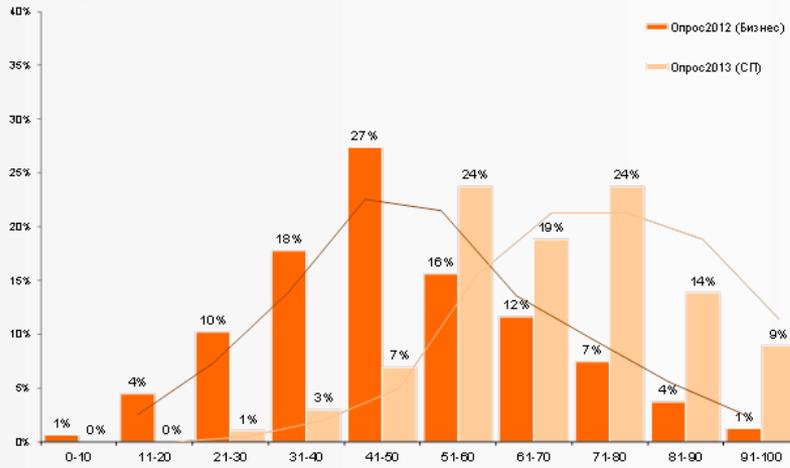
Конкурентоспособность	Оцените, пожалуйста, конкурентоспособность Вашего предприятия на региональном рынке	Очень высокая	8%
		Высокая	45%
		Средняя	35%
		Низкая	7%
		Очень низкая	1%
		Затрудняюсь ответить	5%
Экономическая эффективность	Оцените, пожалуйста, экономическую эффективность Вашего предприятия за последний год	Очень высокая	1%
		Высокая	17%
		Средняя	54%
		Низкая	16%
		Очень низкая	2%
		Затрудняюсь ответить	10%
Прозрачность и открытость	Финансовая прозрачность предприятия?	7-10 баллов	70%
		Менее 7 баллов	25%
	Публикуется ли информация о деятельности Вашего предприятия и каким образом?	Информация не публикуется	16%
		Сайт предприятия	59%
		Информационные буклеты	38%
		Годовые отчеты	16%
		Собственная периодика	9%
		Корпоративное радио	2%
		Интернет-каталоги	21%
Местные СМИ	50%		

> Экономическая эффективность бизнеса (сравнение)

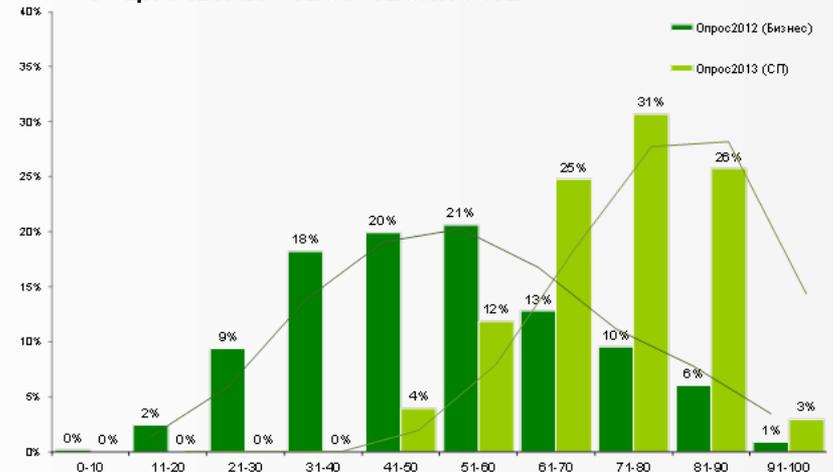
Конкурентоспособность	Оцените, пожалуйста, конкурентоспособность Вашего предприятия на региональном рынке	«Очень высокая»	
		Опрос2012 (Бизнес)	III 5%
		Опрос2013 (СП)	IIII 8%
		«Высокая»	
		Опрос2012 (Бизнес)	IIIIIIIIII 28%
		Опрос2013 (СП)	IIIIIIIIIIIIIIIIII 45%
Экономическая эффективность	Оцените, пожалуйста, экономическую эффективность Вашего предприятия за последний год	«Очень высокая»	
		Опрос2012 (Бизнес)	I 1%
		Опрос2013 (СП)	I 1%
		«Высокая»	
		Опрос2012 (Бизнес)	IIIIIIII 19%
		Опрос2013 (СП)	IIIIIIII 17%
Прозрачность и открытость	Финансовая прозрачность предприятия?	«7-10 баллов»	
		Опрос2012 (Бизнес)	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII 67%
		Опрос2013 (СП)	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII 70%
	Публикуется ли информация о деятельности Вашего предприятия и каким образом?	«Да»	
		Опрос2012 (Бизнес)	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII 57%
		Опрос2013 (СП)	IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII 84%

