



При поддержке
Фонда региональных социальных программ «Наше будущее»

ВОСПРИЯТИЕ НАСЕЛЕНИЕМ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

**Краткий аналитический отчет
по результатам всероссийского опроса населения**

**Исследовательская группа ЦИРКОН
2008**

Введение. Основные параметры исследования

Настоящий документ представляет краткий аналитический отчет по результатам всероссийского зондажа общественного мнения по теме «**Восприятие населением понятия «социальное предпринимательство»**», проведенного Исследовательской группой ЦИРКОН в июне 2008 г. в интересах Фонда региональных социальных программ «Наше будущее».

Объект исследования

Взрослое население Российской Федерации (от 18 лет и старше).

Предмет исследования

Параметры восприятия населением Российской Федерации понятия «социальное предпринимательство»:

- *информированность о социальном предпринимательстве;*
- *представление о социальных предпринимателях;*
- *представление о перспективах внедрения практики социального предпринимательства в России;*
- *представление о субъектах, ответственных за решение проблем в социальной сфере;*
- *отношение к инновациям в социальной сфере.*

Методика исследования

Методической основой исследования являлся выборочный опрос населения Российской Федерации по репрезентативной выборке. Опрос был реализован посредством включения блока из 3-х основных и 2-х дополнительных вопросов по теме исследования во всероссийский омнибус «Кварта-2».

Объем выборочной совокупности всероссийского омнибуса составил **1614** респондентов. Выборочная совокупность репрезентирует население РФ по параметрам пола, возраста, образования и типу населенного пункта.

Метод опроса – личное формализованное интервью по месту жительства.

Краткое резюме (основные выводы) исследования

1. Результаты опроса свидетельствуют о том, что **в обществе существует достаточно благоприятная атмосфера для принятия и одобрения такой новой практики, как социальное предпринимательство**. Каждый второй россиянин считает возможным его распространение в нашей стране; более половины опрошенных (58%) приветствуют распространение инновационных подходов в социальной сфере. Вместе с тем, некоторую проблему составляет то, что в общественном сознании ответственность за решение социальных проблем пока в основном возлагается на государство: лишь 8% респондентов согласны делегировать эти полномочия негосударственным структурам, и 27% считают, что они должны быть разделены между государственным и негосударственным секторами.

2. В связи с тем, что социальное предпринимательство только начинает развиваться в России, **информированность общества об этом явлении находится на низком уровне**: 70% опрошенных никогда раньше не слышали этого термина, 62% не смогли сформулировать никаких ассоциаций с данным словосочетанием. **Представления остальных респондентов демонстрируют широкий спектр смысловых коннотаций: к социальному предпринимательству относят и благотворительность, и бизнес, и деятельность социальных служб, и участие государства, и общественные организации**. При продвижении принципов социального предпринимательства необходимо учитывать эти – наполовину «стихийные», не подкрепленные практикой - ассоциации, чтобы разъяснять гражданам, *чем на самом деле является и чем не является социальное предпринимательство*.

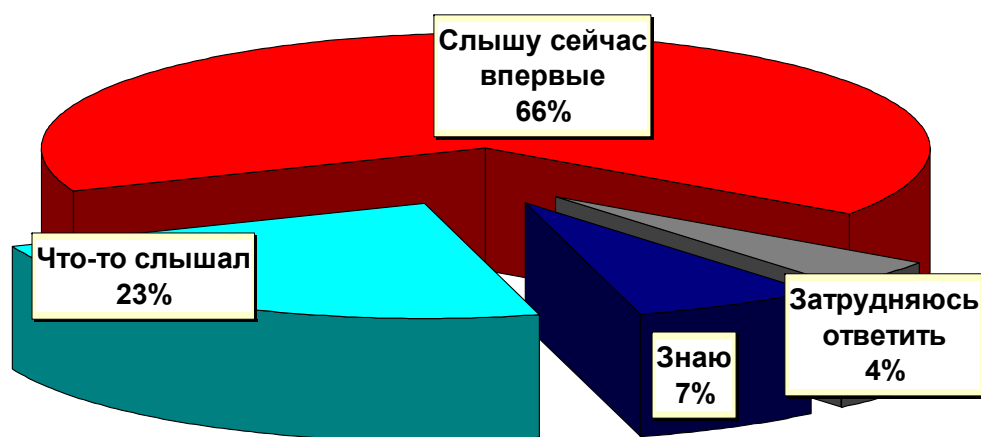
3. **Наиболее позитивное отношение к возможности распространения социального предпринимательства и более высокая информированность о нем характерны для более молодых, образованных и обеспеченных граждан, чаще проживающих в крупных, столичных городах**. По-видимому, именно эта категория населения более других готова оказать поддержку социальному предпринимательству, стать его «социальной базой».

