

Балашов Юрий Кимович

канд. экон. наук, доцент

ЧУ ВО «Московская академия предпринимательства»

г. Москва

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Аннотация: в статье рассматриваются сущность и существующие предложения методов оценки эффективности социального предпринимательства. Делается вывод об особой актуальности для российской практики социального предпринимательства использование результатов оценки в процессе принятия управленческих решений, создание внутренней культуры оценки.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальное воздействие, социальные инвестиции.

Социальное предпринимательство рассматривается большинством исследователей как институт, который помогает реализовать те функции государства, которые оно не может делегировать классическим (коммерческим) предпринимательским структурам, действующих на рыночных принципах. Так, А. Московская, считает, что социальное предпринимательство решает «те острые проблемы, которые не решаются силами рынка, бизнеса и государства в форме социальной политики...» [5, с. 68].

Ученые, исследующие феномен социального предпринимательства, независимо, зарубежные или российские, согласны с тезисом, гласящим, что его практическая реализация, выражаясь математическим языком, представляет собой пересечение четырех множеств (секторов): рыночного коммерческого, рыночного некоммерческого, благотворительно-альтруистического и государственного [1, с. 31]. Отсюда, опять же, строго математически (и формально логически) вытекает утверждение о том, что социальное предпринимательство это такая его разновидность, которая синтезирует важные черты каждого из них, выдавая на арену общественных отношений совершенно неповторимый

феномен. Соответственно, нельзя раскрыть содержание социального предпринимательства без понимания существенных характеристик каждого из перечисленных секторов социума.

Центральным моментом в самой природе социального предпринимательства является сочетание ведущей роли социальной миссии при одновременном решении коммерческих задач. Основные характеристики социального предпринимательства, с точки зрения этого подхода:

- использование инструментов и подходов бизнеса для достижения социальной цели;
- соединение социального и коммерческого капиталов;
- создание социальной и экономической ценности;
- получение дохода на основе коммерческой деятельности в целях финансирования социальных программ;
- приведение в движение рынком и обусловленность социальной миссией;
- измерение результатов финансовой деятельности и социального эффекта;
- постановка финансовых задач в зависимости от их вклада в достижение общественного блага;
- финансовая свобода (отсутствие ограничений на распределение прибыли);
- ориентация стратегии предприятия на реализацию социальной миссии [3].

Деятельность социальных предпринимателей направлена на создание и приумножение социальной ценности (стоимости), которая проявляется в конечном счете в улучшении социального климата в сообществе, в том числе и за счет обеспечения приемлемой социально-экономической справедливости.

В свете сказанного выше, весьма актуальной является задача оценки эффективности социального предпринимательства, то есть достижений в деле решения названных задач. В зарубежной литературе социальный эффект предпринимательства или эффективность социального предпринимательства принято называть импактом, т. е. значительные или устойчивые изменения в жизни людей, которые происходят из-за определённой деятельности государства, бизнеса и некоммерческого сектора [7].

Измерение социального воздействия предоставляет возможность организации изменить свой подход к работе, придавая смысл и значимость ее деятельности. Основное внимание следует уделять не тому, что социальный предприниматель делает для своих клиентов и в каких масштабах, а как именно это воздействует на жизнь этих людей, какие позитивные изменения оно приносит и какие проблемы решает. Доказанный проект позволяет социальной организации представить его широкой аудитории, привлечь доноров и увеличить масштаб деятельности. Если определенная практика привела к конкретным изменениям в жизни клиентов и эти изменения могут быть подтверждены, то такую практику можно демонстрировать государству и бизнесу, внедрять в другие организации и использовать для решения различных проблем.

Настоящая социальная организация, заботящаяся о благополучии своих клиентов, обязательно проявляет ответственность перед ними. Например, некоммерческая организация, специализирующаяся на работе с детьми-сиротами, стремится к устойчивым изменениям в их жизни. Она предпочитает заниматься социализацией и формированием у детей реалистических представлений, а не дарить новогодние подарки. Таким образом, организация избегает бесполезных и вредных действий, предпочитая приносить реальную пользу своим благополучателям.

В специальной литературе существует много различных подходов и конкретных инструментов для оценки степени такого социального воздействия. А значит, исследователю можно воспользоваться приемом сравнения описанных в научных источниках методов для такой оценки.

Чтобы выявить наиболее подходящий для конкретной задачи метод рекомендуется предпринять следующие шаги.

1. Определение целей и задач, связанных с использованием метода.
2. Описание характеристик «идеального» (универсального) метода, способного наилучшим образом решить поставленные задачи.
3. Уточнение свойств универсального метода путем проведения интервью со специалистами-экспертами, работающими в области оценки результатов социального воздействия на систему общественных отношений [7].

