



SOCIAL
BUSINESS
GROUP

Социальное предпринимательство в России: перспективы развития

Презентация по результатам исследования

2021 ■ Исследование выполнено при поддержке Фонда «Наше будущее»»

Дизайн исследования

Объект исследования – основные стейкхолдеры (главные действующие лица, организации, объединения), субъекты развития социального предпринимательства в России.

Предмет исследования – прогнозные оценки отдельных параметров развития социального предпринимательства в России на ближайшие 5 лет.

Цель исследования – получение и анализ экспертной информации для формирования сценарных прогнозов развития социального предпринимательства в России на ближайшие 5 лет до 2025 года («время упреждения»).

Задачи:

1. Провести **«картографирование»** текущей (исходной) ситуации социального предпринимательства в стране;
2. Определить круг наиболее **влиятельных субъектов (акторов)**, участвующих в развитии сферы социального предпринимательства;
3. Оценить **вероятность отдельных событий, решений, действий в сфере социального предпринимательства** в стране, а также в экосистеме СП;
4. Построить **возможные сценарии развития социального предпринимательства** как комплексы отдельных событий и действий, а также оценить вероятность их осуществления;
5. Обозначить **наиболее желательные условия развития СП**;

Методология исследования



Распределение экспертов по категориям

Представленное распределение является не строгим и используется, чтобы учесть всех экспертов, участвовавших в опросе.

Примерно половина экспертов (35 участников) представляла Москву, также присутствовали эксперты из Санкт-Петербурга, Орла, Абакана, Тобольска, Ханты-Мансийска, Благовещенска, Костромы, Череповца и других городов России.

№	Категория	Количество
1	Органы управления (государственные регуляторы)	2
2	Фонды, институты развития	25
3	Бизнес-организации (корпорации, банки и т.п.)	3
4	Наука и исследовательская индустрия (вузы, экспертное сообщество и т.п.)	21
5	Медиа	0
6	Социальные предприниматели (МСП)	9
7	Социальные предприниматели (НКО)	5
	Итого	65

Перспективы социального предпринимательства : неопределённость

Вопрос о перспективах СП в условиях экономического и социокультурного кризисов, сопровождающихся ростом социальной турбулентности и неопределенности образа будущего чрезвычайно актуален.

Основной вывод исследования - неопределенность и многовариантность перспектив развития СП, отсутствие общего (или хотя бы доминирующего) образа будущего СП в представлениях экспертов.

