



СОЦИАЛ  
БИЗНЕС  
ГРУПП

И.В. Задорин, И.А. Климов, И.Д. Литвин  
А.А. Московская, А.В. Пахомов, А.В. Ушаков  
Л.В. Шубина



ЦИРКОН

# Социальный предприниматель – 2018 Автопортрет



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ



При поддержке Фонда «Наше будущее» и Рыбаков Фонда



Рыбаков фонд





-  Опрос представителей малого и микро-бизнеса, участвовавших в различных программах и мероприятиях по развитию социального предпринимательства. Объем выборки – 155 человек.
-  Исследование инициировано и проведено в течение мая-июня 2018 г. сборным коллективом сотрудников Исследовательской группы ЦИРКОН, компании «Social Business Group», студентов факультета социальных наук НИУ ВШЭ и Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ.




- ❖ Цель исследования – продолжить определение типовых (отличающих) характеристик субъектов социального предпринимательства, особых свойств и аспектов этого гибридного вида бизнеса.
- ❖ Кроме того, ставилась задача сопоставить данные с материалами, полученными в рамках исследования ЦИРКОН 5-летней давности и таким образом заложить основы мониторинга нашей целевой группы.
- ❖ Также в задачи исследования входило сравнение некоторых характеристик (качеств) социальных предпринимателей с аналогичными характеристиками всего населения России. В данном случае это касалось базовых жизненных ценностей.

## Социально-демографические характеристики

	%
<b>Пол</b>	
Мужской	46,5
Женский	53,5
<b>Возраст</b>	
младше 30 лет	10
30-39 лет	36
40-49 лет	33
50 лет и старше	21
<b>Образование</b>	
Среднее и среднее профессиональное	11
Незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)	10
Высшее (диплом инженера, специалиста, бакалавра, магистра и т.п.)	42,5
Второе (третье и т.п.) высшее образование, аспирантура, бизнес образование	34,5
Нет ответа	2

**В какой организационно-правовой форме Вы реализуете свою предпринимательскую деятельность (по всем имеющимся предприятиям)?**

	%
Коммерческое предприятие (ОАО, ЗАО, ООО)	30,5
Некоммерческая организация (в любой форме: общественная организация, движение, фонд, некоммерческое партнерство, АНО и т.д.)	34,0
Индивидуальный предприниматель	57,5

-  По итогам анализа можно утверждать, что примерно 12-15 респондентов (до 10% общей выборки) не являются на текущий момент в строгом смысле представителями сообщества социальных предпринимателей. На прямой вопрос о самоидентификации «*Считаете ли Вы себя сейчас социальным предпринимателем?*» 12% ответили отрицательно.

# Мотивация к созданию СП

Рисунок 1.1. Как каждый из этих мотивов повлиял на Ваше личное решение о создании Вашего предприятия?<sup>9</sup>