1. Информированность о социальном предпринимательстве

Несмотря на то, что фактически социальное предпринимательство в России только зарождается как социальная практика, каждый третий респондент считает себя в той или иной степени информированным об этом явлении: 7% опрошенных заявили, что им известен термин «социальное предпринимательство», еще 23% «что-то слышали» о нем. Однако подавляющее большинство (70%) остается в неведении относительно данной темы, что, в общем-то, неудивительно. С учетом того, что уровень декларируемой информированности обычно превышает реальную осведомленность, можно предполагать, что на самом деле доля не информированных россиян еще выше.

Диаграмма 1-1. Информированность о социальном предпринимательстве (%)

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО-ЛИБО СЛЫШАЛИ ИЛИ СЛЫШИТЕ СЕЙЧАС
ВПЕРВЫЕ СЛОВСОЧЕТАНИЕ "СОЦИАЛЬНОЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО"?



Информированность о социальном предпринимательстве имеет выраженные социально-демографические особенности: она выше у молодежи, у лиц с высшим образованием, у более обеспеченных граждан, а также у жителей столичных городов и у тех, кто проживает в Центральном федеральном округе (см. таблицы 1-1 и 1-2).

Таблица 1-1. Информированность о социальном предпринимательстве в разных социальных группах (%)

«ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО-ЛИБО СЛЫШАЛИ ИЛИ СЛЫШИТЕ СЕЙЧАС ВПЕРВЫЕ СЛОВСОЧЕТАНИЕ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»?	ВСЕГО	Возраст					Образование			Оценка обеспеченности			
		18-24	25-34	35-44	45-59	60 и старше	Среднее и ниже	Среднее специальное	Высшее	Мы едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты.	На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения.	Денег хватает на продукты и на одежду, но покупка вещей длительного пользования является затруднительной.	Мы можем без труда приобрести вещи длительного пользования, но для нас затруднительно приобрести действительно дорогие вещи.
Знаю	7	10	10	7	6	4	6	6	10	6	4	7	8
Что-то слышал	23	28	23	22	25	18	19	23	29	19	19	22	29
Слышу сейчас впервые	66	58	63	67	65	76	72	68	55	72	74	66	57
Затрудняюсь ответить	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	3	4	6

Таблица 1-2. Информированность о социальном предпринимательстве в зависимости от места проживания (%)

«ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО-ЛИБО СЛЫШАЛИ ИЛИ СЛЫШИТЕ СЕЙЧАС ВПЕРВЫЕ СЛОВСОЧЕТАНИЕ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»?	ВСЕГО	Статус населенного пункта				Федеральный округ						
		Столичный город	Областной центр	Районный центр, малый город, поселок городского типа	Сельский населенный пункт	Центральный	Северо-Западный	Южный	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Знаю	7	8	8	8	4	8	10	5	5	4	8	7
Что-то слышал	23	37	20	22	22	28	25	20	20	20	23	22
Слышу сейчас впервые	66	52	66	65	72	60	62	72	72	67	65	59
Затрудняюсь ответить	4	3	6	5	2	4	3	3	2	9	4	12

2. Представление россиян о социальном предпринимательстве

Вследствие общей слабой информированности о социальном предпринимательстве большинство респондентов (62%) не имеет никаких представлений о том, что это такое. Остальные попытались сформулировать, с чем у них ассоциируется данное понятие. При этом многие респонденты не были уверены в правильности своего понимания, высказывали гипотезы, опираясь на смысл слов «социальное» и «предпринимательство».

