

Подходы к оценке социальных результатов для социального предпринимательства

Во всем мире наблюдается значительный рост интереса к измерению социального воздействия¹ и социальных результатов. Это во многом связано с глобальным финансовым кризисом, который определяет заинтересованность доноров и инвесторов вкладывать имеющиеся ресурсы в те инициативы, которые демонстрируют не только финансовую устойчивость, но и решение или снижение остроты социальных проблем. Кроме того, произошло осознание того факта, что измерение социальных результатов позволяет повысить эффективность предприятия (проекта), а также в большей степени удовлетворять потребности своих благополучателей и клиентов.

Для социального предпринимательства оценка социальных результатов также имеет большое значение. Как уже обсуждалось ранее, термин «социальное предпринимательство» содержит два слова, каждое из которых весьма важное. Если говорить о первом, то именно социальные результаты, получаемые предприятием, характеризуют его «социальность». Каждый признак социального предпринимательства так или иначе подчеркивает его основную цель – «смягчение или решение социальных проблем»:

– **Социальное воздействие – целевая направленность на решение/смягчение существующих социальных проблем, устойчивые позитивные измеримые социальные результаты;**

– **Инновации – применение новых, уникальных подходов, позволяющих увеличить социальное воздействие;**

– **Самоокупаемость и финансовая устойчивость – способность социального предприятия решать социальные проблемы до тех пор, пока это необходимо и за счет доходов, получаемых от собственной деятельности;**

¹ Подробнее о различных формулировках термина «социальное воздействие» см. раздел 1.4 учебного пособия.

– Масштабируемость и тиражируемость – увеличение масштаба деятельности социального предприятия (на национальном и международном уровне) и распространение опыта (модели) **с целью увеличения социального воздействия;**

– Предпринимательский подход – способность социального предпринимателя видеть провалы рынка, находить возможности, аккумулировать ресурсы, разрабатывать новые решения, **оказывающие долгосрочное позитивное влияние на общество в целом».**

Необходимость оценки социальных результатов в социальном предпринимательстве представляет собой встречный процесс. Для социальных предпринимателей представляют интерес конкретные, простые и удобные инструменты для оценки и самодиагностики – в какой мере социальное предприятие приближается к решению заявленных социальных задач, к своей социальной миссии. А для финансирующих их структур и людей (государства, социальных инвесторов, благотворительных фондов, частных лиц и пр.) – еще и в какой мере данное предприятие вообще можно считать социальным? Насколько обоснована его финансовая поддержка и преференции именно в контексте социального предпринимательства?² Ответы на эти вопросы связаны с процессами управления социальным воздействием – планированием, измерением и оценкой социальных результатов.

Что же такое социальный результат и как он создается? Как оценить эффективность, результативность и экономичность социального предприятия?

Рассмотрим стандартную цепочку социальных результатов (Рисунок 1).

² См., например, Тесты социальной эффективности (Social Impact Tests), которые инвестиционная команда Капитал Большого общества (BSC) использует для оценки заявок на получение финансирования. Инструмент включает два больших раздела – «Социальная эффективность» (Social Impact) и «Риски, процессы и руководство» (Risk, Process and Governance). «Тесты социальной эффективности» [Big Society Capital: Social Impact Tests], <http://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2015/09/Social-Impact-Assessment-Matrix-19-05-15-Rus-Final.pdf>