Различное понимание сущности социального предпринимательства

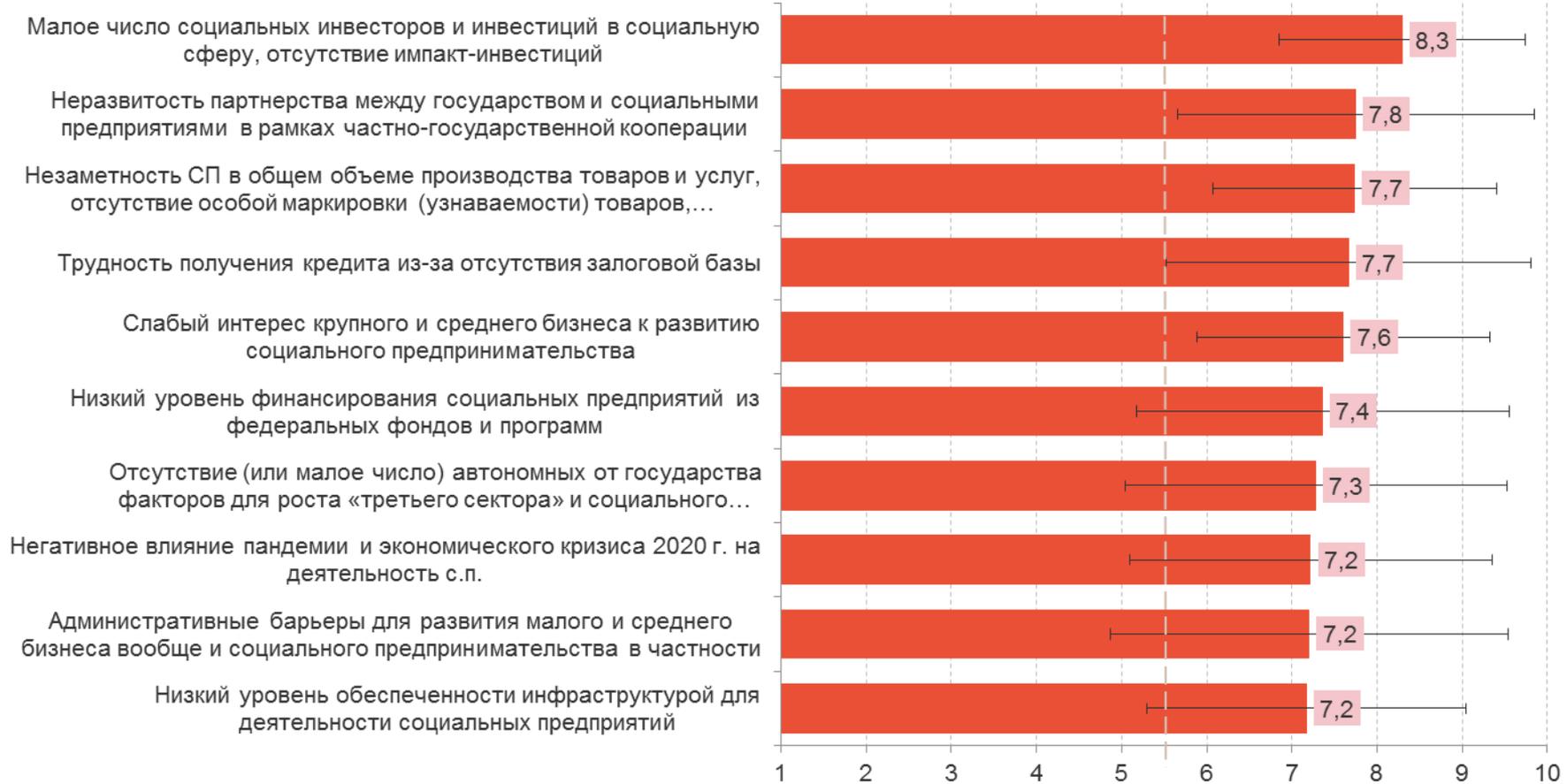
Есть основания полагать, что существенным вкладом в большую дисперсию (разброс) экспертных оценок вносит и неожиданно открывшееся различное понимание сущности социального предпринимательства разными участниками процесса.





