
“Просто брать и делать!”: как молодые социальные предприниматели Санкт-Петербурга преодолевают трудности и находят новые возможности

Центр молодежных исследований НИУ ВШЭ Санкт-Петербург
стажер-исследователь Бемлер Е.С., стажер-исследователь Кресникова Е.В.

Актуальность

- За 2024 год реестр социального бизнеса Минэкономразвития России увеличился на 11%, превысив отметку 12 тыс. участников (Илюшников, 2025)
- Молодежь - активный участник благотворительной сферы, НО чаще волонтеры и сотрудники, а не лидеры
- Повышенный интерес к поддержке молодежного предпринимательства
- Новые условия открытия и продвижения бизнеса: социально-экономические и политические условия

Определение социального предпринимательства

- **Социальное предпринимательство находится на пересечении полей традиционного бизнеса, общественных организаций и благотворительности** [Salamon, 1997]. Оно относится к видам деятельности, использующим экономическую активность и предприимчивость для достижения определенных социальных изменений [Marshall, 2011; Kusa, 2016].
- Социальные предприниматели производят социальные ценности за счет **высокого уровня ответственности за результаты своей работы и наличия миссии** по созданию и поддержанию общественного блага, ради которой мобилизуются различные ресурсы. Они используют новые возможности, включают инновации, адаптируют и обучают сотрудников [Dees, 1998; Dees, Anderson, 2006].
- Для социальных предприятий, **максимизация прибыли от этой деятельности является не самоцелью, а лишь необходимым компонентом**, способствующим тем или иным качественным изменениям в обществе [McMullen, 2011].
- Фонд «Наше будущее» определяет социальное предпринимательство как **область, занимающую промежуточное положение между благотворительностью и коммерцией, в частности ввиду ориентации на социальные изменения**.
- Закон № 245-ФЗ: предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно-полезных целей

Социальное предпринимательство: капиталы

- **Экономический капитал:** финансовый, промышленный и торговый капиталы, консолидированные с другими отраслями экономики и другими материальными ресурсами (инфраструктурным и техническим капиталами), необходимыми предпринимателям для осуществления своей деятельности [Boltanski, Thévenot; 1999, 2006].
- **Политический капитал:** гражданское и политическое участие, расширение прав и возможностей и политической идентичности и способность мобилизовать людей вокруг общей цели, формировать коллективную политику, участвовать в политической жизни [Kauppi 2003; Sørensen and Torfing 2003]. Социальные предприниматели используют политический капитал, чтобы осуществлять социальные изменения, **переизобретая традиционные формы политического участия** [Morris, Krupets, Omelchenko, Sabirova, Nartova, 2017].
- **Человеческий капитал:** совокупность имеющихся у человека навыков и знаний, состоит из нескольких компонентов: **демографического, образовательного, трудового, культурного, духовного** и пр. [Becker, 1964; Schultz, 1972].
- **Социальный капитал:** способность получать доступ к тем или иным ресурсам с помощью социальных отношений. Он **регулируется и определяется структурными особенностями общества и зависит от положения и места человека в структуре общества.** Различаются два типа: **социальный капитал сильных связей и слабых связей** [Granovetter, 1973]

Социальное предпринимательство: устойчивость

- В развивающихся странах: на деятельность инициатив сильно влияет неустойчивая экономическая и политическая ситуация, которая заставляет их фокусироваться на выживании, а не на развитии [Rametse and Shah, 2012].
- Социальные проекты раньше всех сталкиваются с негативными факторами окружающей среды, которые требуют от них грамотного и своевременного распределения экономических и человеческих ресурсов, при этом принимая во внимание политическую обстановку, а также настроение общества и стейкхолдеров [Zamoum, Gorre, 2018].
- Необходимость одновременно следить за бизнес-сферой, НКО, отсутствие законов и правовых структур, чрезмерная бюрократизация бизнес-процессов в стране [Terziev et al. 2016].
- В России: отсутствие правового регулирования, сильную финансовую зависимость от внешних акторов (государство, бизнес) и сложности с инфраструктурой [Яхнеева И. В., Павлова А. В., 2021, Гурина, 2015], а также экономические и политические сложности.
- НО: рост сервисного сектора и повышение социальной ответственности среди крупных корпораций способствуют развитию социальных коммерческих проектов [Гурина, 2015].