Частные индексы

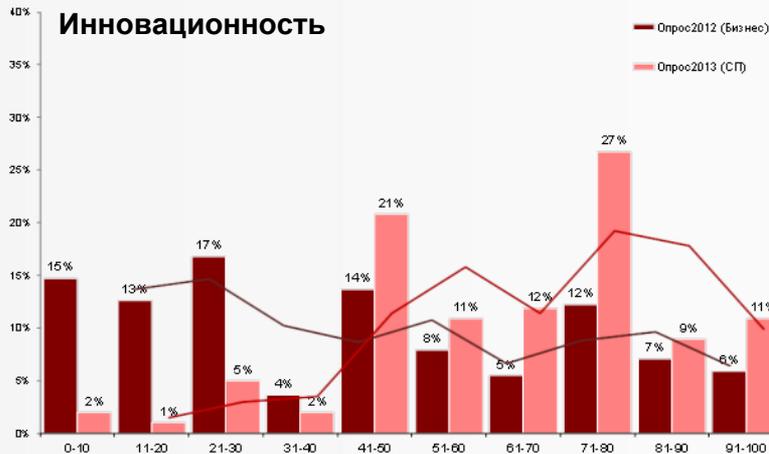
Ценности



Социальная ответственность



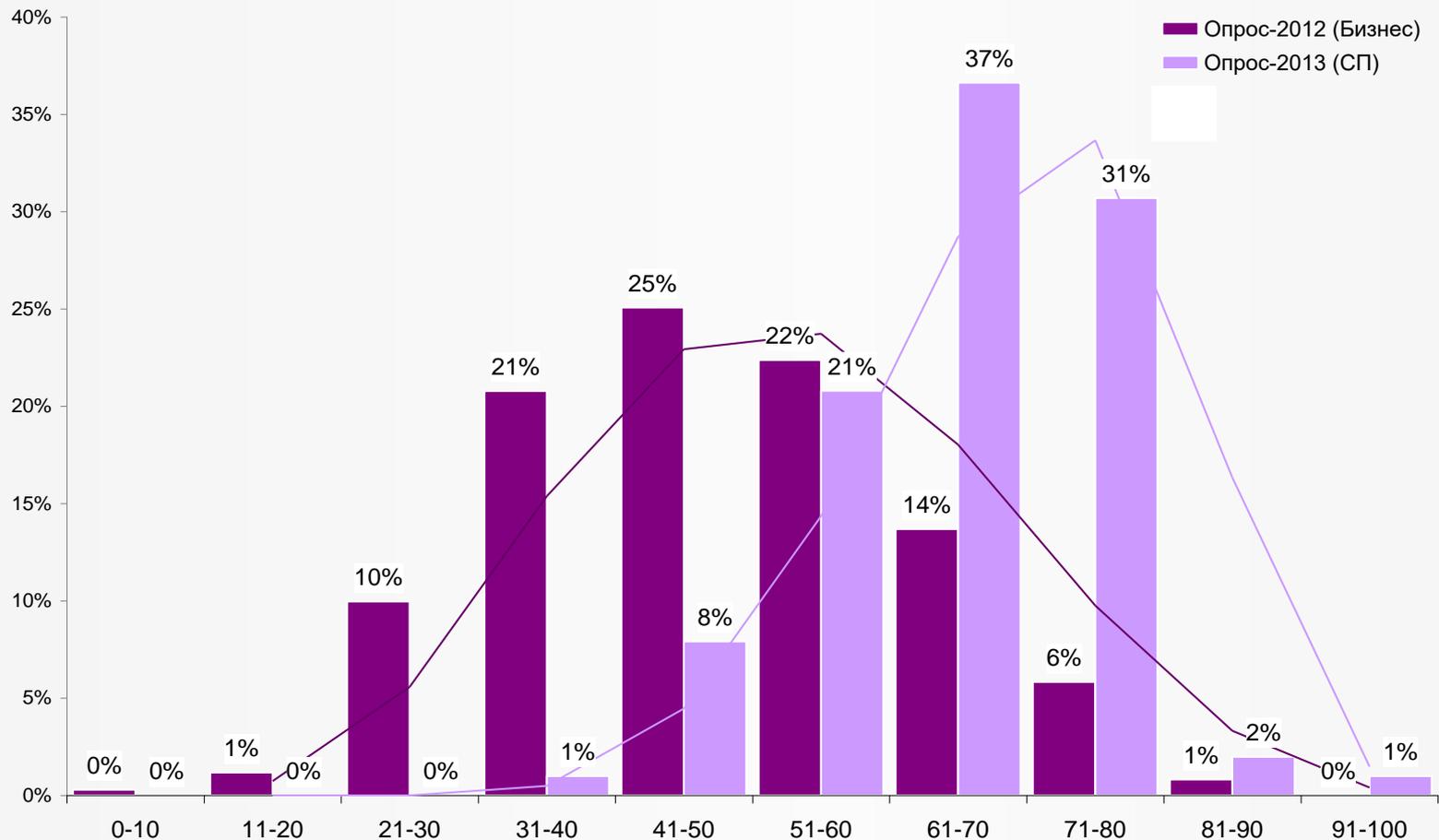
Инновационность



Эффективность



Сводный индекс (склонность к СП)



> Краткие выводы (1)

1. Комплексные показатели отношения к социальному предпринимательству, рассчитанные на совокупности параметров, - **ценностные ориентации, социальная ответственность, инновационность бизнеса** - у социальных предпринимателей выше, чем у «обычных» бизнесменов, как минимум, в полтора раза, т.е. у социальных предпринимателей:

- более высокий уровень социального доверия и готовности к общественной солидарности,
- больший оптимизм в оценках социальных явлений и более высокая общественная активность,
- большая нацеленность на реализацию социально-ориентированных мероприятий в бизнесе,
- большая склонность к использованию инновационных технологий и стремление к профессиональному и образовательному росту,
- большая информационная открытость бизнеса.

2. **Индекс экономической эффективности у социальных предпринимателей и у «обычных» бизнесменов практически не отличается.** Очевидно, в показателях эффективности отражаются некие общие закономерности и тенденции бизнеса вообще, не зависящие от типа бизнеса (социально ориентированного или «традиционного»).

3. **По совокупности показателей социальные предприниматели в целом демонстрируют существенно более высокую склонность к социально предпринимательской деятельности, чем представители «традиционного» бизнеса.**



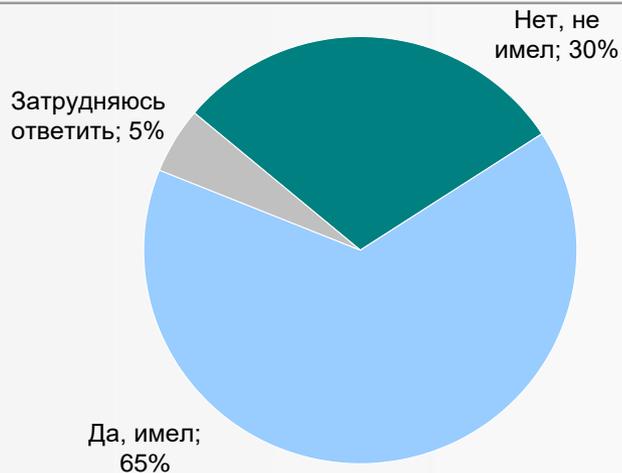
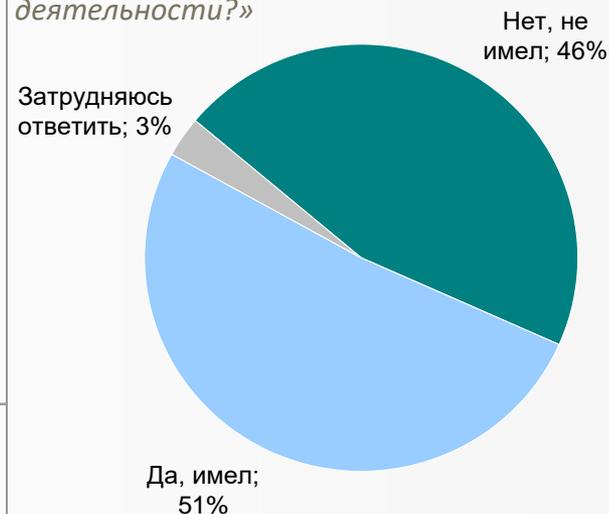
Портрет социального предпринимателя

Результаты опроса

«Как давно Вы осуществляете свою деятельность как социальный предприниматель?»