Пример выбора оптимального для конкретной задачи или же «универсального» метода будет представлен ниже. Нами были проведены сравнения описанных в литературе подходов. В качестве источников информации были взяты доступные в сети интернет-сайты, связанные с социальным предпринимательством, социальными предприятиями, инвестициями в социальную сферу. В числе зарубежных следует выделить GIIN, Ashoka, Grameen, Acumen Fund, Big Society Capital, Skoll, Schwab, B-Lab, Social Value International. Среди российских нельзя не заметить фонды «Наше будущее», «Навстречу переменам», «Центр социального предпринимательства и социальных инноваций при ВШЭ», «Социальное предпринимательство», «Форум социальных предпринимателей», портал «Новый бизнес: социальное предпринимательство». На этих сайтах, кроме прочей интересной информации, статистических данных, можно ознакомиться с различными методиками оценки эффективности социального предпринимательства или, как предпочитают говорить зарубежные исследователи, измерения социального воздействия, а также результаты исследований по тематике социального предпринимательства.

Среди чаще всего упоминаемых требований к предлагаемым методикам называются следующие.

1. Результат измерения социального воздействия должен быть понятен и ясен для всех заинтересованных сторон, чтобы они могли четко оценить его значимость.

2. Методика оценки социальных результатов должна быть универсальной, чтобы можно было сравнивать эффекты различных социальных предприятий из разных областей деятельности.

3. Важно, чтобы методика была малозатратной в применении, чтобы не требовала больших ресурсов и времени.

4. Гибкость в оценке социального воздействия позволит применять методику на любых этапах развития социальных предприятий, вне зависимости от их размеров и отраслей.

5. Процесс и результат оценки должны быть прозрачными и поддающимися-

ся верификации, чтобы обеспечить достоверность и объективность данных [1, с. 98].

Критерии для оценки методов социального воздействия определены в результате интервью с экспертами фонда «Наше будущее». Важными факторами являются универсальность, лаконичность, понятность и однозначность результатов. Также необходимо учитывать трудоемкость, гибкость, стоимость применения, транспарентность и открытость методики. Доступность стоимости и открытость информации должны быть обеспечены для всех заинтересованных сторон.

Различные методы оценки эффективности социальных предприятий (социального воздействия) требуют краткого анализа и оценки в соответствии с установленными критериями.

Социальные предприниматели и инвесторы не могут прийти к единому мнению относительно оптимального способа оценки социального воздействия. Большинство из них предпочитает использовать собственные методики в сочетании со стандартизированным списком индикаторов социального воздействия, разработанным участниками Глобальной сети преобразующего инвестирования (GIIN). Результаты исследования, проведенного GIIN, показали, что инвесторы социальных организаций используют различные методики для оценки социального воздействия, полученного в результате инвестиционной деятельности, которые можно классифицировать на следующие группы:

– первая группа включает в себя рейтинги, отражающие социальное воздействие организации или проекта, такие как LEED Ratings, Aeris CDFI Rating System, B Analytics, GIIRS;

– вторая группа состоит из стандартов и принципов отчетности и инвестирования, включающих Global Reporting Initiative, Principles for Responsible Investment, Social Performance Task Force, Sustainable Accounting Standards Board [2, с. 37].

В списке методов оценки воздействия на общество, включены BACO, BRIAF, MOTIV, SROI, которые предназначены для измерения результативности социального инвестирования.

Программные продукты B-Analitics и Global Impact Investing Rating System (GIIRS) оценивают эффективность работы социальных организаций на основе цифровых показателей и ответов на вопросы, введенных представителем компании в онлайн-портале. B-Analitics используется для присвоения рейтинга, который является первым шагом в процессе сертификации B-корпораций. Этот статус получают компании, соответствующие стандартам социальной и экологической ответственности в областях управленческой культуры, политики в отношении работников, охраны окружающей среды и взаимодействия с местным сообществом [4, с. 32].

За рубежом хорошо известна методика Lean-Data, основанная на принципах инновационных решений социальных проблем.

Методика пионерной некоммерческой (социальной) организации «Ашока: новаторы для общества» У. Дрейтона для измерения эффективности, которой сегодня владеет Фонд Ashoka, активно применяется в работе с 1997 года. Она основана на опросах, которые регулярно проводятся среди стипендиатов фонда. На втором этапе этой методики выделяются наиболее значимые и вероятные показатели социального воздействия от заинтересованных сторон, что затем используется для сбора данных. Однако присутствует проблема низкой объективности показателей и отсутствия возможности сравнивать результативность различных социальных предприятий.

Создание программного обеспечения MOTIV от компании Grameen основано на методике, которая включает в себя следующие ключевые аспекты оценки: миссия и обязательства организации, распространение, трансформирующее воздействие и обслуживание клиентов, инвестиционные возможности для бедных и инновации, а также проверка и измерение. Этот продукт был разработан группой компаний Grameen под названием MOTIV.

Оценка соответствия социального предприятия критериям социального бизнеса и инвестиционной политике проводится с использованием программы Grameen, опираясь на полученные значения четырех десятков показателей, охватывающих несколько аспектов социальных действий.

Одной из основных сфер оценки является способность социального предприятия улучшить жизнь людей, находящихся в условиях крайней нужды.