Методология

Эмпирическую базу исследования составили качественные полуструктурные интервью, собранный в рамках стратегического проекта проекта «Успех и самостоятельность человека в меняющемся мире» программы развития университета «Приоритет 2030».

С апреля по июнь 2024 года всего было собрано 30 интервью с лидерами неформальных молодежных инициатив Санкт-Петербурга (20-35 лет). Под неформальными проектами понимаются инициативы, созданные самостоятельно, не инициированные сверху. Из 30 проектов 16 являются коммерческими.

Проекты разделены на направления проекты на три сферы: образование и культура, экология, осознанное потребление и зоозащита, социальная защита и этичный бизнес. Гендерный дисбаланс (12 женщин и 4 мужчины) связан со спецификой сфер. В социальной и зоозащитной сферах женщины задействованы гораздо больше, чем мужчины.



Коммерческие инициативы:

- Образование и культура: разговорный клуб, галерея стрит-арта, выставочное пространство, фестиваль азиатской культуры и театр в баре
- Экология, осознанное потребление и зоозащита: три апайлк бренда, эко-мастерская, производство экологичной одежды и лаборатория устойчивых материалов
- Социальная защита и этичный бизнес: секонд-хэнд, инклюзивный цветочный магазин, апайлк-инициатива, эко-консалтинг и производство конопляной одежды



Экономический капитал

Финансовый ресурс остается одной из самых проблемных тем для многих молодых предпринимателей. Молодые предприниматели сталкиваются с ситуацией, где **они должны придерживаться ценностей проекта и оказывать поддержку подопечным, но в то же время сохранять устойчивость и независимость.** Они находятся на самообеспечении и развиваются за счет продаж.

Всегда есть риск уйти в минус, не получить достаточно прибыли, не покрыть издержки: высокие ценники на аренду помещений, дорогостоящее оборудование, траты на расходные материалы, инфляция и пр. усложняют процесс повышения рентабельности. Постоянная забота о материальном положении проекта приводит к сложностям в гармонизации социальной и коммерческой составляющих.



«Я научилась зарабатывать на творчестве, что очень хорошо, потому что до этого я не пробовала. Наверное, я научилась находить разные способы продвижения, не такие трудозатратные, ну типа сотрудничества. Тебе нужно просто установить какой-то человеческий контакт и потом, в общем-то, не прилагать прям сильно много усилий для того, чтобы эта реализация происходила» (Инт. 16, ж, 24, КП, апайллинг-бизнес)

Уход различных иностранных компаний также освобождает ниши для молодых проектов, что становится возможностью, которой в иных обстоятельствах могло бы и возникнуть. Молодые предприниматели пропагандируют свои ценности, продвигают социальную повестку и в рамках ипортозамещения. Они занимают освободившиеся ниши и **создают инновационные продукты, не имеющих аналогов в стране**. Для достижения целей **они готовы активно искать новые инновационные решения социальных проблем, партнеров, аудиторию, новые рынки сбыта и новые источники финансирования**.

«Человек, когда покупает нашу футболку, он оставляет углеродный след в 2,5 раза меньше, чем от хлопковой... У нас внутри написано «Сделано в Санкт-Петербурге» на наших бирочках. Я этим горжусь. Потому что поддерживать малую промышленность сейчас очень важно. У нас ниша, благодаря уходу больших брендов, освободилось 5 миллиардов рублей» (Инт. 15, ж, 22, КП, конопляная одежда).

«У нас изначально была идея, это перерабатывать отходы грибами. Идея была моя, но при этом нужна была научная часть, соответственно, в какой-то момент я стала коллaborировать с микологами. И сейчас мой партнер, с которым мы начинали тренироваться, которого получилось вдохновить, он изначально 40 лет занимался коллекционированием штаммов грибов. И когда я, собственно, к нему пришла с идеей, давай, скормим мусор грибам, посмотрим, что будет, ему уже было за 50, и он такой: «Ну, звучит как хрень, но давай» (Инт. 9, ж, 25, КП, лаборатория устойчивых материалов).

