

Нуждается ли социальное предпринимательство в общественном доверии?

Пресс-релиз, 22.11.2016

Источники данных:

Результаты всероссийских опросов населения (Исследовательская группа ЦИРКОН, Всероссийский омнибус «КВАРТА», www.zircon.ru). Объем выборки – 1600 респондентов. Метод опроса – личное формализованное интервью по месту жительства. Даты опросов:

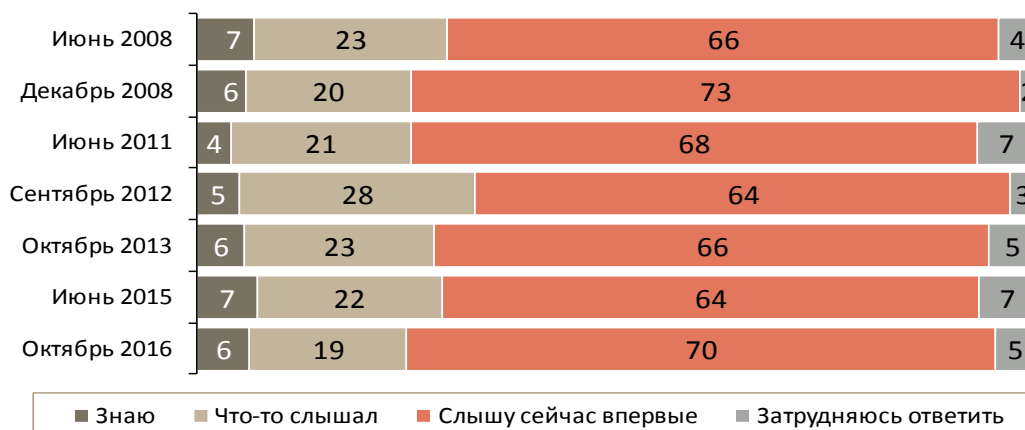
- Июнь и декабрь 2008
 - Июнь 2011
 - Сентябрь 2012
 - Октябрь 2013
 - Июнь 2015
 - Октябрь 2016
- } Выполнены при поддержке Фонда «Наше будущее»
- } Инициативные опросы ЦИРКОН

Исследовательская группа ЦИРКОН представляет результаты мониторинга общественного мнения о социальном предпринимательстве, который ведется на протяжении последних 8 лет. Очередной замер проведен в октябре 2016 года. На протяжении всего срока мониторинга мы исходили из предположения, что главным ресурсом развития социального предпринимательства является общественное доверие. Именно эта уверенность питает интерес к изучению проблемы поддержки социального предпринимательства со стороны россиян.

1. Информированность о социальном предпринимательстве

Результаты очередной волны мониторинга продемонстрировали отсутствие роста информированности россиян о *социальном предпринимательстве* на протяжении 8 лет измерений. Вероятно, это говорит о том, что оно так и не стало значимым общественным явлением, оставаясь в фокусе внимания сравнительно узкой категории причастных к теории или практике социального предпринимательства экспертов и специалистов. За годы измерений лишь 4-7% респондентов всероссийских опросов уверенно заявляли о своей осведомленности о том, что такое «социальное предпринимательство», в 2016 году – 6%. Причем и это является оценкой сверху ввиду декларируемого характера ответов респондентов.

Знаете ли Вы, что-либо слышали или слышите сейчас впервые словосочетание «Социальное предпринимательство»? (% от всей выборки)