В 2000 году Фонд развития предпринимательства Робертса (REDF), который занимается созданием рабочих мест для людей, сталкивающихся со значительными препятствиями на пути к трудоустройству, разработал и опубликовал методику оценки социального возврата от инвестиций под названием SROI. Согласно данным GIIN, примерно 5 процентов социальных инвесторов используют этот метод. Он основан на анализе соотношения между социальной стоимостью, создаваемой благодаря инвестициям, и самими инвестициями. Чем выше это соотношение, тем более эффективны инвестиции в пользу общества. Среди государств, в которых данная методика получила наибольшее распространение следует назвать Великобританию.

Оценка воздействия общественных вложений применяет стандартную схему ROI, но в альтернативной интерпретации, где в числителе учитываются социальные и экологические результаты, а инвестиции представляют собой вклад всех заинтересованных сторон, а не только инвестора. Формула для расчета возврата на общественные вложения включает в себя разницу между созданной социальной и экологической ценностью и монетизированными результатами проекта за определенный период времени.

Прозрачность этой методики играет ключевую роль в целях актуального анализа и является одним из важных критериев при оценке социального возврата от инвестиций. Оценка социального возврата на инвестиции проводится двумя способами: анализом прошлых вложений и деятельности социального предприятия за определенный период и прогнозированием эффективности будущих инвестиций. Отличительной чертой методики является необходимость приведения всех социальных результатов к денежному эквиваленту, что требует использования специального экономико-математического подхода.

Процесс оценки социального возврата на инвестиции начинается с определения списка заинтересованных сторон и выбора типа расчета и объекта для оценки. Затем создается теория изменений, которая отображает воздействие

инвестиционного объекта на стейкхолдеров, их вложения и воздействие на объект инвестиций, а также процесс формирования социальных результатов для каждой группы стейкхолдеров. Анализ воздействия на общество проводится с учетом вклада сторонних организаций и источников социальных изменений, что позволяет оценить эти результаты.

Методика оценки социального возврата на инвестиции не требует строгого соблюдения определенного объема или частоты сбора данных, что обеспечивает ее гибкость и возможность адаптации к потребностям как социального предприятия, так и инвестора. Одним из преимуществ этой методики является возможность легкого сравнения результатов и вложений для традиционных инвесторов, а также способность привести все выводы и промежуточные результаты к общему стоимостному показателю, что устраняет необходимость в сложной интерпретации данных в дальнейшем.

Наряду с отмеченными преимуществами методика SROI имеет и ряд недостатков. В их числе достаточная сложность и стоимость её реализации. Методика нуждается в поддержании обратной связи с бенефициарами, а также независимой верификации результатов.

Наиболее известный в России институт социального предпринимательства – Фонд «Наше будущее» активно применяет несколько подходов для измерения эффективности работы социальных предприятий, однако базовым является оценка социальной отдачи на инвестиции (Social Return on Investment, SROI) [6, с. 19].

Сегодня для социальных предпринимательских организаций становится актуальным новый вызов – использование результатов оценки в процессе принятия управленческих решений, что является важным аспектом в обеспечении полезности оценки для всех участников. Необходимо наличие системы, которая не только принимает рекомендации, но и обеспечивает их распространение среди всех заинтересованных лиц, а также контролирует их применение. Для решения этих вопросов социальным предпринимательским организациям необходимо создать внутреннюю культуру оценки, которая представляет собой

набор ценностей и отношений, способствующих систематическому анализу миссии, стратегий, целей, а также опыта реализации программ и проектов.

Культура оценки предполагает, что компания имеет сформулированные принципы и подходы к оценке ценности, качества и эффективности реализуемых социальных программ, а также внутренний экспертный потенциал, стратегию создания социальной ценности, соответствующую обеспечивающую бизнес-стратегию.

Список литературы

1. Барина В. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России / В. Барина – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. – 184 с.
2. Зверева Н.И. Обзор методов оценки результатов деятельности социальных предприятий / Н.И. Зверева // Контроллинг. – 2019. – №2 (72). – С. 34–48.
3. Кадол Н.Ф. Развитие социального предпринимательства в странах Европейского союза / Н.Ф. Кадол // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2020. – №3 (63) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/6301/> (дата обращения: 29.05.2024).
4. Международные подходы к оценке воздействия социальных предприятий. – М.: Благотворительный фонд «Культура благотворительности», 2023. – 40 с.
5. Московская А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / А. Московская. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 254 с.

6. Социальное предпринимательство в России перспективы развития. Аналитический отчет по результатам исследования. Исследование выполнено при поддержке Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» (v2.4 от 02.04.2021). – М.: Благотворительный фонд «Культура благотворительности», 2021. – 58 с.

7. Скудалова О.В. Оценка эффективности деятельности социально ориентированных предприятий в современных экономических реалиях / О.В. Скудалова // Электронный научно-практический журнал «ИнноЦентр». – 2018. – №4 (21).