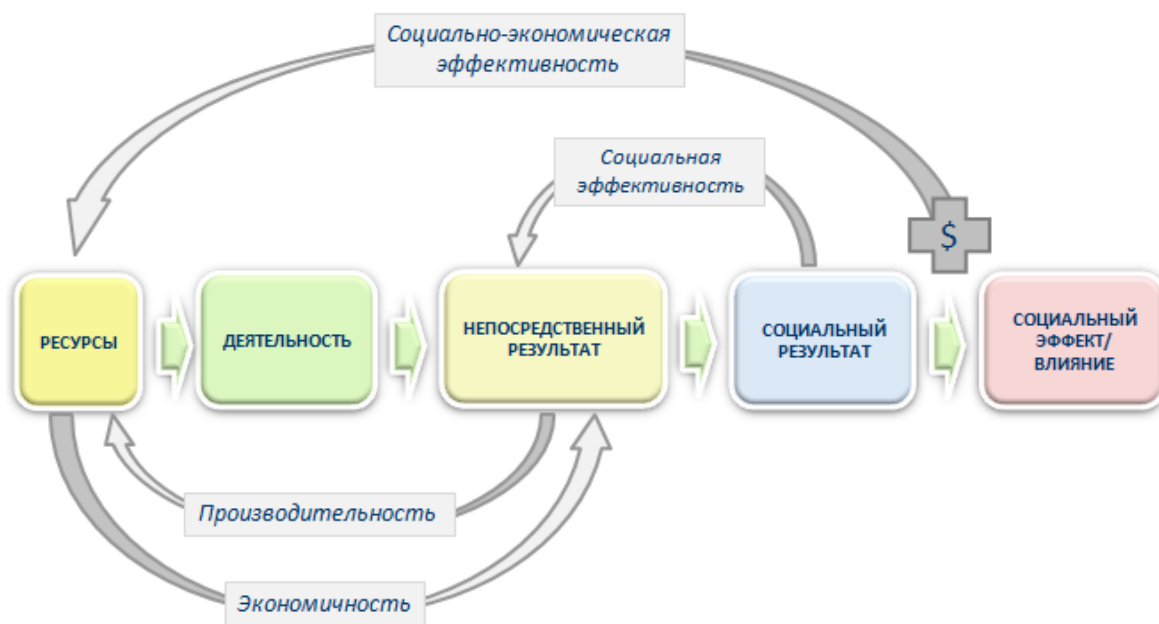


Рисунок 1. Цепочка социальных результатов и виды эффективности

Ресурсы/вход (inputs) – все, что необходимо для реализации проекта или предприятия: человеческие, материальные, организационные, информационные и прочие ресурсы.

Деятельность (activities) – конкретные действия, осуществляемые в рамках проекта /предприятия для достижения целей и задач, а именно мероприятия по использованию исходных ресурсов и превращению их в непосредственные результаты. Например, оказание конкретных социальных услуг.

Непосредственные результаты (outputs) – все, что непосредственно производится в процессе деятельности. Например, количество малообеспеченных семей, которые ежегодно получают услуги социального предприятия; ежегодный объем произведенной продукции и пр.

Социальные результаты (Outcomes) – изменения, которое преднамеренно или непреднамеренно произошли вследствие осуществления деятельности. Для социальных предприятий, связанных с оказанием услуг, это главным образом изменения состояния, поведения, статуса благополучателей (клиентов). В отличие от непосредственного результата, социальный результат – это не то, что «произвело» предприятие, а последствия

деятельности для благополучателей (клиентов), изменения в их поведении. Например, это число малообеспеченных семей, у которых стабильно повысился доход благодаря деятельности предприятия; число граждан с ограниченными физическими возможностями, которые трудоустроены на предприятии; доля клиентов, у которых зафиксировано улучшение психологического состояния и пр.³;

Социальное воздействие / социальный эффект (Impact) – те благоприятные изменения, которые ожидаются от деятельности предприятия. Эти результаты проявляются, например, в изменении условий воспитания детей, здоровья клиентов, их трудоустройства или доходов. Определение социального эффекта – одна из самых сложных задач. В отличие от социальных результатов, социальные эффекты обычно отдалены по времени и показывают не только изменения (поведения, восприятия, отношения) у благополучателей (клиентов), но и те положительные результаты, которые могут произойти как следствие этих изменений не только у непосредственных клиентов (благополучателей), но и в обществе в целом. Например, это доля клиентов (неблагополучных подростков с девиантным поведением), которые после участия в деятельности социального предприятия (фитнес-центра), получили образование, а в последующем – хорошо оплачиваемую работу; снижение уровня подростковой преступности в районе, где расположено указанное социальное предприятие (фитнес-центр) и пр.