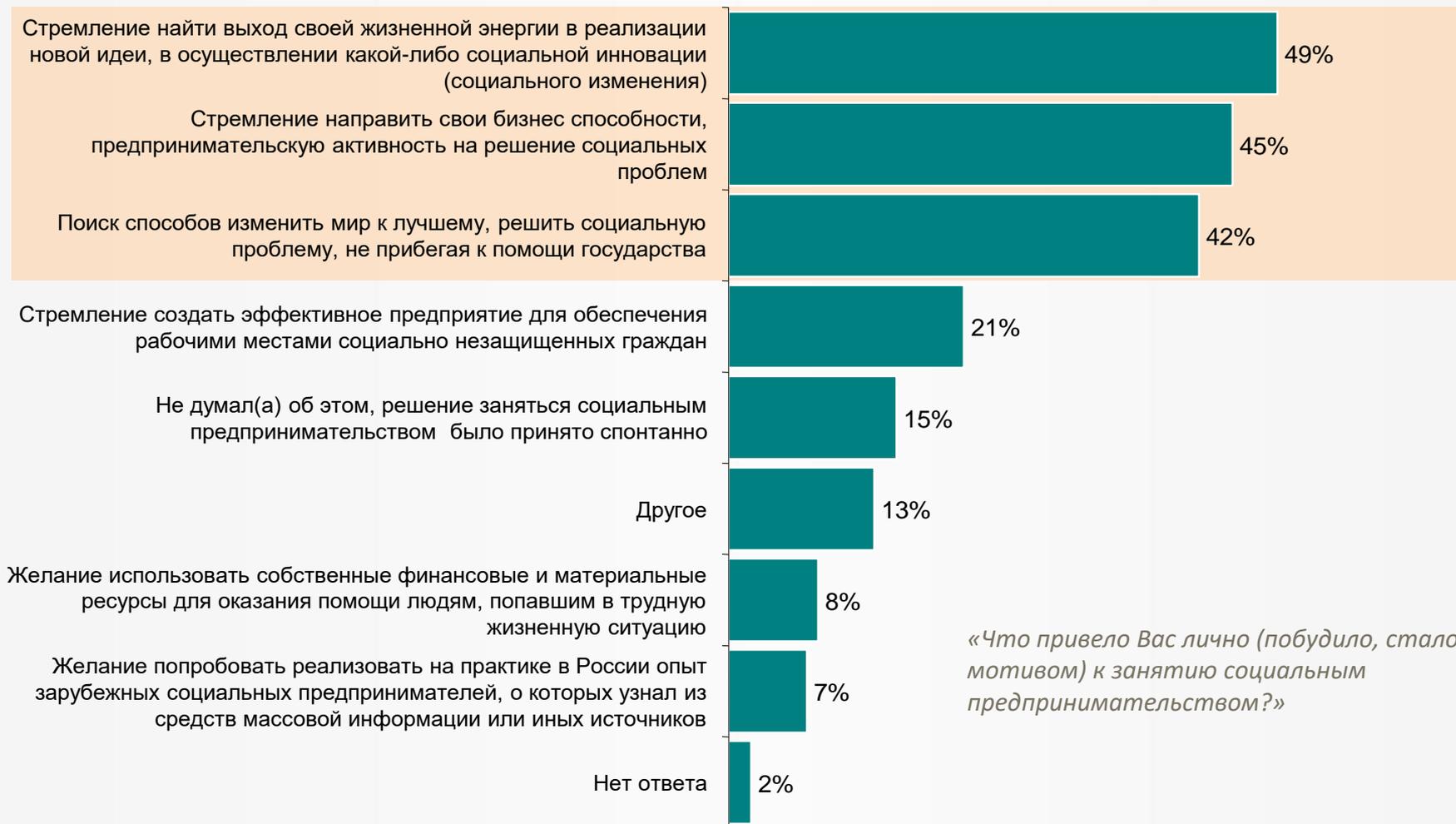


«До того, как Вы стали социальным предпринимателем, имели ли Вы какой-либо опыт предпринимательской деятельности?»



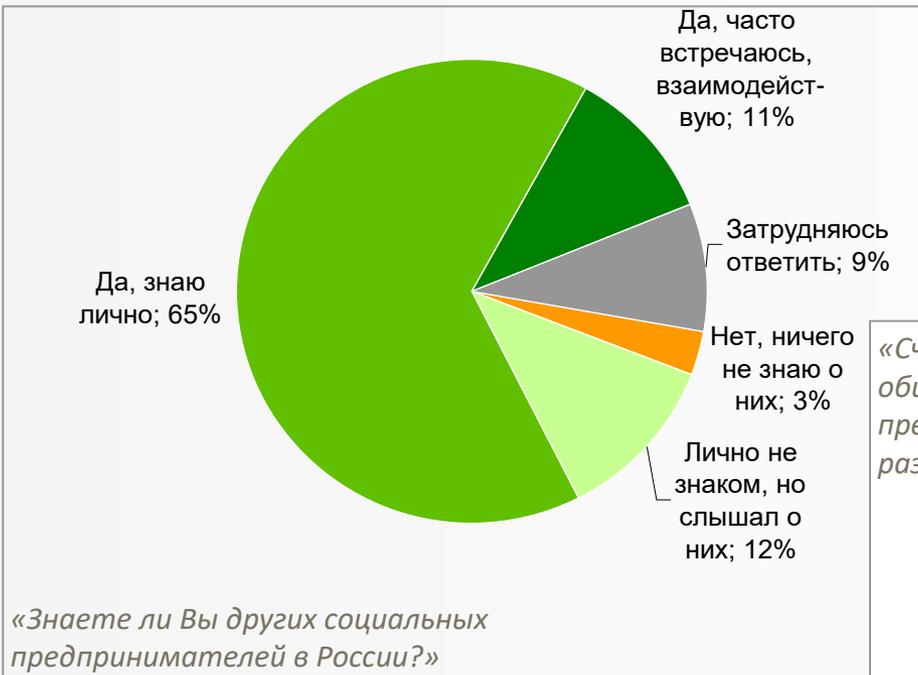
«До того, как Вы стали социальным предпринимателем, имели ли Вы какой-либо опыт общественно полезной деятельности (например, благотворительной и т.п.)?»

> Мотивация СП



«Что привело Вас лично (побудило, стало мотивом) к занятию социальным предпринимательством?»