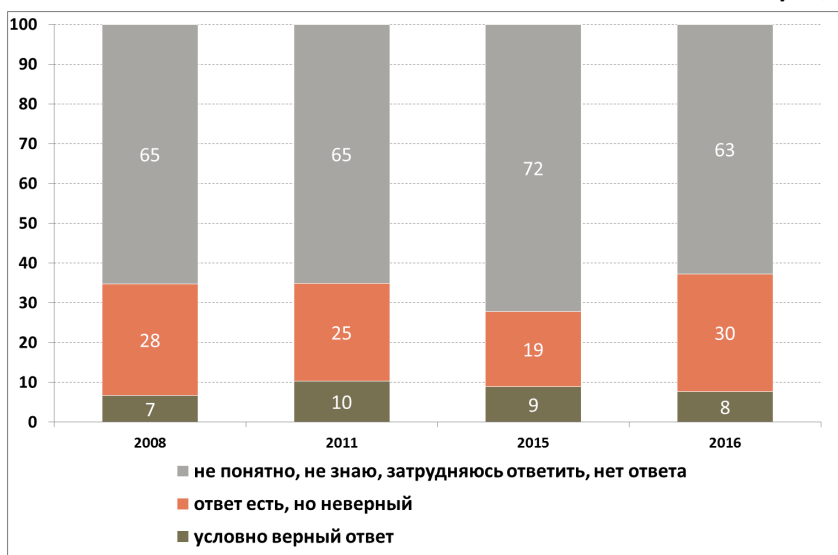
С одной стороны, возможен вывод о неуспешности информационного продвижения социального предпринимательства на широкую аудиторию. Однако многолетний опыт измерений позволяет сделать и иное (смелое?) предположение – что это продвижение и не может быть в полной мере успешным. С одной стороны, само понятие «социальное предпринимательство» является довольно сложным, оно размыто и не имеет четких границ. С другой стороны, возможно, что узкая категория «знающих» - именно те люди, которым интересна эта тема, а для широкой публики и само знание о столь сложном явлении попросту не нужно (отсюда и фиксируемый опросами факт – месседжи о социальном предпринимательстве плохо фиксируются в сознании).

2. Восприятие социального предпринимательства

Следствием низкой информированности россиян о *социальном предпринимательстве* является и отсутствие сформированного представления о том, какую деятельность оно подразумевает. В 2016 году почти две трети респондентов затруднились с ответом; это несколько меньше, чем год назад, но на уровне 2008-2011 гг. (т.е. устойчивой динамики нет).

Среди тех респондентов, кто все-таки попытался ответить, спектр представлений о социальном предпринимательстве оказался весьма широким: от *безвозмездной работы на пользу обществу, в поддержку социально незащищенных групп населения до деятельности государственных органов социальной защиты и даже коммерческой деятельности, ориентированной на прибыль.*

Как Вы думаете, кто такие «социальные предприниматели», как Вы это понимаете? (Открытый вопрос, % от всей выборки)



То есть четкой и определенной точки зрения относительно того, что такое социальное предпринимательство, в массовом сознании так и не сложилось. Россияне путают социальное предпринимательство с социально ответственным бизнесом, деятельностью органов соцзащиты, поддержкой бизнеса со стороны государства и т.п.

Условно верный ответ (толкующий СП в широком смысле) давали не более 10% респондентов (в 2016 году – 8%), по мнению которых это «*бизнес, занимающийся решением социальных проблем / вкладывающий деньги в социальную сферу, оказывающий помощь населению*» или «*бизнес в социальной сфере, предоставление социальных услуг на коммерческой основе*». По сравнению с 2015 г. выросла доля россиян, которые пытаются дать хотя бы какой-то ответ. При этом основной рост произошел за счет неопределенных ответов типа «*помощь*», «*оказание помощи*» и т.п. Т.е. в понятии «социальное предпринимательство» эти россияне акцентируют именно «социальное».

Следует сказать, что представления о социальном предпринимательстве имеют в основном нейтральный или позитивный характер, однако встречаются и негативные представления о нем как об *афере, способе нажиться на людях и получить льготы для предприятия.*