По итогам опроса можно сделать вывод, что население ассоциирует социальное предпринимательство с целым рядом коннотаций – это и благотворительные виды деятельности, и разные сферы и типы бизнеса, и государство, и социальные службы – и такой широкий спектр ассоциаций также подтверждает неопределенность, несформированность этого понятия в общественном сознании.

Наиболее часто встречались представления, отражающие скорее понятие «социально ответственного бизнеса» – бизнес, занимающийся благотворительностью или инвестициями в социальную сферу. Некоторые респонденты определяли термин «социальное предпринимательство» через конкретные примеры – чаще всего, в качестве таких примеров приводились создание рабочих мест для малоимущих, инвалидов, а также выпуск продукции по льготным ценам. В представлении ряда граждан понятие «социальное предпринимательство» включает участие бизнеса, социальную направленность и обязательную государственную поддержку (СП – это «когда предприниматель торгует социально значимыми объектами, а государство затем все затраты компенсирует», «правительство открывает некоммерческие предприятия и финансирует начальный капитал»). Только абсолютное меньшинство опрошенных ассоциирует термин «социальное предпринимательство» с деятельностью общественных организаций («организации общественные зарабатывают деньги для решения социальных проблем, помогают людям»).

В основном понятию приписывался нейтральный или позитивный характер, но отдельные граждане воспринимают его негативно (как очередной «способ наживы»).

В таблице 2-1 представлено распределение представлений о социальном предпринимательстве.

Таблица 2-1. Представления о социальном предпринимательстве (%)

«КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, КТО ТАКИЕ "СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ"? ОБЪЯСНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАК ВЫ ЭТО ПОНИМАЕТЕ?»	ВСЕГО
Те, кто помогает бедным, обездоленным, инвалидам, детям	5
Органы социальной защиты, социальные работники	5
Бизнес, занимающийся решением социальных проблем / вкладывающий деньги в социальную сферу	5
Благотворители, спонсоры, меценаты	4
Бизнес, занимающийся благотворительностью	3
Бизнес, предприниматели, коммерческие организации (без уточнения)	2
Аферисты, наживающиеся на людях	2
Хорошие, добрые люди, работающие на благо общества	2
Бизнес в социальной сфере, предоставление социальных услуг на коммерческой основе	2
Люди, преследующие общие цели, занимающиеся общественной деятельностью	1
Государственные структуры, что-то связанное с государством	1
Создание рабочих мест для инвалидов, малоимущих	1
Общественное предпринимательство / общественные предприятия сами зарабатывают деньги	1
Бизнес, аффилированный с государством / с помощью государства	1
Сфера недвижимости, операции с землей, инвестиции, фермерство (разные виды бизнеса)	1
Выпуск продукции по низким ценам или льготные услуги для малообеспеченных	1
Предприятие, заботящееся о своих сотрудниках	0,5
Другое	4
Затрудняюсь ответить	62

3. Представление о перспективах внедрения практики социального предпринимательства в России

В целом граждане довольно оптимистично оценивают перспективы внедрения социального предпринимательства в России: каждый второй респондент (точнее, 53%) считает, что распространение подобной практики в России возможно. При этом повышенный оптимизм по данному вопросу выразили респонденты в возрасте от 18 до 44 лет, с высшим образованием, более обеспеченные, проживающие в крупных городах, а также жители Центрального и Дальневосточного федеральных округов.