> Сообщество СП

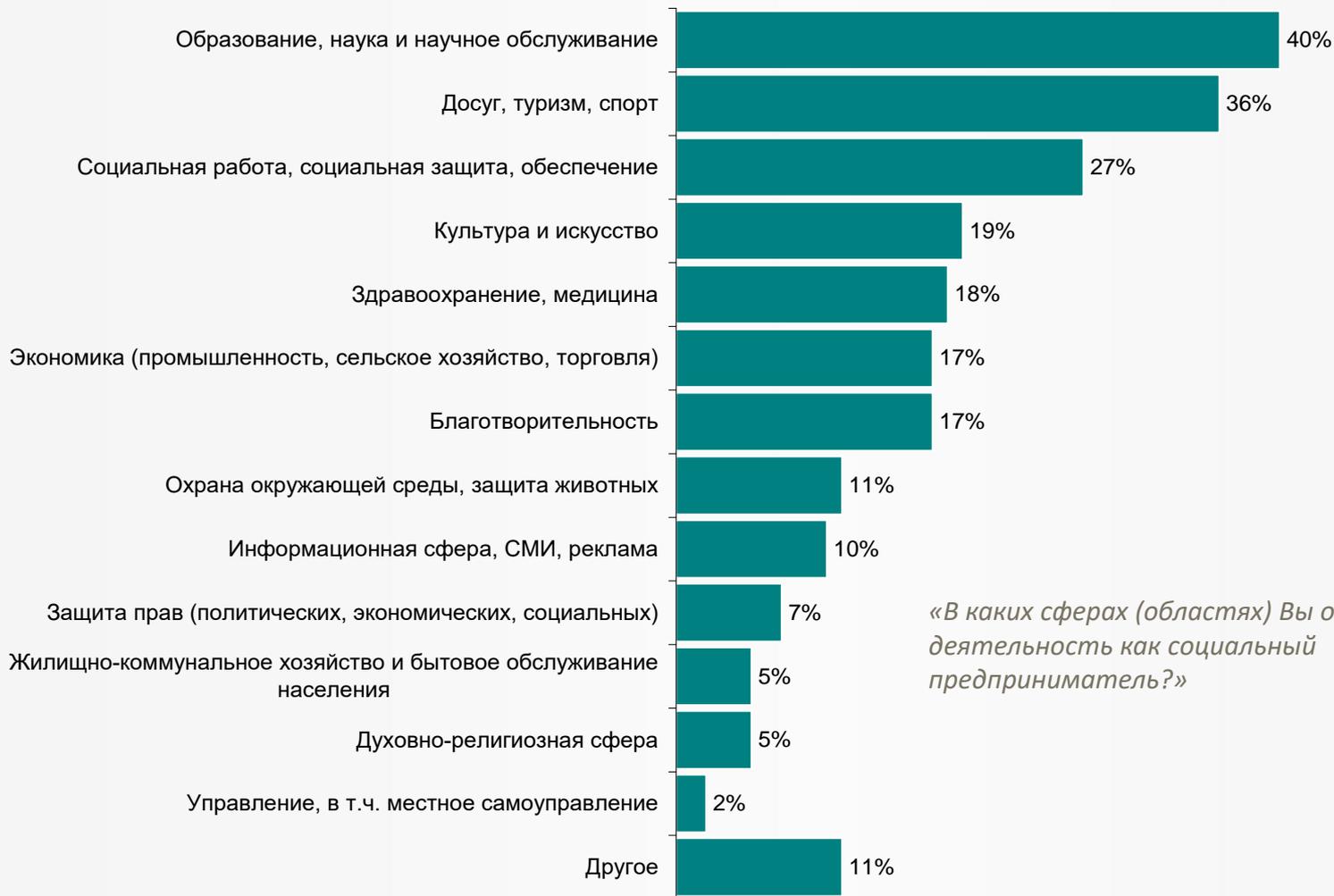


Целевые аудитории



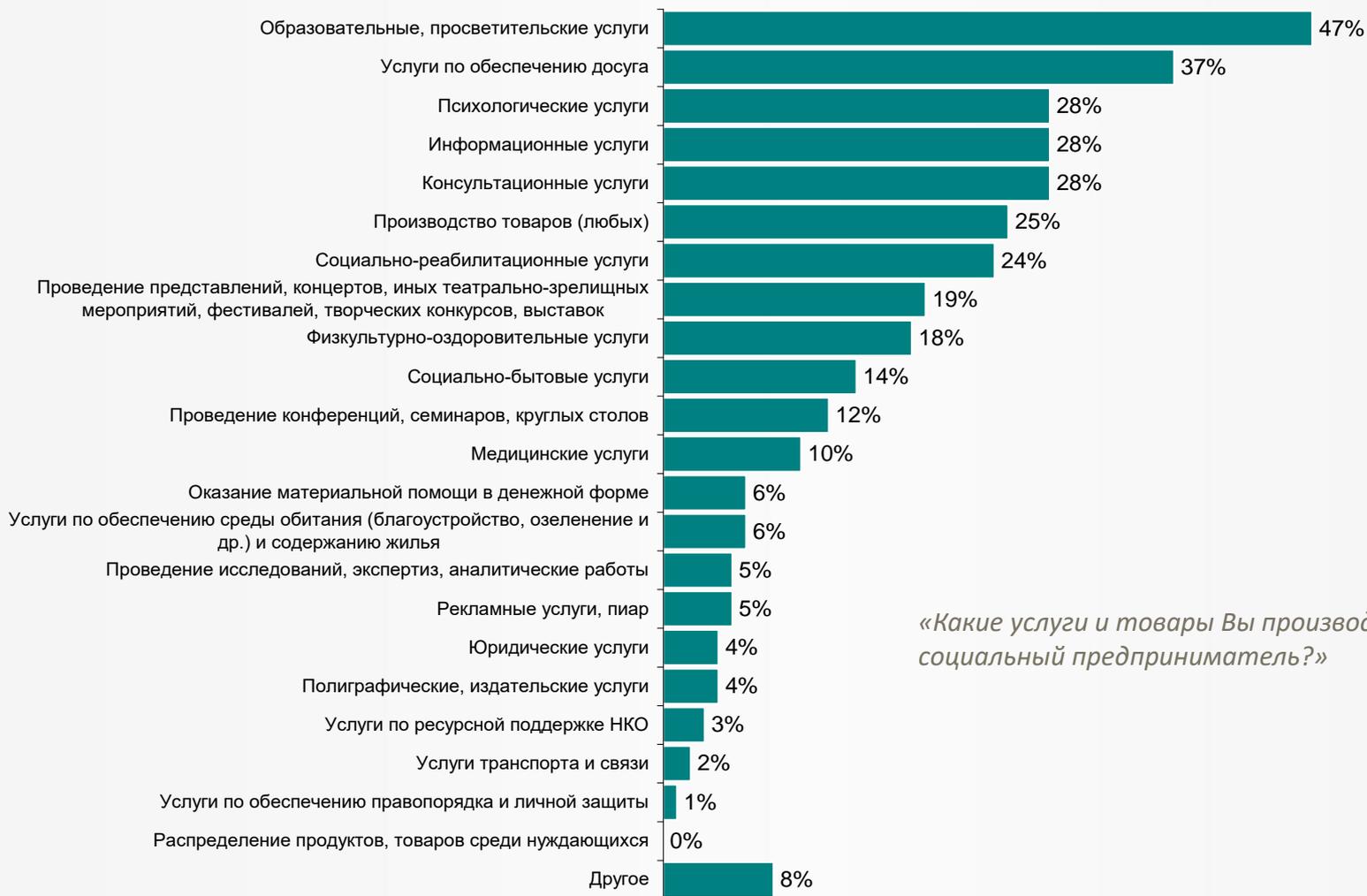
«На какие конкретные группы населения ориентирована Ваша деятельность как социального предпринимателя?»