Политический капитал

Изменения в законодательстве также заставляют информантов чаще держать руку на пульсе и все чаще отслеживать актуальные правовые нормы. Также закономерно возникает необходимость избегать тех или иных политических тем в рамках своей коммерческой деятельности, не подвергать риску сотрудников, поскольку от этого зависит устойчивость проектов.

«Но, конечно, наверное, как и любой бренд или проект, мы вынуждены сейчас мониторить, кто там стал иноагентом, кто не стал, кто уехал за границу, что сказал. И это, конечно, неизбежно влияет на нашу работу» (Инт. 2 ж, 34, КП, галерея стрит-арта).

«К сожалению, очень хотелось бы какие-то делать вещи, и были даже предложения выставлять тех художников, которые сейчас занимаются очень крутым акционным искусством. Но... Ну, значит, мы листаем новости и понимаем, что мы никогда не знаем, чем это, значит, как это, да, чем закончится» (Инт. 4, ж, 34, КП, выставочное пространство).



Исключенность из международных сетей взаимодействия, в частности, в поле экологических проектов:

«Хотелось бы больше доступа ко всем инструментам, независимо от их, скажем, происхождения, потому что мы вообще выступаем за открытое международное сотрудничество. Например, методология оценки экоследа – это то, что мы делали с экологами, изучали и, конечно, консультировались с зарубежными коллегами в том числе. Из-за каких-то трудностей в коммуникациях – какие-то соцсети отключаются, потом просто какие-то инструменты тоже недоступны становятся для российской аудитории – эта связь, она затруднена, и это нам сильно мешает. И, честно говоря, мы считаем, что в экологической сфере не должно быть вот этих вот границ каких-то, потому что экология у нас на всю планету, она одна, да, и хотелось бы со всеми общаться на равных, но пока этого не получается делать» (Инт. 14, ж, 28, к, эко-консалтинг).



Социальный бизнес как политический актор: продвижение своей повестки в рамках государственных структур

«Так получилось, повезло, что очень многим получилось, удалось заразить идеей вплоть до каких-то верхнеуровневых систем управления <...> по госструктурам, там больше по продвижению нас поддерживают, то есть, опять же, какие-то международные российские федеральные форумы, это поездки, это билеты, это организация деловой программы и наша в нее интеграция. В принципе, здесь действительно именно больше информационная и представительская такая поддержка» (Инт. 9, ж, 25, к, лаборатория устойчивых материалов).



Молодые предприниматели во многом стараются компенсировать финансовые ограничения и покрывать некоторые издержки за счет обладания достаточно большими человеческим и социальным капиталами. При этом стараются оставаться независимыми от «внешних стейкхолдеров», в частности от государственных структур и инвесторов, так как наличие автономности и свободы выбора являются их конституирующими ценностями.

«Ну, в принципе, мне не хочется быть зависимым от кого-либо, и даже если это грант безвозмездный, мне не хочется. Ну, во-первых, мне не нравится проходить через огромное количество макулатуры, и вся эта бюрократия меня очень сильно вымораживает. Мне не хочется ходить, подавать, записывать, распечатывать, согласовывать. Мне хочется просто делать. Это, во-первых. Во-вторых, в принципе, не хочется иметь никакого дела с государством» (Инт. 1, м, 23, КП, разговорный клуб).

«... сейчас, там, довольно часто начинают разгоняться мнения о том, что, например, каких-то художников нужно отменять или каких-то художников нужно, там, подсвечивать, поднимать на щит или, наоборот, куда-то прятать в темный угол. Для нас тут есть вопрос такой исследовательской непредвзятости, которую мы стараемся постоянно отстаивать и говорить, что как бы сегодня может происходить все, что угодно, а через 20 лет нам важно успеть зафиксировать ситуацию, подсветить и собрать коллекцию тех художников, которые были заметны и значимы» (Инт. 2 ж, 34, КП, галерея стрит-арта).



