

Социальные предприниматели России: штрихи к портрету

Пресс-релиз №1, 28.06.2018

Настоящий пресс-релиз представляет некоторые предварительные результаты исследования **«Социальный предприниматель РФ: автопортрет-2018»**, посвященного изучению мотивации и ценностей современного российского социального предпринимателя, а также определению набора типовых самохарактеристик социальных предпринимателей. Методической основой исследования являлся опрос представителей малого и микро-бизнеса, участвовавших в различных программах и мероприятиях по развитию социального предпринимательства (объем выборки – 148 человек, из них около 90% отнесли себя в той или иной степени к социальным предпринимателям).

Исследование инициировано и проведено в течение мая-июня 2018 г. сборным коллективом сотрудников Исследовательской группы **ЦИРКОН**, компании **«Social Business Group»** и студентов факультета социальных наук **НИУ ВШЭ**. Анализ данных осуществляется при финансовой поддержке **Фонда «Наше будущее»** и **Рыбаков Фонда**. Авторы исследования выражают искреннюю благодарность за содействие в проведении опроса и привлечении респондентов Фонд «Наше будущее», Рыбаков-Фонд, Ассоциацию социальных предпринимателей Санкт-Петербурга, компании «Норникель» и «Русал», Агентство стратегических инициатив, Центр «Импакт Хаб», Центр социальных инициатив (Кострома) и других коллег и партнеров.

Представления социальных предпринимателей о смысле и миссии их бизнеса

Одним из ключевых признаков становления и развития в России социального предпринимательства является соответствующее самовосприятие (самоидентификация) предпринимателей, которых относят к этой категории, а также их понимание сути этого еще недавно нового для страны явления.

Традиционно в качестве обязательных признаков социального предпринимательства рассматриваются три выполняемых одновременно условия - *приоритет социальной миссии, экономическая эффективность и инновационность деятельности*. Результаты опроса демонстрируют адекватное понимание респондентами смысла социального предпринимательства: к числу наиболее важных признаков социального предпринимательства они наиболее часто относят 5 следующих признаков (см. рис. 1):

- *первенство социальной миссии над коммерцией,*
- *стремление к реформированию социальной реальности, долгосрочным изменениям в социальной сфере,*
- *высокая ответственность за результаты своей деятельности перед клиентами и перед всем обществом.*
- *устойчивая коммерческая эффективность, самокупаемость и конкурентоспособность,*
- *новаторство, инновационность в комбинировании социальных и экономических ресурсов для решения социальной проблемы.*

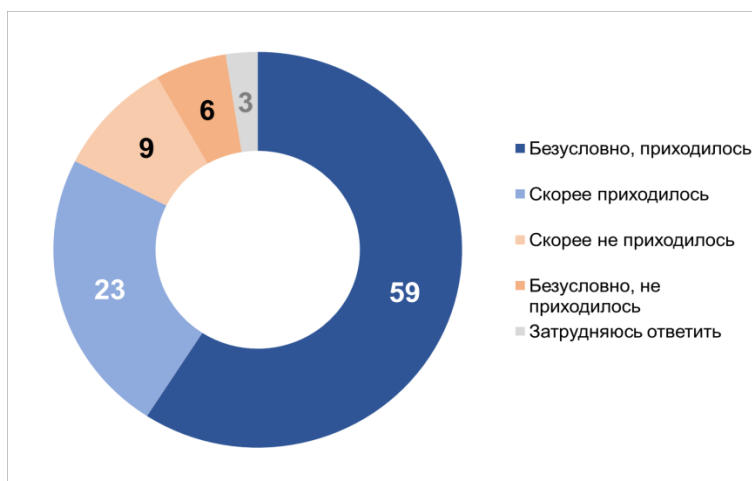
Рисунок 1. Если говорить о Вашем предприятии (предприятиях), Вам приходилось в последние несколько лет...