> Сферы деятельности



«В каких сферах (областях) Вы осуществляете деятельность как социальный предприниматель?»

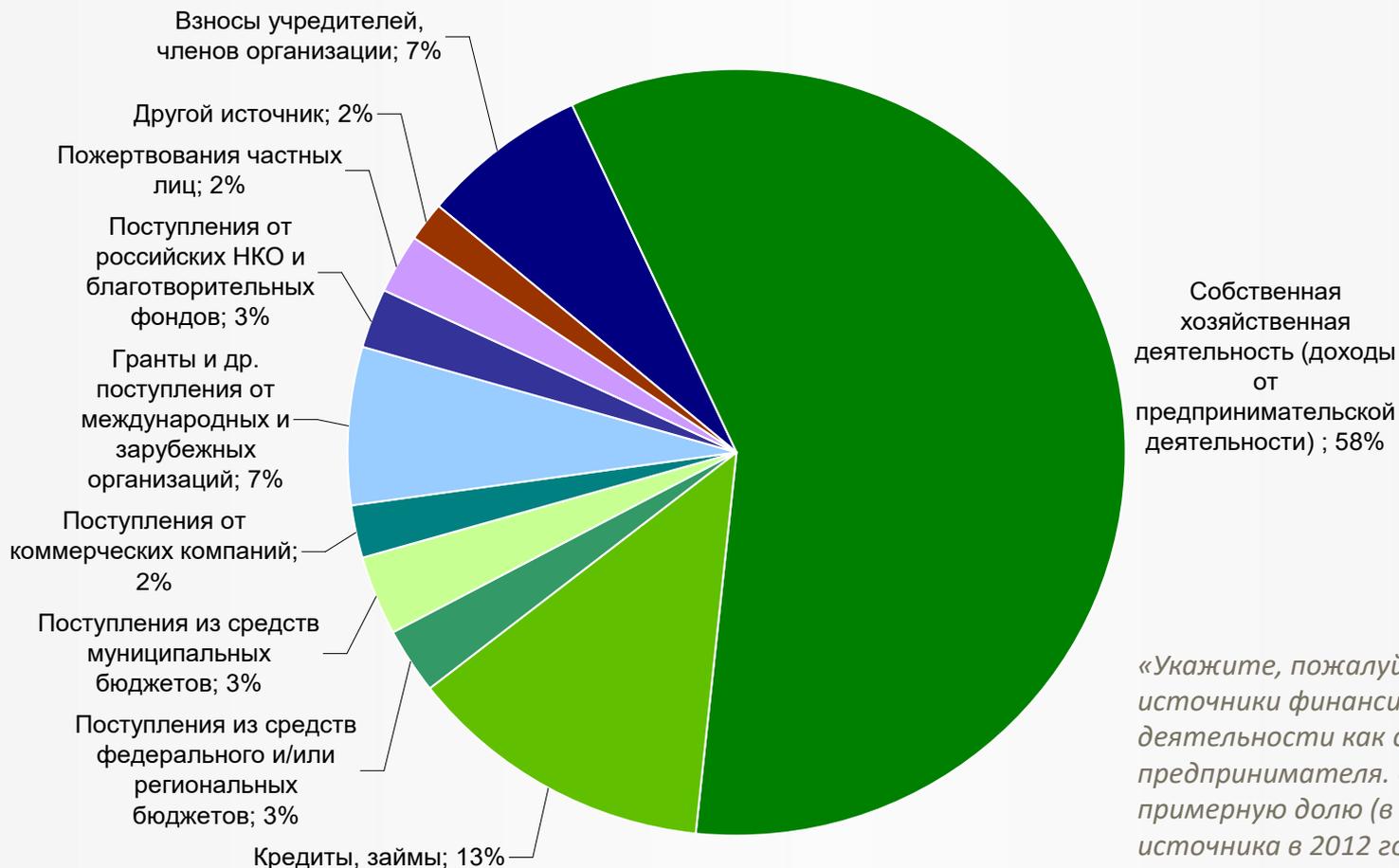
➤ Продукция



«Какие услуги и товары Вы производите как социальный предприниматель?»