Человеческий капитал

На определенных этапах развития проекта возникает необходимость расширять команду. Однако, поиск новых членов команды – это **ресурсозатратный процесс**. Информанты отмечают, что людей с необходимыми навыками, качествами, разделяющими одни и те же ценности, готовыми стать частью команды зачастую критически не хватает: прослеживается кадровый голод, нехватка собственных мощностей.

«Нам не хватает иногда человеческого капитала в плане сотрудников, потому что когда мы расширяемся, мы понимаем, что некоторых кадров просто нет на рынке. Буквально. Либо они безответственные и так далее и тому подобное» (Инт. 9, ж, 25, КП, лаборатория устойчивых материалов).

«Я думаю, что, как и в любом культурном проекте, главное – это человеческий ресурс. Не так много на самом деле есть специалистов, которые глубоко погружены в тему, поскольку в любом культурном проекте тема очень узкая, им нужен очень специфический опыт и знания специалистов. Поэтому у нас совсем небольшая команда» (Инт. 2, ж, 34, КП, галерея стрит-арта).

Среди нарративов информантов о коллективном человеческом капитале прослеживаются два мнения:

- В первом случае информанты артикулируют острую необходимость найти единомышленников, расширить команду людьми, которым они смогли бы доверить рабочий процесс
- Другие, напротив, настроены работать самостоятельно ввиду недоверия и нежелания делегировать процессы другим людям

«Если ты хочешь что-то сделать, сделай это сам. Нельзя никому доверять. Ну, нельзя никому доверять, который находится вне твоей сферы общения, круга общения... Мне кажется, не хватает второго меня. Ну ладно, на самом деле, очень часто, когда ты что-то создаешь, необходимо чувствовать людей, которые работают вместе с тобой, и чем ближе они тебе по характеру, тем лучше.»
(Инт. 1, м, 23, к, разговорный клуб).



«Мне вообще кажется, что, возможно, мне нужна команда больше, чем я одна. Но мне сложно смириться с мыслью, потому что мне кажется, что если ты что-то хочешь сделать хорошо, то делай это сам. Потому что мне пока что сложно представить, что я найду человека, который будет так же верен и так же заинтересован в моём же проекте, как и я»
(Инт. 16, ж, 24, КП, апрайкинг).

«...собирать команду – это тоже достаточно сложный процесс, особенно когда речь идет о стартапе, где все буквально за идею, потому что это, по сути, главное, что движет всеми.»
(Инт. 8, м, 27, КП, экологичная одежда)

Информанты отмечали наличие различных внутренних барьеров, связанных с жизненными обстоятельствами: невозможность уделять проекту достаточное количество времени из-за совмещения с основной работой, выгорания, а также наличие личностных качеств, осложняющих работу в проекте, мешающих полноценно и качественно реализовывать свою деятельность. В числе наиболее часто упоминаемых «мешающих» черт характера выделяются: **скромность, робость, нерешительность, мягкость, интроверсия, неуверенность, закрытость, лень, тревожность.**



«...лично мне очень сильно мешает моя интровертность. Вообще в принципе я не люблю общаться с людьми, не хочу. И вообще мне это... Ну, мне это очень тяжело даётся. У меня на это уходит очень много ресурса. Я прям... И с новыми людьми мне тяжело знакомиться, и общаться, устраивать коммуникацию, вот это всё» (Инт. 16, ж, 3, КП, фестиваль корейской культуры).

«...слишком доброе сердце, конечно же, может мешать. Нужно быть достаточно жёстким в принятии, скажем так, переворотных решений...» (Инт. 15, ж, 22, КП, конопляная одежда).