3. Представление о субъектах решения проблем в социальной сфере

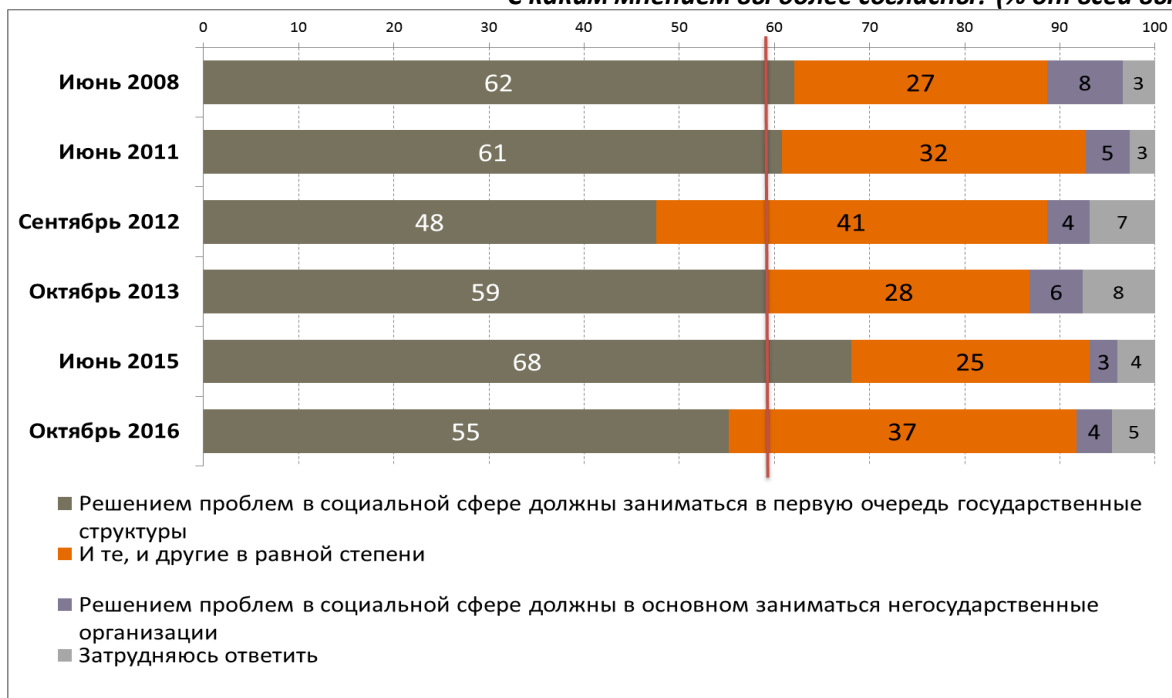
Вопрос о передаче функций по решению проблем социальной сферы от государства неправительственным организациям и социально ответственному бизнесу обсуждается в публичном пространстве давно, и от его решения во многом зависит потенциал развития социального предпринимательства в стране.

По данным мониторинга, на протяжении всех волн измерений большинство респондентов всероссийского опроса возлагали ответственность за решение проблем в социальной сфере на *государство*. Только от 3% до 8% (в разные годы) граждан уверены в том, что решением социальных проблем должны заниматься в основном *негосударственные организации*.

Заметим при этом, что распределение ответов на вопрос о субъектах решения проблем в социальной сфере подвержено определенным колебаниям. Наибольшая доля россиян, считающих, что государство должно играть доминирующую роль в решении социальных проблем, была зафиксирована в 2015 году (68%). За последний год в общественном сознании произошел сдвиг в сторону роста представлений, что решением проблем в социальной сфере государство и негосударственные организации должны заниматься в равной мере (на 12 процентных пунктов за год).

На наш взгляд, общественное мнение по данному вопросу серьезно зависит от общеэкономической ситуации в стране и от ожиданий граждан от государства. Судя по данным опроса, россияне все больше понимают, что в нынешней кризисной ситуации много ждать от государства не приходится, и готовы делегировать полномочия в социальной сфере негосударственным структурам, т.е. позитивно воспринимать новые непривычные практики, в том числе, социальное предпринимательство.