Основные результаты и выводы

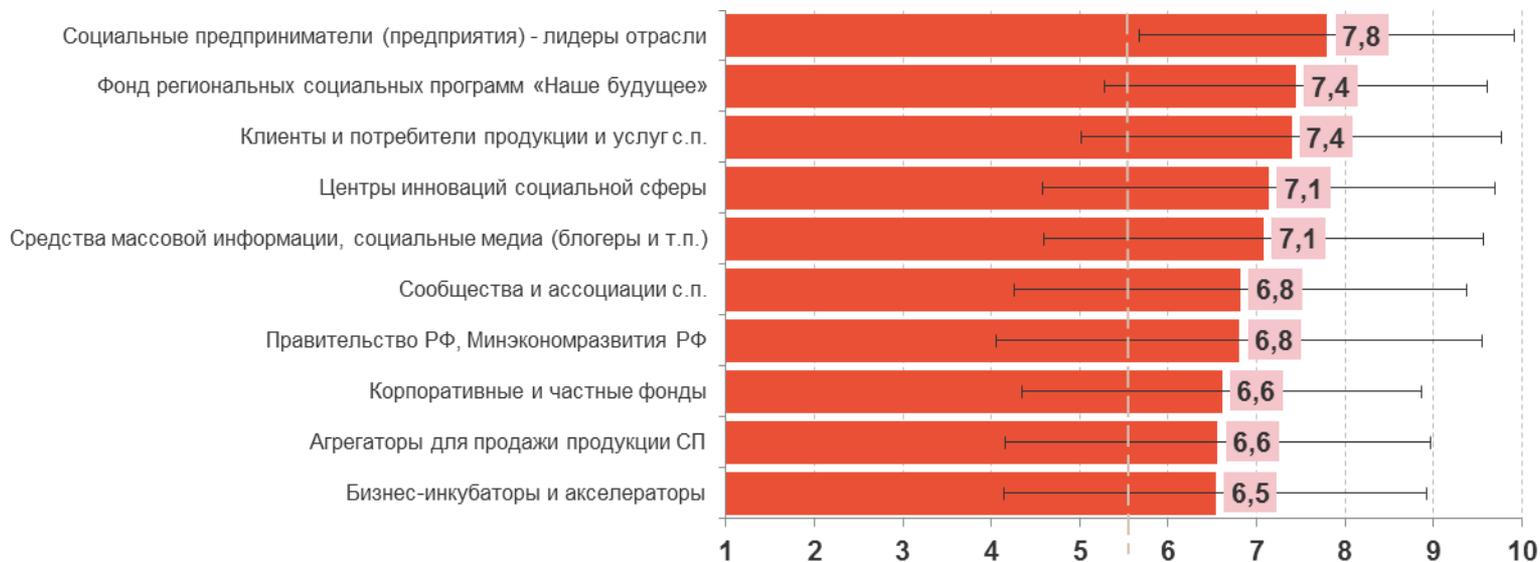
Основные субъекты влияния



Основные субъекты влияния

Развитие социального предпринимательства в России в настоящее время находится в существенной зависимости от внешних стейкхолдеров – государства, крупного бизнеса, частных фондов. До сегодняшнего дня СП не обрело своего собственного лица (понимаемых внешней аудиторией конкурентных различий от других видов бизнеса), своих собственных ресурсов развития, и, как следствие, своей собственной субъектности.

*«Оцените, пожалуйста, степень влияния на развитие социального предпринимательства в России в ближайшие годы (5 лет) перечисленных ниже субъектов»
Топ-10 ответов*



Ожидаемое будущее: основные тренды

- Эксперты с высокой вероятностью ожидают **ускоренную цифровизацию** разных секторов экономики и образа жизни граждан, а, следовательно, и цифровизацию многих производственных процессов социальных предприятий, **внедрение IT-технологий в филантропию** («филтех»).
- Довольно согласованно эксперты **низко оценили вероятность повышения предпринимательской активности россиян и их участия в СП**, а также **не ожидают крупных инвестиций бизнеса** в развитие социальных предприятий.
- От бизнес-корпораций эксперты в большей степени ожидают **консультационной и образовательной поддержки СП**, в том числе в виде акселерационных программ.
- Участники опроса со сравнительно большой вероятностью предполагают **корректировку законодательства о СП** как на региональном, так и на федеральном уровне.

Перспективные области и целевые аудитории социального предпринимательства

Редкое единство взглядов эксперты продемонстрировали лишь в вопросах про **наиболее перспективные в ближайшие годы области (отрасли) развития социального предпринимательства в России и целевые аудитории, в которых СП наиболее востребовано.**

Следуя логике Закона о СП, эксперты в качестве перспективных направлений деятельности социальных предпринимателей чаще всего называли *«образовательные услуги», «услуги детских садов и яслей», «хосписы, услуги сиделок и патронажных сестёр», «медицинские и оздоровительные услуги», «социально-бытовые услуги».*

При этом в качестве «благодарных» потребителей указанных услуг чаще всего назывались *«Лица с ограниченными возможностями здоровья, инвалиды», «Пенсионеры и люди предпенсионного возраста», «Одинокие родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов», «Дети, оставшиеся без попечения родителей, выпускники и воспитанники детских домов», «Многодетные семьи».*

Таким образом эксперты предполагают, что пока социальное предпринимательство будет развиваться скорее в логике **«бизнес-собеса».**

Перспективные области и целевые аудитории социального предпринимательства

«Где (в каких отраслях), как Вам кажется, социальное предпринимательство будет развиваться наиболее интенсивно?»

№	Области деятельности	Кол-во выборов
1	Образовательные услуги	41
2	Услуги детских садов и яслей	39
3	Хосписы, услуги сиделок и патронажных сестёр	36
4	Медицинские и оздоровительные услуги	34
5	Трудовая адаптация и трудоустройство	30
6	Социально-бытовые услуги	21
7	Экологическое предпринимательство	21
8	Производство сувенирной продукции, народные промыслы	20
9	Туризм и путешествия	15
10	Спортивные услуги, фитнес	12
11	Культурно-развлекательные услуги	11
12	Уборка и утилизация мусора	9
13	Просвещение	7
14	Психологическая помощь	7
15	Консалтинг (юридический, финансовый, технологический и др.)	4
16	Торговля	3
17	Поддержка общественных инициатив	2
18	Транспортные услуги	2
19	Журналистика и PR	1

«В каких целевых аудиториях оказание услуг социальными предприятиями в ближайшие 5 лет будет наиболее востребовано?»