Диаграмма 3-1. Оценка перспектив внедрения социального предпринимательства в России

ЗА РУБЕЖОМ ИМЕЮТСЯ ПРИМЕРЫ, КОГДА НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ САМИ ЗАРАБАТЫВАЮТ СРЕДСТВА ДЛЯ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ...КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ВОЗМОЖНО ИЛИ НЕТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ В РОССИИ ТАКИХ ПРИМЕРОВ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА?

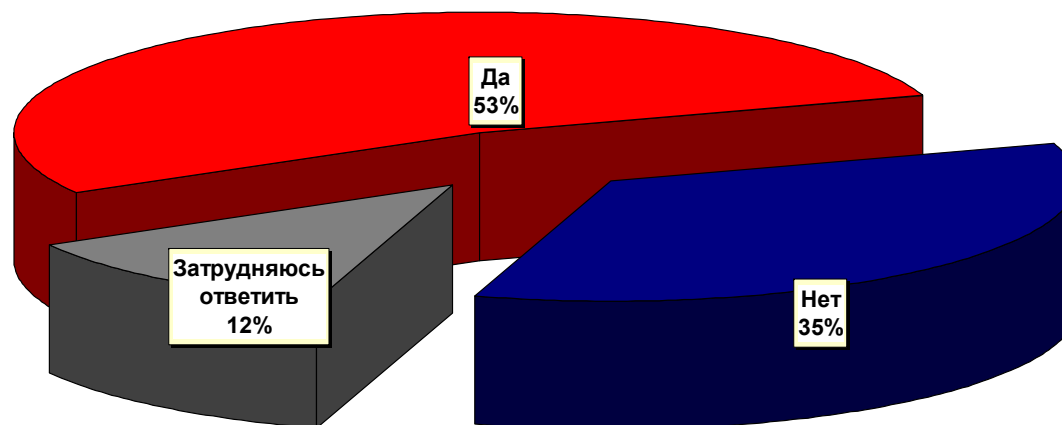


Таблица 3-1. Оценка перспектив внедрения социального предпринимательства в России представителями разных социальных групп

«КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ВОЗМОЖНО ИЛИ НЕТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ В РОССИИ ... ПРИМЕРОВ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА?» ¹	ВСЕГО	Возраст					Образование			Оценка обеспеченности			
		18-24	25-34	35-44	45-59	60 и старше	Среднее и ниже	Среднее специальное	Высшее	Мы едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты.	На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения.	Денег хватает на продукты и на одежду, но покупка вещей длительного пользования является затруднительной.	Мы можем без труда приобрести вещи длительного пользования, но для нас затруднительно приобрести действительно дорогие вещи.
Да / скорее да	53	59	58	62	51	41	47	54	63	41	40	57	61
Нет / скорее нет	35	28	31	27	40	41	37	36	29	44	44	32	30
Затрудняюсь ответить	12	12	12	11	9	18	16	11	8	15	16	11	9

¹ В анкете употреблена более развернутая формулировка вопроса

Таблица 3-2. Оценка перспектив внедрения социального предпринимательства в России в зависимости от места проживания

«КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ВОЗМОЖНО ИЛИ НЕТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ В РОССИИ ... ПРИМЕРОВ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА?» ²	ВСЕГО	Статус населенного пункта				Федеральный округ						
		Столичный город	Областной центр	Районный центр, малый город, поселок городского типа	Сельский населенный пункт	Центральный	Северо-Западный	Южный	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Да / скорее да	53	63	58	52	48	58	54	53	52	50	45	63
Нет / скорее нет	35	34	33	34	37	35	32	38	32	39	33	29
Затрудняюсь ответить	12	3	9	14	15	7	14	9	15	11	22	8