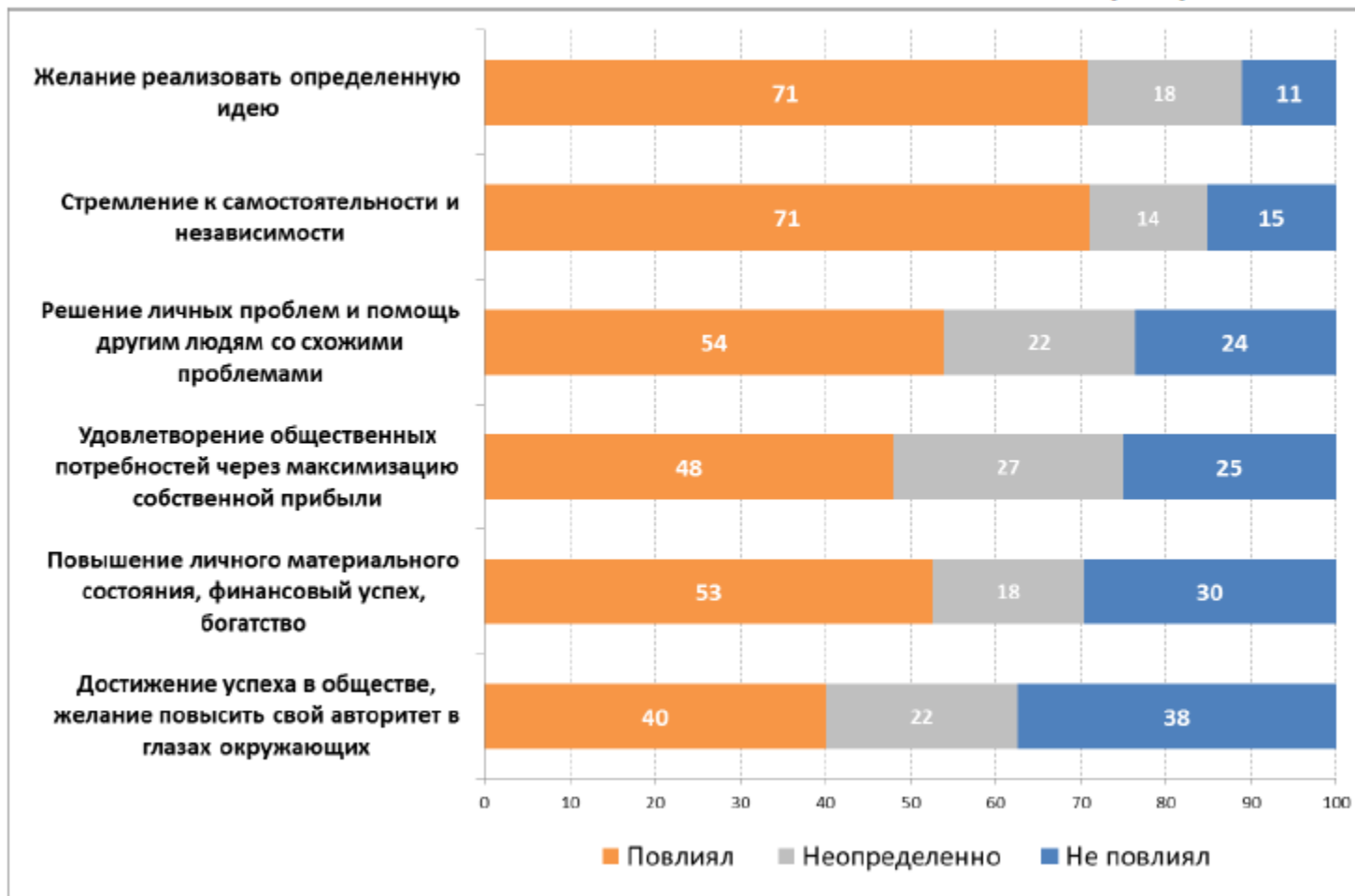