Производительность (результативность) – это отношение объема ресурсов к объему полученных результатов.

Экономичность – это соотношение объема используемых ресурсов на единицу создаваемого результата.

Социальная эффективность – это соотношение социальных и непосредственных результатов деятельности.

³ См. базу социальных результатов и соответствующих им показателей на ресурсе <http://socialvalue.ru/>.

Экономическая эффективность – это соотношение финансовых результатов деятельности и затрат на их осуществление.

Социально-экономическая эффективность – это отношение социальных результатов и воздействия, которые могут быть измерены в денежном выражении, к стоимости затраченных на это ресурсов.

Управление социальным воздействием и социальными результатами – весьма важная, но непростая задача. Аналогично тому, как социальное предприятие планирует и выстраивает систему измерения финансовых показателей и целей, социальному предпринимателю необходимо четко определить и свои социальные цели. А соответственно, разработать план и показатели для их достижения, для измерения прогресса на этом пути.

В международной практике для оценки социальных результатов в сфере социального предпринимательства используется практически весь спектр подходов и методов⁴, традиционно применяемых при оценке социальных программ и проектов. С развитием рынка социальных инвестиций получает развитие и практика стандартизации инструментов измерения социальных результатов и социальные инвесторы играют в этом ведущую роль. Однако в социальном предпринимательстве есть и своя специфика:

1) социальное предпринимательство характеризуется разнообразием природы, целей деятельности, типов предприятий, а соответственно, сложно найти общие релевантные показатели, обеспечивающие точность, сопоставимость и сравнение данных;

2) важность ряда критериев успеха социального предприятия и достижения им социальных целей, которые обычно отсутствуют при оценке благотворительных или коммерческих проектов. Например, лидерские качества и личностный рост социального предпринимателя, развитие контактов и связей в сообществе;

⁴ Подробнее см. Оценка социальных результатов для социального предпринимательства (презентация). М.: Филиал некоммерческой организации «Эволюшн энд Филантропи» в РФ, 2015. http://ep.org.ru/wp-content/uploads/2015/02/SE_social_results_2014.pdf

3) необходимость использования творческого, нестандартного подхода к оценке социального предпринимательства – одновременная оценка как социальных, так и бизнес-результатов. И в этом смысле особый интерес представляют удобные инструменты для самооценки социальных предпринимателей – как не упустить бизнес, но и не потерять свою социальную миссию;

4) более частые контакты и большая непосредственная вовлеченность организаций, финансирующих социальных предпринимателей, на всех этапах проведения оценки.

Рассмотрим подходы, которые наиболее популярны в международной практике при оценке социального предпринимательства⁵.

1) Стоимостные оценки социальных результатов

Стоимостные оценки весьма приветствуются со стороны доноров и инвесторов. Оценка затрат, которые несет общество из-за преступности, бедности, наркомании и т.д., которые решает социальный предприниматель, позволяет продемонстрировать вносимый им экономический вклад.

Примеры социальных результатов, к которым в большей степени применимы стоимостные оценки, - те, которые в той или иной степени уже связаны с финансами:

- Рост доходов (или экономии расходов) благополучателей и членов их семей непосредственно после получения услуг социального предприятия или в определенный период в будущем;
- Изменение доходов и расходов других членов общества вследствие изменения состояния участников социальных программ;
- Экономия общественных ресурсов в результате сокращения потребности в государственной поддержке отдельных категорий граждан;

⁵ Оценка социальных результатов для социального предпринимательства (презентация). М.: Филиал некоммерческой организации «Эволюшн энд Филантропи» в РФ, 2015. http://ep.org.ru/wp-content/uploads/2015/02/SE_social_results_2014.pdf.

- Изменение (сокращение) спроса на специализированные социальные услуги;
- Увеличение общественных доходов за счет увеличения занятости или производительности благополучателей (клиентов).