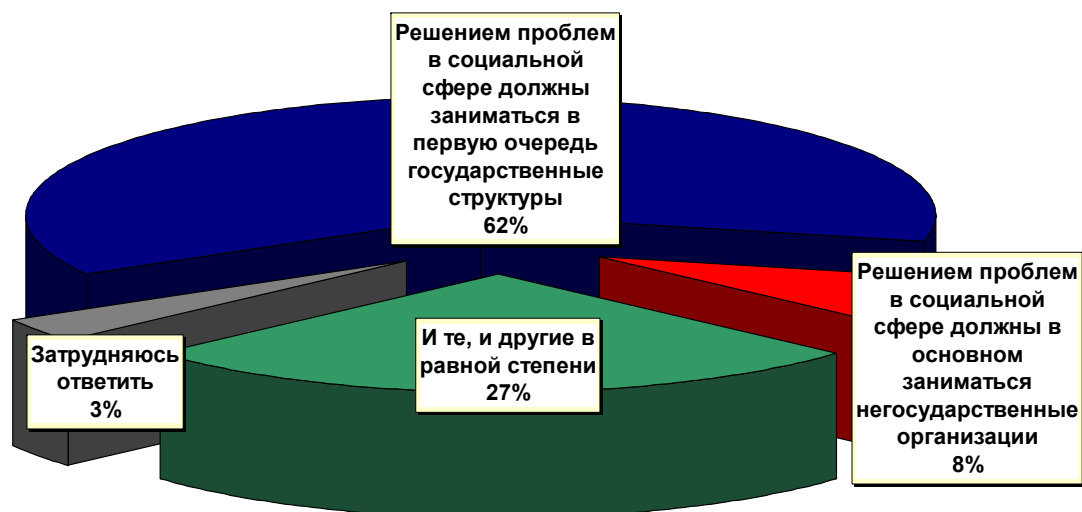
² В анкете употреблена более развернутая формулировка вопроса

4. Представление о субъектах, ответственных за решение проблем в социальной сфере

В рамках опроса выяснялось также, *каких субъектов россияне считают ответственными за решение социальных проблем* – государственные или негосударственные структуры. Оказалось, что **большинство граждан (62%) возлагают всю ответственность за решение проблем в социальной сфере на государство**, еще 27% считают, что эти полномочия должны быть разделены в равной степени между государственными и негосударственными структурами, и **лишь 8% уверены в том, что решением социальных проблем должны заниматься в основном негосударственные организации**. Таким образом, готовность россиян к делегированию полномочий в социальной сфере негосударственным структурам остается пока на достаточно низком уровне.

Диаграмма 4-1.

С КАКИМ МНЕНИЕМ ВЫ БОЛЕЕ СОГЛАСНЫ?



Как и следовало предполагать, к «государственнической» позиции чаще тяготеют лица пожилого возраста (старше 60 лет), с более низким уровнем образования, менее обеспеченные. Более молодые, образованные и обеспеченные россияне чаще доверяют негосударственному сектору, и, соответственно, чаще готовы делегировать ему решение социальных проблем.

Таблица 4-1. Представления о субъектах решения социальных проблем в разных социальных группах

«ОДНИ СЧИТАЮТ, ЧТО В НАШЕЙ СТРАНЕ РЕШЕНИЕМ ПРОБЛЕМ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ ДОЛЖНО ЗАНИМАТЬСЯ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ГОСУДАРСТВО. ДРУГИЕ СЧИТАЮТ, ЧТО РЕШЕНИЕМ ТАКИХ ПРОБЛЕМ ДОЛЖНЫ ЗАНИМАТЬСЯ В ОСНОВНОМ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ОКАЗЫВАЯ УСЛУГИ НА ПЛАТНОЙ ИЛИ БЕСПЛАТНОЙ ОСНОВЕ? С КАКИМ МНЕНИЕМ ВЫ БОЛЕЕ СОГЛАСНЫ?»	ВСЕГО	Возраст					Образование			Оценка обеспеченности			
		18-24	25-34	35-44	45-59	60 и старше	Среднее и ниже	Среднее специальное	Высшее	Мы едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты.	На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения.	Денег хватает на продукты и на одежду, но покупка вещей длительного пользования является затруднительной.	Мы можем без труда приобрести вещи длительного пользования, но для нас затруднительно приобрести действительно дорогие вещи.
Решением проблем в социальной сфере должны заниматься в первую очередь государственные структуры	62	58	55	56	64	75	66	61	57	81	69	62	50
Решением проблем в социальной сфере должны в основном заниматься негосударственные организации	8	10	9	10	7	5	8	7	9	2	4	7	14
И те, и другие в равной степени	27	29	33	31	25	17	22	28	32	14	21	27	34
Затрудняюсь ответить	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	5	4	2