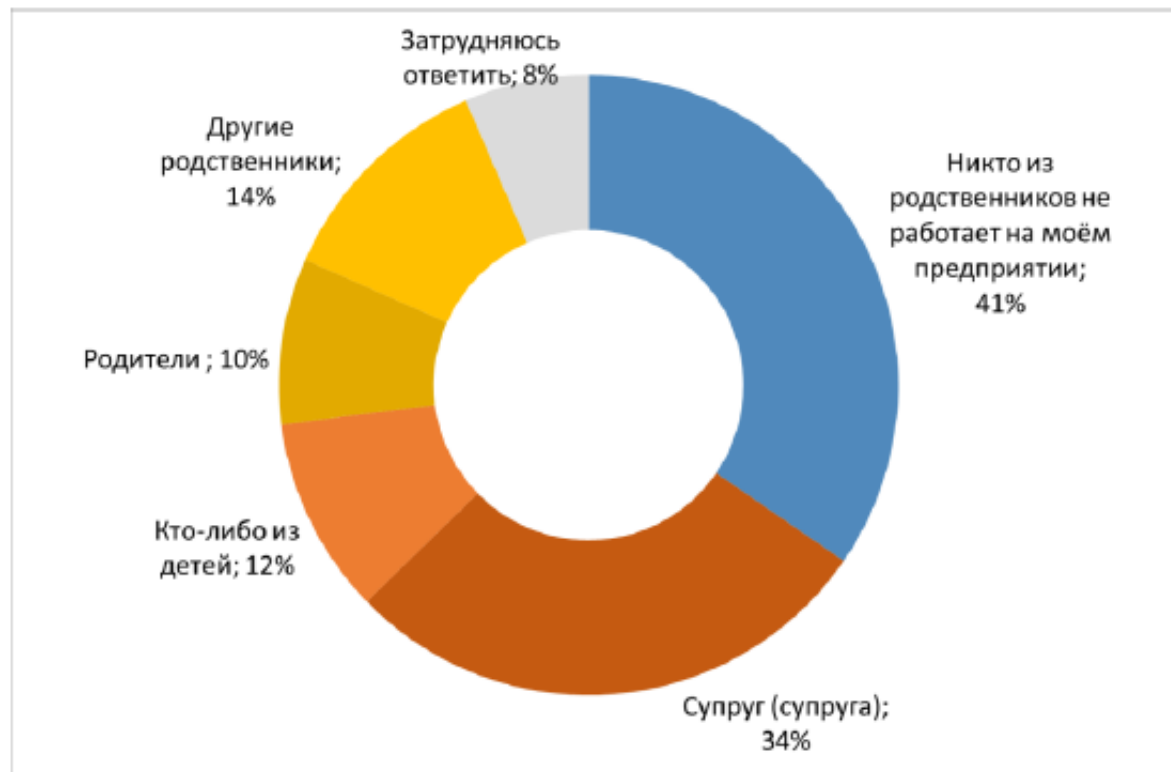