Существует два основных подхода при проведении стоимостных оценок – анализ затрат к полученным результатам либо к извлеченным выгодам:

Анализ затраты-результативность (cost-effectiveness analysis, СЕА) используется в ситуациях, когда денежное выражение созданных социальным предприятием «выгод» или результатов невозможно или нецелесообразно – если социальное воздействие производится для разных сфер, или создаются результаты, которые измеряются в разных единицах измерения (например, «сохраненные годы жизни» и «количество детей, окончивших среднюю школу»). В этом случае невозможно объединить такие единицы, и становится невозможным измерить суммарную эффективность.

Анализ затраты-выгоды (cost-benefit analysis, СВА)⁶ – это подход, в котором затраты измеряются в соотношении с разнообразными результатами и эффектами социального предприятия. Производится учет чистой выгоды и в отношении общества в целом, и в отношении различных заинтересованных сторон. Инструмент позволяет принимать обоснованные решения по широкому спектру социальных результатов, принимать решения о приоритетах в финансировании. Однако данный метод не позволяет учесть весь спектр социальных выгод и затрат (явных и неявных).

Основные различия в многочисленных стоимостных подходах – это определение того, как определяются социальные результаты, как именно рассчитываются затраты, как социальные результаты или выгоды преобразуются в натуральные единицы или монетизируются.

⁶ Российский пример на базе практического кейса Благотворительного детского фонда «Виктория» см. «Рекомендации по оценке социально-экономической эффективности социальных программ: определения, подходы, практический опыт», http://ep.org.ru/wp-content/uploads/2015/02/ozenka_soc-economy_effectivnosty.pdf

Пример: «Аланский Дом»

Социальное предприятие (Великобритания), которое оказывает помощь женщинам – бывшим осужденным, не совершить повторное преступление. Ежегодно через Дом проходит около 200 женщин, затраты составляют около 200-300 тыс. фунтов в год.

Социальные результаты – позитивные изменения в жизни женщин, их детей и семей, местного сообщества и потенциальных работодателей. В результате деятельности социального предприятия женщины обзаводятся собственным жильем, заботятся о детях и забирают их из-под опеки государства, получают работу. Такие социальные результаты входят в сферу интересов следующих стейкхолдеров:

- система правосудия (сокращение рецидивов),
- чиновники здравоохранения (сокращение травм, запущенных болезней и проблем, вызванных употреблением наркотиков, предотвращение сексуальной работоторговли),
- социальные службы (увеличение заботы о детях),
- жилищные и другие службы (обеспечение жильем и устойчивость местного сообщества).

Стоимостная оценка социального воздействия для перечисленных стейкхолдеров составляет около 40 млн. евро за один год (около половины – за счет экономии для системы правосудия и пенитенциарной системы). Таким образом, данное социальное предприятие оправдывает вкладываемые в него средства.

Основное ограничение стоимостных оценок социальных результатов – высокие затраты (временные, финансовые, интеллектуальные и пр.) на их проведение. Это существенно ограничивает их распространение в сфере социального предпринимательства.

2) Гибкие, прагматичные методы оценки

Учитывая высокие затраты (временные и финансовые) на сбор и анализ данных о полученных социальных результатах, в сфере социального предпринимательства весьма востребованы гибкие и прагматичные подходы к целям и самому процессу оценки социальных результатов.

В частности, в 2015 году международная организация Acumen⁷ запустила методологию «Бережливой»⁸ оценки (Lean Data)⁹ для оценки эффективности социального предприятия.

Отправная точка исследования – что именно сам социальный предприниматель не знает и хотел бы знать о своих клиентах (благополучателях). Методология позволяет упростить сбор данных, их анализ и интеграцию в процесс принятия решений:

- **Со-трудничество.** Отсутствие единого, подходящего для всех организаций подхода к оценке. Lean Data ставит вопрос о том, какими видят желаемые изменения социальные предприниматели, а затем начинается совместная работа над сбором данных, которые помогут ответить на наиболее важные вопросы;

- **внимание к клиенту (благополучателю).** Lean Data переносит фокус оценки с доноров / инвесторов и помогает услышать мнение конечных потребителей, чтобы организация могла делать продукты и сервисы, которые лучше решают их социальные проблемы;

- **польза полученных данных.** Lean Data не предполагает создание отчетов для инвесторов, а нацелена на формирование постоянного потока информации от потребителей, чтобы помочь социальному предпринимателю принимать лучшие решения;

- **экономичность.** Благодаря широкому использованию информационных технологий, Lean Data позволяет быстро собирать данные,

⁷ <http://acumen.org/>

⁸ Аналогично, «бережливый стартап» (lean startup) – концепция предпринимательства Э.Риса.