Жители сельских населенных пунктов, а также проживающие в Южном федеральном округе, чаще других возлагают ответственность за социальную сферу на государство; обратная точка зрения более характерна для жителей столичных городов, а также Центрального и Уральского округов. В Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах повышена доля тех, кто придерживается мнения о паритете государственных и негосударственных структур в решении социальных вопросов.

Таблица 4-2. Представления о субъектах решения социальных проблем в зависимости от места проживания

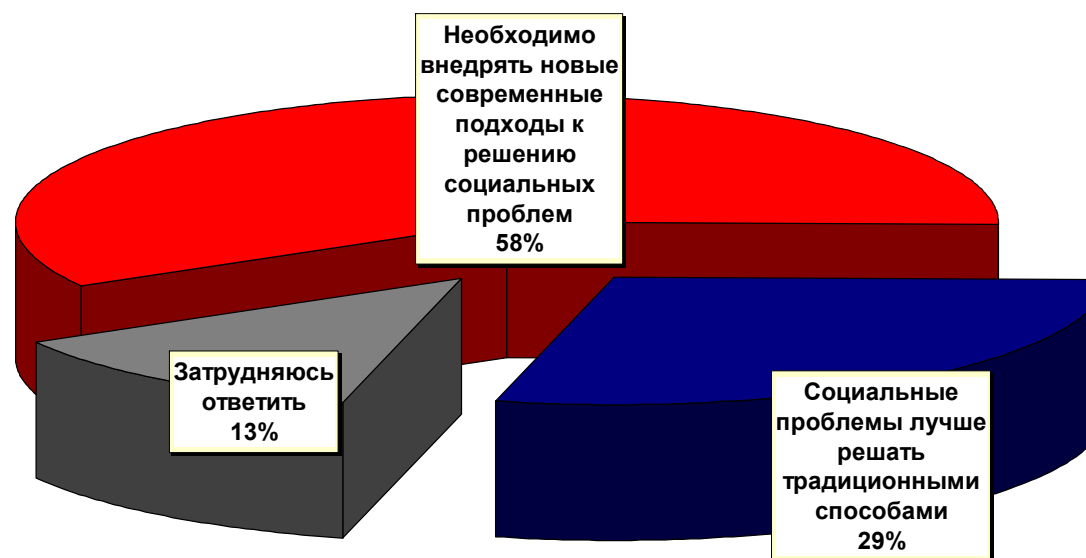
«ОДНИ СЧИТАЮТ, ЧТО В НАШЕЙ СТРАНЕ РЕШЕНИЕМ ПРОБЛЕМ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ ДОЛЖНО ЗАНИМАТЬСЯ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ГОСУДАРСТВО. ДРУГИЕ СЧИТАЮТ, ЧТО РЕШЕНИЕМ ТАКИХ ПРОБЛЕМ ДОЛЖНЫ ЗАНИМАТЬСЯ В ОСНОВНОМ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ОКАЗЫВАЯ УСЛУГИ НА ПЛАТНОЙ ИЛИ БЕСПЛАТНОЙ ОСНОВЕ? С КАКИМ МНЕНИЕМ ВЫ БОЛЕЕ СОГЛАСНЫ?»	ВСЕГО	Статус населенного пункта				Федеральный округ						
		Столичный город	Областной центр	Районный центр, малый город, поселок городского типа	Сельский населенный пункт	Центральный	Северо-Западный	Южный	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Решением проблем в социальной сфере должны заниматься в первую очередь государственные структуры	62	47	59	65	67	62	64	67	64	46	65	53
Решением проблем в социальной сфере должны в основном заниматься негосударственные организации	8	26	9	4	6	13	1	3	5	22	4	11
И те, и другие в равной степени	27	27	30	26	24	23	32	26	27	26	27	32
Затрудняюсь ответить	3	-	1	6	3	1	2	4	4	7	4	4