Рисунок 1.2-2. «Работает ли кто-нибудь из членов Вашей семьи или родственников на Вашем предприятии (предприятиях)?»



**Рисунок 1.3.-1. Вопрос: «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?»**

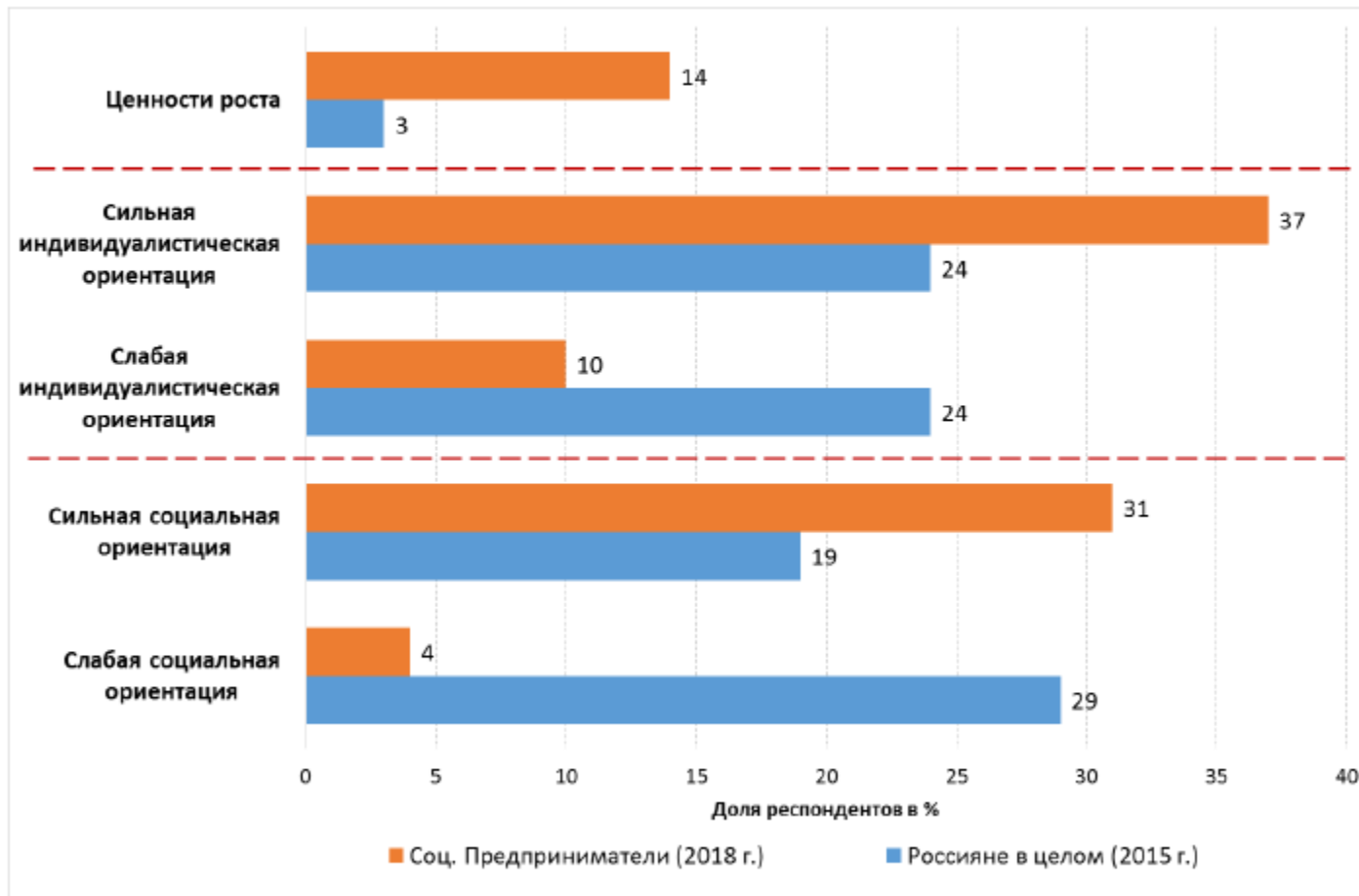









Таблица 1.3.-2. Люди в разной степени чувствуют ответственность за то, что происходит вокруг них в сегодняшней жизни. В какой мере Вы чувствуете ответственность за то, что происходит...? (% от всей выборки)

	<i>Чувствую в полной или значительной мере....</i>		
	2018 г.	2013 г.	2016 г. Россия в целом (Л-Ц)
... в вашей семье	95	100	93
... у вас на работе	93	97	46
... у вас в доме, во дворе, где вы живете	65	64	47
... в вашем городе/районе	51	55	18
... в нашей стране	42	42	11

Рисунок 2.2. Базовые ценности социальных предпринимателей в сравнении с россиянами в целом (% от числа опрошенных)



## Какие признаки СП считают наиболее важными

-  - *первенство социальной миссии над коммерцией (40%),*
-  - *устойчивая коммерческая эффективность, самокупаемость и конкурентоспособность (41%),*
-  - *новаторство, инновационность в комбинировании социальных и экономических ресурсов для решения социальной проблемы (38%).*
-  - *стремление к реформированию социальной реальности, долгосрочным изменениям в социальной сфере (28%),*
-  - *высокая ответственность за результаты своей деятельности перед клиентами и перед всем обществом (32%).*



## **Исследовательская группа ЦИРКОН**

109028, Москва, ул. Солянка, д.3, стр.1, оф.14

[info@zircon.ru](mailto:info@zircon.ru)



## **Social Business Group**

111024, г. Москва, ул. Авиамоторная,

д. 55, корп. 31, оф.306

[info.sbg@yandex.ru](mailto:info.sbg@yandex.ru)