Выделяются комплексные психологические проблемы и трудности, требующие усилий для преодоления:

- Синдром самозванца (Imposter syndrome)

«Я могу честно делать свое дело. Ну, вот как-то так. Ну, **когда-то мне мешал синдром самозванца, сейчас, мне кажется, с этим я немножко победила его**» (Инт. 5, ж, 34, КП, театр в баре)

- Неуверенность в себе и собственных силах

«Мне бы, наверное, **хотелось более как-то спокойнее относиться к критике. Вот. Потому что я, в общем-то, очень сильно всегда переживаю, если кому-то что-то не нравится.** Хотя, ну, это вполне нормально, что у всех разные вкусы, и им не понравится что-то. Ну, **мне кажется, что я бы хотела ещё научиться быть более уверенной в своём проекте.**» (Инт. 16, ж, 24, КП, апайлайнг).

- Страх упустить ту или иную возможность (FOMO/Fear Of Missing Out)

«**хочется всего, интересно все и начинаю какие-то моменты упускать, ну вот где-то проседать** там, то есть, да, вот, наверное, вот с этим проблема... что не могу успеть... **берусь за все сразу и не все, не все могу успеть.**» (Инт. 6, ж, 28, КП, апайлайнг бренд).

Возможности для накопления человеческого капитала:

- бизнес-акселераторы (внутриуниверситетские и внешние)
- университеты
- различные обучающие программы

«И параллельно с этим я поступил в [вуз в СПб 3] магистратуру. Я, когда поступал, я ориентировался на то, что тут есть стартап-студия и акселератор. То есть я подал заявку в акселерационную программу, собрал друзей, кто тоже бы хотел чем-то таким заняться просто интересным. Ну, и мы начали генерировать идеи. Собственно, эта идея тоже была в этом пуле, потому что она мне в принципе понравилась. И как-то так все сложилось, что мы выбрали несколько проектов итоговые и отправили их в акселератор, и вот конкретно этот проект выиграл <...> Помимо этого мы получили грант от Фонда содействия инновациям по студенческому стартапу, и реализуем его сейчас уже полгода как. Инт: Хорошо. А на какие деньги сейчас живет ваш проект? Инф: Ну, соответственно, на этот грант, по большей части, и на каких-то пока что небольших партиях того, что мы производим» (Инт. 8, м, 27, КП, экологичная одежда).



Социальный капитал

- Личный социальный капитал: родные, друзья, партнеры - безусловная поддержка
- Команда: “один в поле не воин”
- Сочувствующие: волонтеры, помощники, ситуативная поддержка
- Эксперты: профессиональная поддержка
- Партнеры: бизнес-НКО - лучшее от двух миров

Win-win мышление: не конкуренция, а сотрудничество:

«Хотя мы, как бы, казалось бы, мы конкуренты должны быть, но я этого вообще не чувствую и не считаю. Мне кажется, **чем больше будет таких и мастерских, и каких-то людей, которые будут популяризировать такие редкие, да, там, особые направления, тем лучше**» (Инт. 4, ж, 34, КП, выставочное пространство).



Санкт-Петербург также агрегирует необходимый социальный капитал в лице потенциальных единомышленников. Молодые предприниматели становятся источником поддержки для сообщества, подчеркивая, что **люди – самое главное во всей их деятельности.**

«То есть в других городах, например, если брать маленькие города, это будет совсем другой настрой. Подобные организации, **подобным организациям там очень сложно осваиваться** <...> Размер, менталитет. Все же в городах-миллионниках, у каждого из них своя история. **По-своему люди исторически формируют свои отношения к тем или иным вещам. Петербург в этом плане более лояльный, на мой взгляд**» (Инт. 12, ж, 24, КП, инклюзивный цветочный, магазин).

«Ну, помогает реализации проекта, опять же, люди, прежде всего. **Доступность инфраструктуры, то есть также различные фонды, акселераторы, технопарки, точки кипения.** Это все достаточно хорошо. То есть есть возможность быть в среде предпринимательской. **Это то, чего, думаю, не хватает многим крупным городам**» (Инт. 8, м, 27, КП, экологичная одежда).

Выводы

- Агрегация капиталов - проактивное поведение, готовность бороться за проект
- Общественно-полезная деятельность значимее получения прибыли
- Относительная новизна сферы: необходимость адаптироваться в новых институциональных, политических, экономических условиях
- “Нет худа без добра”: поиск новых возможностей