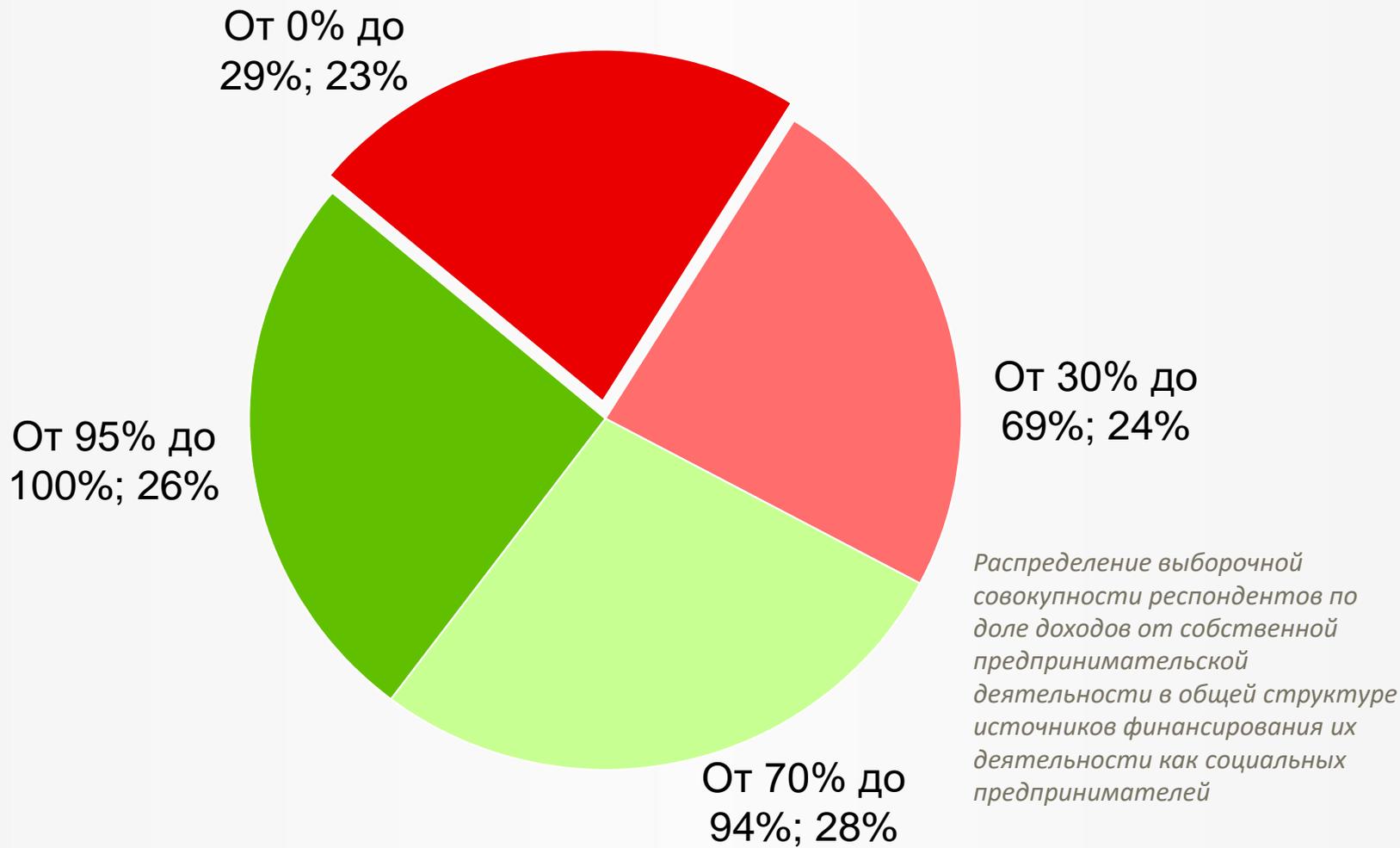
Источники финансирования



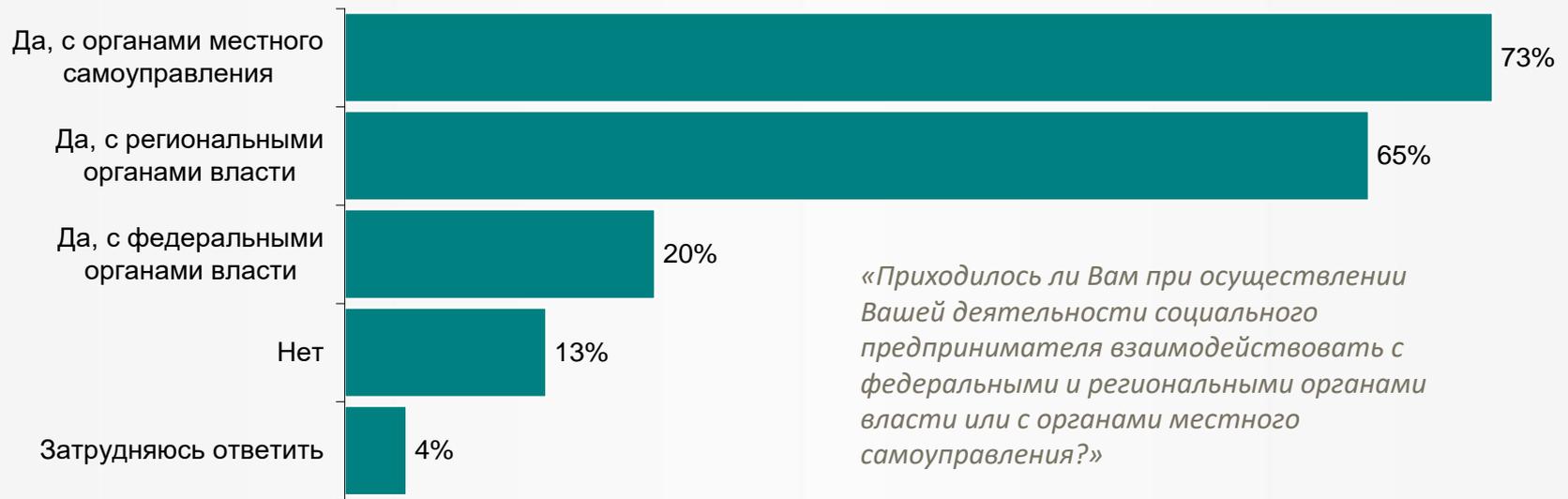
Собственная хозяйственная деятельность (доходы от предпринимательской деятельности) ; 58%

«Укажите, пожалуйста, главные источники финансирования Вашей деятельности как социального предпринимателя. Отметьте примерную долю (в %) каждого источника в 2012 году»

> Собственная хозяйственная деятельность



> Взаимодействие с органами власти и МСУ

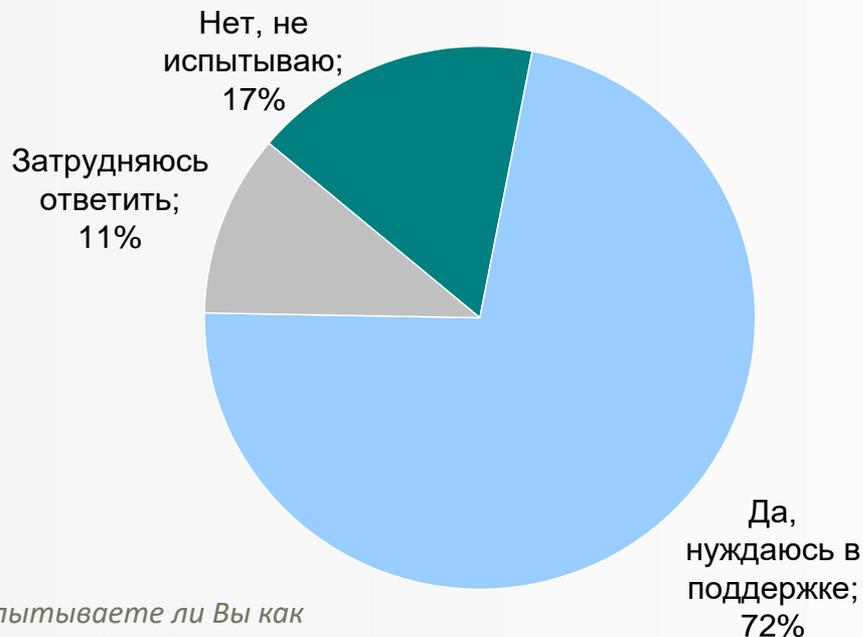


> Предметы взаимодействия с органами власти и МСУ



«Ниже представлены некоторые возможные поводы для коммуникации с органами власти и МСУ при осуществлении деятельности СП. В чем из перечисленного Вам как социальному предпринимателю приходилось принимать участие?»