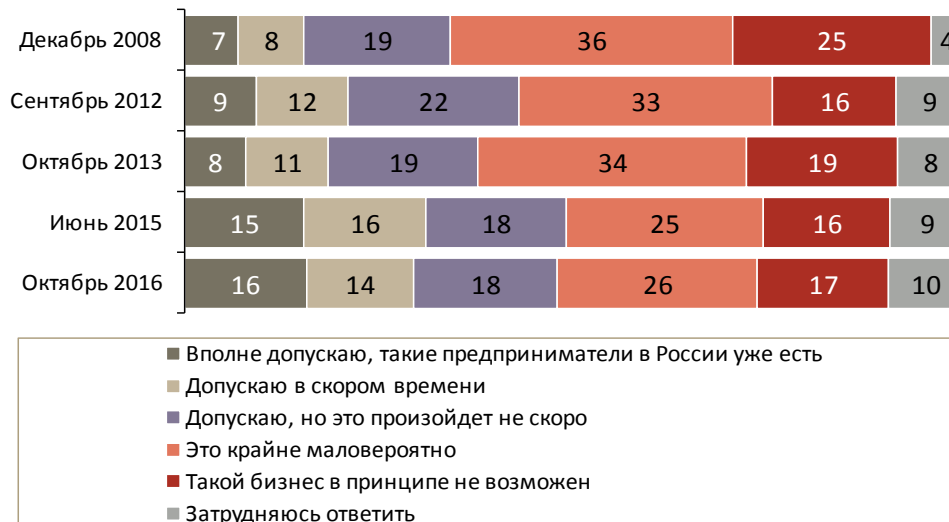
С каким мнением вы более согласны? (% от всей выборки)



4. Скоро ли появятся в России социальные предприниматели?

В прошлом 2015 году в рамках мониторинга был зафиксирован рост позитивных ожиданий россиян относительно вероятности появления в стране предпринимателей, которые «будут создавать предприятия и вести свой бизнес не столько с целью получения прибыли, но с целью решения социальных проблем». Почти вдвое (по сравнению с предыдущими замерами в 2008-2013 гг.) выросла доля респондентов, считающих, что такие предприниматели уже есть; увеличилась и доля тех, кто ожидает их появление в скором времени. В 2016 г. результаты предыдущего опроса повторились фактически без изменений, что позволяет надеяться на устойчивость тренда к улучшению отношения в обществе к бизнесу и бизнесменам вообще.

Как Вы думаете, возможно ли появление в России предпринимателей, которые будут создавать предприятия и вести свое дело (бизнес) не столько с целью получения прибыли, а с целью решения социальных проблем? (% от всей выборки)



Общий имидж бизнесменов становится более позитивным, в общественном сознании чаще допускается вероятность нацеленности предпринимателей не исключительно на прибыль, но также на решение социальных проблем, благотворительность, меценатство и т.п. Вместе с тем по-прежнему преобладают (более 60% респондентов) мнения, что это возможно в отдаленной перспективе или вообще маловероятно (невозможно).

Краткое резюме

1. Информированность населения России о социальном предпринимательстве и восприятие этого явления за время мониторинга (8 лет) остается практически неизменным. По большому счету российские граждане в своем большинстве не осведомлены о СП и плохо представляют это новое движение в российском бизнесе и некоммерческом секторе. Большие информационные усилия, прилагаемые наиболее активными участниками процесса развития СП в России, направлены в основном на узкую аудиторию активистов и специалистов.
2. У социального предпринимательства тем не менее растет потенциал общественной поддержки за счет медленно меняющегося в положительную сторону отношения россиян к предпринимателям в целом, а также к возможности участия негосударственных (частных и общественных) организаций в решении социальных проблем и оказания социальных услуг.

См. также:

1. [Общественное мнение о социальном предпринимательстве. Презентация](#) // ЦИРКОН 10.2016
2. [Задорин И.В. «О развитии социального предпринимательства в России»](#). // Фрагмент интервью для Фонда «Общественное мнение» 04.2014
3. [Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики](#) // [Аналитический отчет](#) / ЦИРКОН 06.2013
4. И.В.Задорин [Социальное предпринимательство – новый формат социального активизма](#) // [Презентация к выступлению на SocialCamp-2013](#) 02.06.2013
5. [О социальном предпринимательстве: теория относительности Задорина](#) // [Интервью](#) О.Шлыкова, И.В.Задорин 28.04.2011