Социальная ответственность

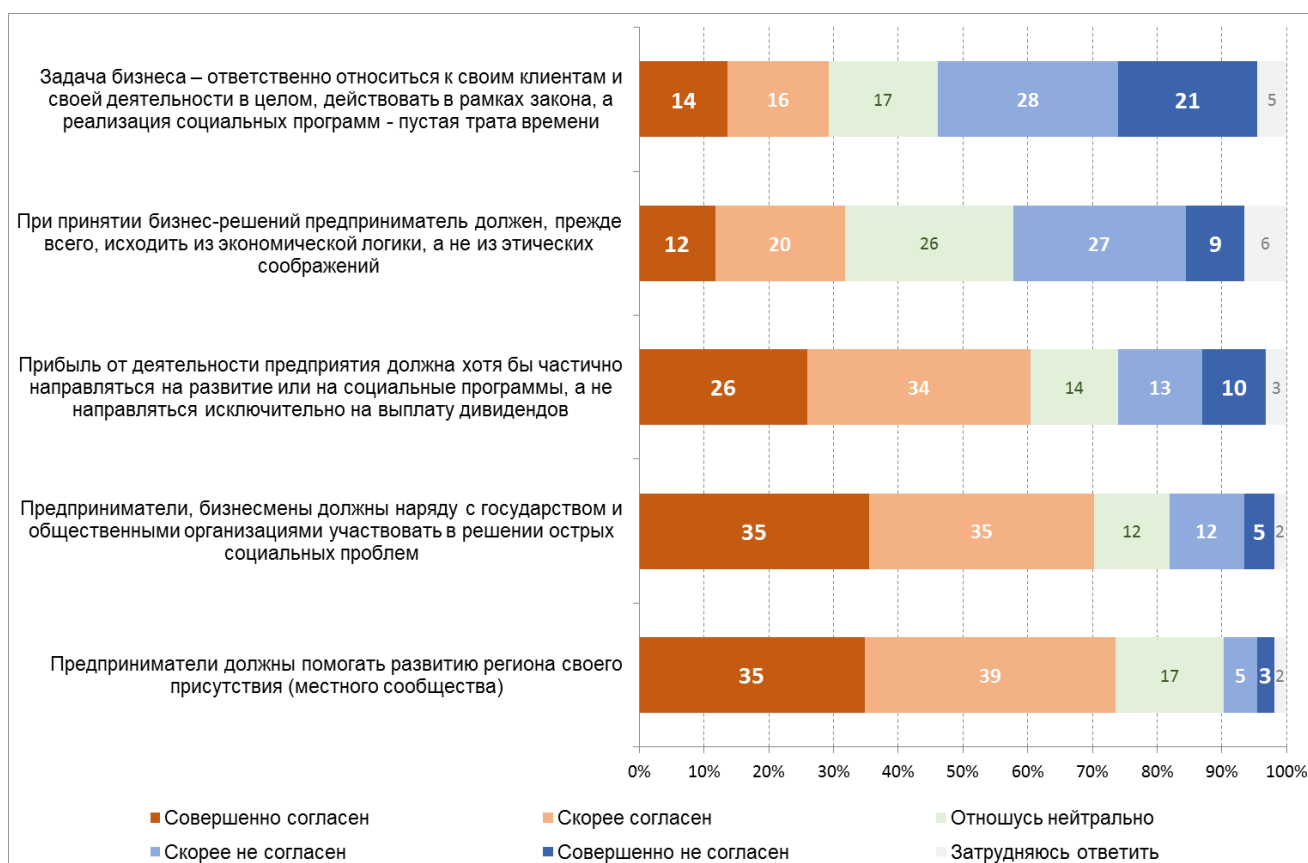
В целом само понятие *социальной ответственности* весьма близко социальным предпринимателям, принявшим участие в опросе. Подавляющему большинству из них, по их собственному признанию, так или иначе, приходилось по собственной инициативе совершать какие-либо действия, связанные с благотворительностью и оказанием помощи другим людям (см. рис.2).

Рисунок 2. Если не говорить о семье и ближайших родственниках, за последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью?



Участники опроса продемонстрировали довольно высокий уровень *социальной ответственности*. У респондентов зафиксировано особое понимание предназначения бизнеса – не только как источника получения прибыли. Большинство из них понимают, что бизнес наряду с государством должен нести ответственность на решение острых социальных проблем, многие из них поддержали активную роль делового сообщества в развитии своего региона, согласились с необходимостью направлять часть прибыли на социальные нужды. При этом весьма значимая часть социальных предпринимателей не поддерживает мнение, что реализация социальных программ – пустая трата времени, недостойная внимания бизнесменов (см. рис. 3).

Рисунок 3. Оцените степень своего согласия с каждым из представленных суждений?