№	Целевые аудитории	Кол-во выборов
1	Лица с ограниченными возможностями здоровья, инвалиды	60
2	Пенсионеры и люди предпенсионного возраста	48
3	Одиноким родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов	32
4	Дети, оставшиеся без попечения родителей, выпускники и воспитанники детских домов	32
5	Многодетные семьи	30
6	Социально-активные граждане, неформальные объединения городских активистов, волонтеры	21
7	Малоимущие граждане	19
8	Одаренные, талантливые дети и подростки	13
9	Лица без определенного места жительства и занятий	11
10	Артисты, художники, музыканты и другие творческие работники	8
11	ВИЧ-инфицированные и больные другими социально-значимыми болезнями	7
12	Трудовые мигранты из-за рубежа	7
13	Алкогользависимые и наркозависимые	7
14	Лица, освобожденные из мест лишения свободы	5
15	Спортсмены и спортсмены-пенсионеры	4
16	Беженцы и вынужденные переселенцы	4
17	Внутренние мигранты (переселенцы) из города в сельскую местность	4
18	Лица, пострадавшие при чрезвычайных ситуациях	3

Корректировка законодательства: наиболее актуальные вопросы

Эксперты предполагают, что корректировка законодательства должна определенно ответить на три ключевых вопроса-развилки:

- **о понимании социального предпринимательства** как активности по производству «социальных изменений», решению социальных проблем, достижению явного социального эффекта (СП-1) или активности по производству товаров и услуг в социальной сфере (СП-2);
- **о предоставлении или не предоставлении статуса СП социально-ориентированным НКО (СО НКО)**, фактически осуществляющим ту же деятельность, что и социальные предприятия в статусе МСП, и, как следствие, о возможности получения соответствующими НКО субсидий как субъектами СП (от этого зависит решение социального предпринимателя по существованию в одном или нескольких юридических лицах с разным организационно-правовым статусом);
- **об уровне органов власти, обладающих полномочиями** предоставления статуса социального предпринимателя и ведения реестра социальных предприятий – федеральный или региональный.

Необходимо отметить, что корректировка законодательства получила со стороны экспертов очень высокую оценку желательности (средний балл – 8,1 из 10, 2е место в рейтинге желательных действий и условий среди 27 предложенных).

Изменение в законе о СП как основной фактор формирования сценариев будущего

«Теперь оцените, пожалуйста, ВЕРОЯТНОСТЬ следующих ДЕЙСТВИЙ, перечисленных выше основных субъектов (акторов) развития социального предпринимательства в стране в ближайшие 5 лет. Шкала вероятности в процентах»



Возможная корректировка законодательства о СП является одним из основных факторов-развилек дальнейшего развития СП.

Нынешняя редакция Закона о СП фактически инициировала развитие отдельной ветви бизнеса в социальной сфере, ориентированной на поддержку малоимущих и социально ущемленных категорий населения («бизнес-собес»), и по оценкам многих экспертов не внесла ясность в идентификацию и институализацию явления, а на сегодняшний день только увеличила разнообразие субъектов, выступающих под именем социального предпринимательства, и таким образом усилила неопределенность и остроту дискуссий о будущем СП в России.

Причины текущей неопределённости

Неопределенность перспектив развития СП в России существенно связана с растущей **неопределенностью возможного поведения по отношению к СП главных драйверов процесса – государства и бизнеса**. Эти стейкхолдеры сами пересматривают свои стратегии активности в социальной сфере, и пока не ясно, какие из вариантов этих стратегий будут выбраны.

В этой связи на основе суждений экспертов в рамках заочного опроса и очных сессий можно сформулировать следующие ключевые вопросы- развилки:

- будет ли продолжаться последовательный уход государства из социальной сферы (в т.ч. здравоохранения и социального обеспечения) и передача соответствующих функций частному бизнесу и социально-ориентированным НКО, или этот процесс будет приостановлен (в т.ч. на основе анализа последствий пандемии covid-19).
- будет ли крупный бизнес относиться к социальной сфере скорее как сфере «корпоративной социальной ответственности» и «благотворительности», или он войдет в нее как полноправный участник и конкурент с соответствующими инвестициями и франшизами.

Понятно, что перспективы социального предпринимательства принципиально зависят от этих «выборов».

Контакты для связи

Игорь Задорин, руководитель ЦИРКОН

zadorin@zircon.ru

Анастасия Лаврентьевна, директор Social Business Group

alavrenteva.sbg@yandex.ru