⁹ Подробнее см.: Измествева Е. Методология Lean Data для оценки эффективности организации, <https://te-st.ru/2016/06/30/lean-data/>.

с минимальными временными и финансовыми затратами на проведение исследований.

3) Единая рамка для управления социальным воздействием

Ряд экспертов и практиков предупреждают о невозможности создания универсального подхода, а также нецелесообразности «спустить сверху» один единственный набор показателей для измерения социальных результатов, так как весьма разнообразны социальные проблемы, которые решают социальные предприятия, а также их действия, масштабы, благополучатели и пр. Более практический подход в такой ситуации – предложение широкого набора (рамки) рекомендованных показателей, подходящего для большинства разновидностей социальных предприятий.

Именно по такому пути восходящей, а не нисходящей линии предписаний пошла Европейская комиссия, предложив **Стандарт по измерению социального воздействия**¹⁰, который служит руководством для социальных предпринимателей и финансирующих их структур¹¹. В основе стандарта – руководство «Социальное воздействие: измерение и управление»¹², разработанное Европейской ассоциацией венчурной филантропии.

Единство Стандарта обеспечивается не за счет набора единых показателей или одного единственного инструмента, а за счет единообразия **этапов (или шагов) управления социальным воздействием** (Рисунок 2):

1. **Постановка задач:** какова главная социальная проблема, которую пытается решить социальный предприниматель (природа, масштаб проблемы, целевые группы)? Какие действия предпринимаются для

¹⁰ Европейский Стандарт по измерению социального воздействия официально одобрен GECES (Европейская комиссия по делам социального предпринимательства) 3 июня 2014 года. Подробнее см.: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/expert-group/social_impact/140605-sub-group-report_en.pdf.

¹¹ См. также Оценка преобразующего воздействия. Рекомендации GIIN (Global Impact Investing Network), <http://ipe-lab.com/ru/press/otsenka-preobrazuyushchego-vozdeystviya-rekomendatsii-giin/>

¹² A practical Guide To Measuring And Managing Impact. EVPA, 2013. Подробнее на русском языке см. <http://bit.ly/29jGfOq>.

решения проблемы? Какие есть ресурсы и какие нужны для осуществления действий? Каковы ожидаемые социальные результаты?

2. **Анализ стейкхолдеров** (заинтересованных сторон): перечень ключевых стейкхолдеров и их ожиданий, каковы «выгоды» каждого из них, кто именно делает вклад в деятельность предприятия, что именно и в каком виде?
3. **Измерение результатов**: определите (на основе перечня непосредственных и социальных результатов, а также социального воздействия) перечень измеряемых показателей, которые покажут, что удалось достичь социальному предпринимателю; подумайте, как эту информацию можно просто и понятно представить ключевым стейкхолдерам?;
4. **Проверка и оценка социального воздействия**: оценка того, были ли достигнуты запланированные результаты на практике, насколько они очевидны и ценны для стейкхолдеров;
5. **Отчитывайтесь, учитесь на ошибках и развивайтесь**: как только услуги/продукты произведены и появляется возможность измерить их эффективность, необходимо обеспечить регулярную публикацию отчетов об измерении для внутренней и внешней аудитории.



Рисунок 2. Управление социальным воздействием: основные шаги

Все эти пять шагов рекомендуется выполнять в указанной последовательности, постоянно возвращаясь к предыдущим по мере накопления информации и опыта.

Пример. Программа «Кения»

Социальные инвестиции в социальное предприятие, которое создает санитарную инфраструктуру в Кении.

