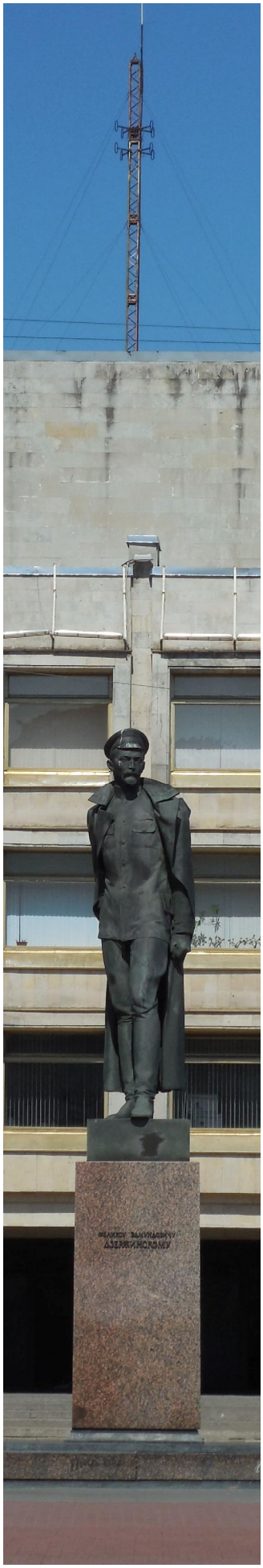

ПОРТРЕТ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ[1]

Л. Шубина и др.[2]

1. Описание исследования

Настоящий документ представляет некоторые результаты (фрагменты) социологического исследования **«Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики»**, выполненного АНО «Социологическая мастерская Задорина» (Исследовательская группа ЦИРКОН) в интересах Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» в декабре 2012 – феврале 2013 г.

Цель исследования

Целью исследования являлось составление (выявление, реконструкция) «портрета» социального предпринимателя, т. е. определение набора типовых (отличающих) характеристик субъекта социального предпринимательства, выполненное самими субъектами социального предпринимательства (СП).

Указанная цель исследования в свою очередь подчинялась более общей задаче проекта: сравнительного анализа представителей двух сообществ – бизнесменов (предпринимателей в традиционном понимании) и социальных предпринимателей по ряду параметров, характеризующих готовность (склонность) к социальному предпринимательству.

В марте – апреле 2012 г. Исследовательская группа ЦИРКОН реализовала исследовательский проект **«Классификация российских регионов по потенциалу развития социального предпринимательства»** в интересах Фонда региональных социальных программ «Наше будущее».

В ходе исследования, в том числе, определялся уровень готовности (склонности) бизнесменов и предпринимателей (представителей малого и среднего бизнеса) разных регионов к освоению ценностей, норм и практик социального предпринимательства. Для этого была построена модель склонности к социальному предпринимательству, которая включала в себя соответствующие индикаторы, представляющие четыре главные характеристики СП – ценностные ориентации, социальная ответственность, инновационность мышления и деятельности, экономическая эффективность бизнеса. На основе этой модели был разработан инструментарий (анкета), позволяющий, исходя из ответов респондентов, определить уровень склонности этих респондентов к СП (анкета – своеобразный «тест» на склонность к социальному предпринимательству).

Одним из важнейших вопросов исследования остался вопрос его верификации. Вышеуказанный проект включал в себя опрос бизнесменов, не участвующих в программах СП, но могущих стать социальными предпринимателями. Естественно, встал вопрос, а как «работает» тест на тех субъектах, которые уже идентифицированы как «социальные предприниматели» (т.е. участвуют в проектах, конкурсах и т. п.)? *Какую степень склонности к СП продемонстрируют в ходе тестирования реальные субъекты социального предпринимательства, какова дистанция между бизнесменами и социальными предпринимателями?* Эта методическая задача решалась в рамках настоящего проекта.

---

[1] Фрагменты аналитического отчета по итогам опроса социальных предпринимателей.

[2] Авторский коллектив проекта:

Л. В. Шубина (руководитель проекта), И. В. Задорин, В. В. Мойсов, Е. В. Халкина, А.П. Хомякова.