> Потребность в поддержке



«Испытываете ли Вы как социальный предприниматель потребность в поддержке Вашей деятельности со стороны государственных органов или органов МСУ?»

Формы поддержки со стороны органов государственной власти и МСУ	%
Финансовая (льготы, субсидии)	47%
Ресурсная (аренда помещений, рекламные площади)	22%
Административная (диалог, правовое регулирование, устранение препятствий)	20%
Информационная (обучение, консультации)	14%
Оптимизация организации госзаказа, конкурсов	10%
Не нуждаюсь в поддержке	28%
Затрудняюсь ответить	5%

> Краткие выводы (2)

1. Особенности мотивации предпринимательской деятельности социальных предпринимателей:

- распространенность «альтруистических» мотивов, таких как *достижение общественно значимых целей, желание быть полезным обществу, изменить мир к лучшему* и т.п.,
- *потребность в самореализации и личностном росте,*
- традиционный мотив ведения бизнеса - *повышение собственного материального благосостояния* - отходит у СП на второй план.

2. По признанию участников опроса, СП нуждается в поддержке со стороны органов власти и МСУ. В первую очередь, *речь идет о финансовой поддержке в виде льготного налогообложения и кредитования, льготных тарифов на оплату коммунальных услуг и аренду помещений, а также прямого субсидирования.* Т.е. СП как явление в России сегодня находится в стадии становления.

3. Лишь около половины СП осуществляют выполнение своей социальной миссии на средства, полностью или в значительной мере заработанные ими в процессе собственной предпринимательской деятельности.

4. Основные целевые группы СП – *дети, молодежь, семья, малообеспеченные, больные, пожилые граждане.* Наиболее распространенные сферы деятельности: *образование и наука; досуг, спорт, туризм; социальная защита.*

5. Большинство респондентов видят **потребность в создании общественной организации** (ассоциации, союза и т.п.) для защиты общих интересов и прав СП.