Социальная проблема: 2,6 млрд чел. без доступа к адекватной санитарии, несмотря на миллиарды внешней помощи. Это приводит к болезням, загрязнению воды: более 1,7 млн. смертей и экономические потери 84 млрд долларов в год.

В Кении 8 млн человек не имеют доступа к адекватной санитарии.

Виды деятельности: I) создание сети недорогих санитарных центров в трущобах; II) распространение через франчайзинг для местных предпринимателей; III) сбор образующихся отходов; IV) переработка отходов в электричество и удобрения.

Ресурсы:

оборудование – санитарные центры, транспортные средства для сбора, автоклавы для преобразования отходов в удобрения и для выработки электроэнергии;

персонал – квалифицированный персонал в Кении контролирует строительство канализаций санитарных центров и отбора франчайзеров, сотрудники для сбора отходов и транспортировки, операторы реакторов для производства электроэнергии и удобрений;

партнеры – специалисты, содействующие внедрению – преподаватели, инженеры, микрофинансовые организации, доноры.

Ожидаемые положительные социальные результаты

на местном уровне:

- расширение доступа к средствам санитарии обитателям трущоб,
- увеличение занятости для обитателей трущоб,

- улучшение здоровья для пользователей санитарными услугами;
- увеличение доходов для операторов санитарных услуг;
- улучшение экологической ситуации (меньше отходов в воде).

на национальном уровне:

- снижение перебоев в энергоснабжении,
- снижение выбросов углекислого газа,
- уменьшение зависимости от импорта удобрений,
- уменьшение использования химических удобрений, наносящих вред экологии.

Потенциальные негативные социальные результаты:

- потери для занятых в действующих системах традиционной санитарии;
- потери для занятых в действующих компаниях, связанных с удобрениями.

Определение стейкхолдеров и выявление их ожиданий:

- Операторы санитарных систем;
- Пользователи санитарных систем;
- Обитатели трущоб;
- Государственная служба здравоохранения и санитарии;
- Микрофинансовые организации;
- Правительство;
- Фермеры;
- Существующие энергетические компании;
- Существующие компании, поставляющие удобрения;
- Работники санитарных предприятий;
- Социальные инвесторы;
- Мусоросборщики.

Учитывая ресурсы и начальный этап программы, наиболее актуальны для достижения миссии 3 группы, о чьих ожиданиях можно предполагать

следующее:

- **пользователи:** заплатят деньги за услугу и рассчитывают, что туалет будет чистый и, возможно, ожидают, что будет меньше проблем со здоровьем.
- **операторы:** получают доход от туалетов, оплатят взнос за франшизу; ожидают устойчивый поток клиентов и необходимую поддержку франчайзера, если возникнут к-л проблемы,
- **обитатели трущоб:** если установка санитарных систем приводит к уменьшению отходов в трущобах, то у всех жителей могут снизиться проблемы со здоровьем. Но маловероятно, что жители трущоб обязательно будут иметь такое ожидание.

Ожидаемые результаты

Непосредственные результаты:

- N установленных туалетов
- \$ выручка от продаж
- N операторов
- N пользователей туалетов
- N посещений
- Рост доходов операторов
- Кг собираемых отходов (и обработанных)
- КВт произведенной энергии
- \$ выручка от продаж
- Кг произведенного удобрения
- Кг проданного удобрения
- \$ выручка от продаж

Социальные результаты:

- Расширение доступа к санитарии для обитателей трущоб
- Рост занятости среди обитателей трущоб
- Улучшение здоровья пользователей и в целом обитателей трущоб
- Улучшение экоситуации в трущобах (меньше отходов в воде)
- Снижение выбросов

- Снижение зависимости от дорогостоящих импортных удобрений
- Снижение зависимости от хим. Удобрений

Социальные эффекты:

- Улучшение физического благополучия (ниже уровень заболеваемости)
- Улучшение материального благополучия
- Повышение энергобезопасности
- Улучшение окружающей среды

Проверка и определение ценности:

1) технической помощи, предоставленной социальным предприятиям:

Отслеживается вся безвозмездная помощь (затраченное время, ее реальная или приписываемая стоимость) для ежегодного подсчета ее рыночной стоимости. Первоначальный подсчет разрабатывался и производился с помощью внешнего консультанта, далее благодаря созданным настройкам уже без внешнего консультирования – в целях сокращения расходов. Также инвестор собирает всевозможные подтверждающие данные с помощью кабинетного исследования (отслеживаются данные о заболеваемости), проводится сравнительный анализ (сбор о деятельности и результатах аналогичных предприятий, работающих в сходных условиях).