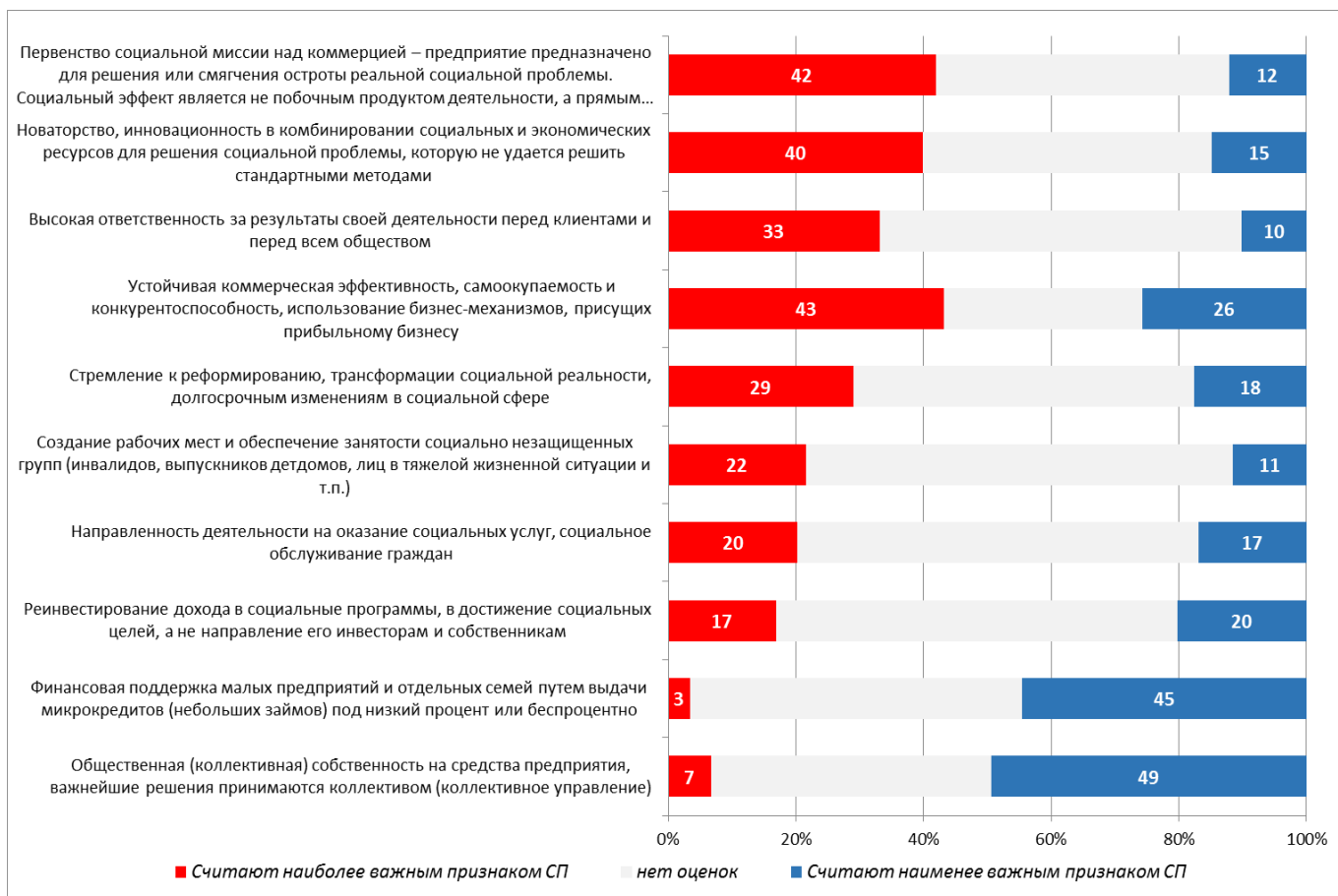


Практика ведения социально-ориентированного бизнеса

Показателями довольно высокой активности социальных предпринимателей в решении социальных проблем являются их действия и мероприятия, реализуемые в рамках функционирования собственных предприятий. Согласно данным опроса, наиболее распространенными направлениями реальной социально-ориентированной деятельности являются (см. рис. 4):

- направление части прибыли на решение социальных проблем,
- использование нематериальных, ценностных стимулов наряду с материальными при мотивировании сотрудников,
- реализация социальных программ по развитию местного сообщества,
- предоставление льгот и дополнительных услуг нуждающимся категориям населения,
- благотворительность.

Рисунок 4. Оцените степень своего согласия с каждым из представленных суждений...



Предварительные данные опроса свидетельствуют, что социальное предпринимательство как явление, хотя и не является широко распространенным, но все же становится более понятным и принятым в бизнес-среде. Оценивая результаты исследования, можно видеть, что на сегодняшний день понимание сути и смысла социального предпринимательства, его специфических особенностей, отличий от «обычного», «традиционного» бизнеса стало в среде социальных предпринимателей более отчетливым. По сравнению с данными, полученными в ходе аналогичного исследования группы ЦИРКОН 2013 года (http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf), самоидентификация, восприятие себя именно как «социального предпринимателя» стало более осозанным.

Полный аналитический отчет по исследованию мотивации и ценностей современных российских предпринимателей предполагается подготовить и опубликовать во второй половине июля 2018 года. Следите за нашими новостями!