5. Отношение к инновациям в социальной сфере

Важным показателем, отражающим готовность общества к принятию новых социальных практик – в частности, таких, как практика социального предпринимательства – является его отношение к инновациям в социальной сфере. Результаты опроса показывают, что в целом это отношение скорее позитивно: более половины опрошенных (58%) считает, что необходимо внедрять новые современные подходы к решению социальных проблем. Почти каждый третий россиянин не согласен с такой точкой зрения и поддерживает традиционные способы решения социальных проблем, еще 13% затруднились с ответом.

Диаграмма 5-1. Отношение россиян к инновациям в социальной сфере

С КАКИМ СУЖДЕНИЕМ ВЫ БОЛЕЕ СОГЛАСНЫ?



Молодежь в возрасте 18-34 года и граждане с высшим образованием чаще поддерживают инновации в социальной сфере, а наибольший консерватизм в суждениях характерен для пожилых (старше 60 лет) и малообеспеченных россиян.

Таблица 5-1. Отношение разных социальных групп к инновациям в социальной сфере

«Одни считают, что для того чтобы достичь серьезных успехов в решении социальных проблем, необходимо активно внедрять новые современные подходы к их решению. Другие считают, что в социальной сфере инновации не нужны, а социальные проблемы лучше решать традиционными, проверенными способами. С каким суждением вы более согласны?»	ВСЕГО	Возраст					Образование			Оценка обеспеченности			
		18-24	25-34	35-44	45-59	60 и старше	Среднее и ниже	Среднее специальное	Высшее	Мы едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты.	На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения.	Денег хватает на продукты и на одежду, но покупка вещей длительного пользования является затруднительной.	Мы можем без труда приобрести вещи длительного пользования, но для нас затруднительно приобрести действительно дорогие вещи.
С первым / скорее с первым	59	66	67	62	54	49	54	59	65	45	55	62	61
Со вторым / скорее со вторым	29	22	21	26	33	36	32	28	24	41	31	24	30
Затрудняюсь ответить	13	12	12	11	13	16	14	13	11	14	14	14	9

Жители столичных городов, Центрального и Северо-Западного округа проявили повышенную склонность к консервативной точке зрения («социальные проблемы лучше решать традиционными способами»); а в Южном федеральном округе, на Урале и Дальнем Востоке, напротив, чаще распространена склонность к инновационным решениям в социальной сфере.

Таблица 5-2. Отношение к инновациям в социальной сфере в зависимости от места проживания

«Одни считают, что для того чтобы достичь серьезных успехов в решении социальных проблем, необходимо активно внедрять новые современные подходы к их решению. Другие считают, что в социальной сфере инновации не нужны, а социальные проблемы лучше решать традиционными, проверенными способами. С каким суждением вы более согласны?»	ВСЕГО	Статус населенного пункта				Федеральный округ						
		Столичный город	Областной центр	Районный центр, малый город, поселок городского типа	Сельский населенный пункт	Центральный	Северо-Западный	Южный	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
С первым / скорее с первым	59	49	62	57	62	58	48	69	49	65	61	70
Со вторым / скорее со вторым	29	44	25	27	27	34	37	21	31	27	20	22
Затрудняюсь ответить	13	7	13	15	11	7	15	10	20	8	19	8