Представления о социальном предпринимательстве

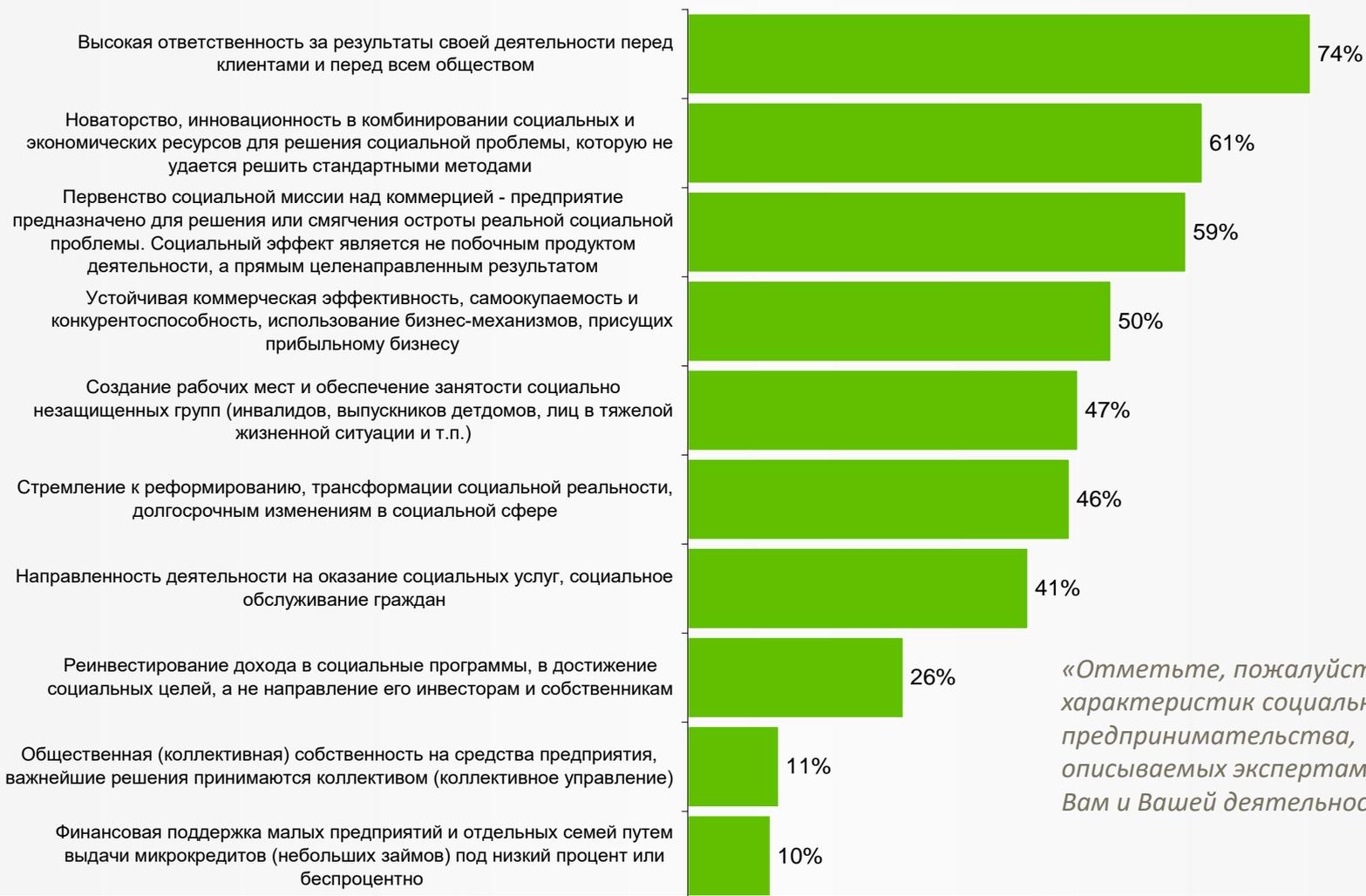
Результаты опроса

> Признаки СП



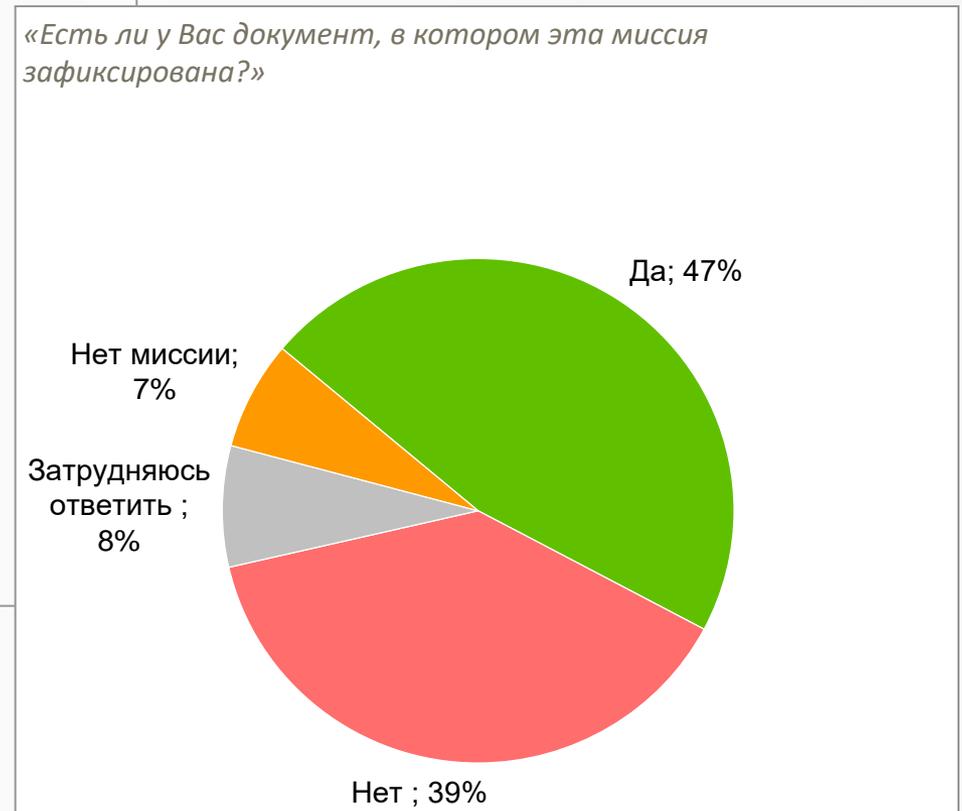
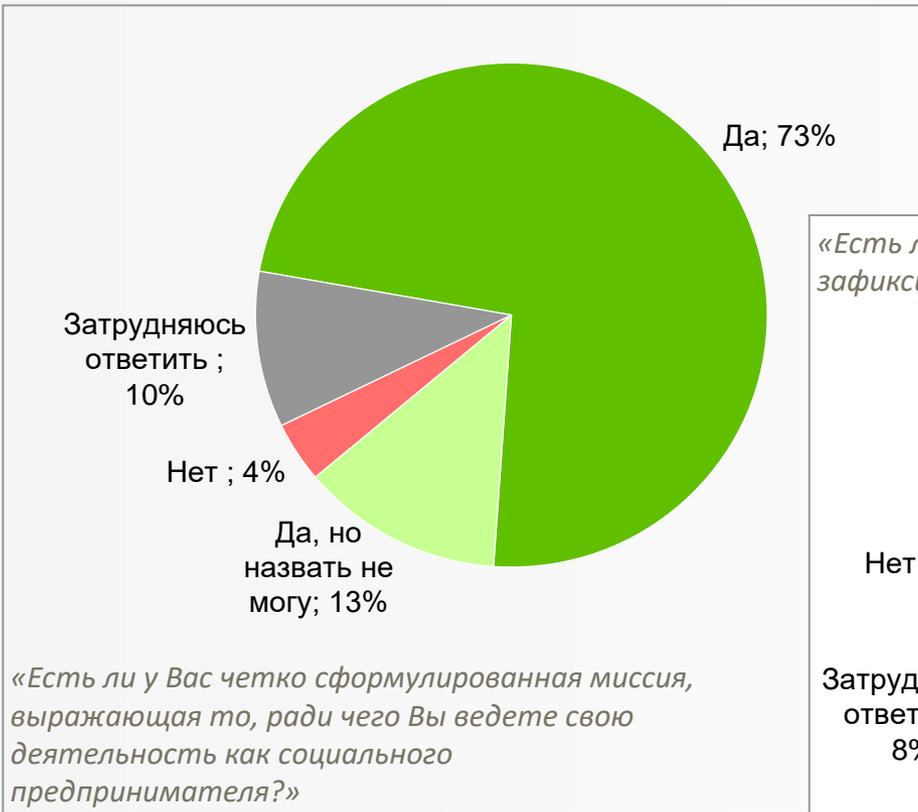
«Выберите, пожалуйста, три наиболее важных и три наименее важных, с Вашей точки зрения, признака социального предпринимательства»

» Самоидентификация СП



«Отметьте, пожалуйста, какие из характеристик социального предпринимательства, описываемых экспертами, присущи Вам и Вашей деятельности»

Миссия СП (1)



> Миссия СП (2)

Результаты группировки ответов на открытый вопрос

Миссия	%
Помощь социально незащищенным группам (сиротам, инвалидам, престарелым, малоимущим)	17%
Воспитание детей и укрепление семьи	16%
Развитие личности, образование	14%
Охрана здоровья (спорт, здравоохранение, экология, здоровый образ жизни)	13%
Позитивные изменения в социальной реальности, гражданское общество, профилактика негативных социальных явлений	10%
Организация развивающего, познавательного досуга, в т.ч. для социально незащищенных групп (творчество, туризм, экотуризм)	9%
Создание рабочих мест, в том числе для инвалидов	7%
Патриотизм, историко-культурное развитие	3%
Другое	3%
Нет миссии или ее невозможно назвать, затрудняюсь ответить	28%

> Краткие выводы (3)

1. Участники опроса демонстрируют **адекватное понимание смысла социального предпринимательства**. Главные признаки СП, по мнению респондентов: *первенство социальной миссии над коммерцией, новаторство и инновационность, экономическая эффективность и социальная ответственность*. При этом респонденты свою собственную социально предпринимательскую деятельность наделяют теми же самыми свойствами (отличительными чертами), которые они считают наиболее важными признаками СП, т.н. идентифицируют себя с социальным предпринимательством.
2. У части респондентов все же существует искаженное представление о СП скорее как о сугубо благотворительной деятельности (в частности, благотворительной деятельности предпринимателей).
3. **Большинство участников опроса имеют четко сформулированную миссию**, отражающую цель их социально предпринимательской деятельности, у половины из них миссия закреплена документально.
4. **Самыми распространенными** являются миссии деятельности СП, связанные с *оказанием поддержки социально незащищенным группам, а также с воспитанием детей и укреплением семьи*.

Благодарим за внимание!
Исследовательская группа ЦИРКОН

www.zircon.ru,

e-mail: info@zircon.ru

Skype: zircon.r.g.

8(495)621-34-15, 628-51-67