2) социальных результатов деятельности:

Инвестор пока не работает с социальными предприятиями по вопросам стоимостной оценки результатов их деятельности, так как они не обладают достаточными ресурсами для применения приемлемых оценочных методик (восприятие ценности/цены, индекс выхода из бедности). Считается, что на начальной стадии жизни предприятий им лучше потратить время на доработку бизнес-модели и консолидацию продаж вместо того, чтобы перегружаться «требовательными» индикаторами и реагированием на другие запросы со стороны инвестора.

В сотрудничестве с другими инвесторами создан удобный шаблон для внутреннего мониторинга и отчетности по социальным результатам (наряду с

финансовой информацией). Привлечены специалисты на условиях про боно.

Европейская Комиссия проводит большую разъяснительную работу для социальных предпринимателей и финансирующих их структур, рассказывая о преимуществах управления социальным воздействием. В первую очередь, это упрощение процесса измерения социального воздействия – возможность сокращения расходов на отчетность, более рациональное расходование ресурсов социальных предпринимателей за счет введения единого стандарта (как правило, у каждого донора и инвестора свои, зачастую очень разнообразные требования к отчетности и условиям предоставления средств).

Другой международный пример нисходящего регулирования и внедрения практик оценки социальных результатов – **Закон о социальной ценности** (The Public Services (Social Value) Act), принятый в Великобритании в 2013 году¹³.

Под социальной ценностью понимаются социальные и экологические блага, которые могут быть созданы в дополнение к выгодам непосредственно от самих закупаемых услуг, в первую очередь для соответствующей территории.

Закон вводит для органов власти требование до проведения закупок услуг учесть:

- а) каким образом закупаемые услуги могут улучшить экономическое, социальное и экологическое состояние соответствующей территории;
- б) каким образом процедура закупки гарантируют такое улучшение.

Закон стал ответом Великобритании на финансовый кризис – вместо сокращения государственного финансирования предложен новый подход предоставления услуг, оценка среднесрочных результатов через призму социальных и экологических последствий. Закон предоставляет возможность

¹³ Подробнее см. Международная практика господдержки и регулирования в сфере социального предпринимательства Закон о социальной ценности (The Public Services (Social Value) Act (презентация). М.: Филиал некоммерческой организации «Эволюшн энд Филантропи» в РФ, 2014, <http://ep.org.ru/wp-content/uploads/2015/02/Social Value Act 2014.pdf>

еще до процесса закупок выявить не только менее затратные предложения, но и более эффективные (в том числе в социальном и экологическом плане).

Реализация Закона способствует также развитию социального предпринимательства, так как учитывается не только их экономический, но и социальный вклад.

Пример: социальное предприятие Fresh Pastures (Великобритания)¹⁴

Предприятие оказывает услуги по поставке молока в местные школы.

Социальные результаты:

- трудоустройство длительно безработных граждан или граждан с ограниченными физическими возможностями;
- повышение информированности школьников по вопросам утилизации мусора (проведение сотрудниками предприятия образовательных мероприятий в школах);
- сокращение бытовых отходов: одновременные услуги по сбору и ресайклингу использованных картонных пакетов от молока.

Доказательная база для проведения оценки социальных результатов

Как и в любых других исследованиях, качество проведенной оценки и ее выводов во многом зависит от представленной доказательной базы. Социальные предприниматели и финансирующие их структуры могут выбирать между тремя опциями:

1) Верификация (проверка) данных - поиск всех необходимых подкрепляющих доказательств и раскрытие всех источников информации этих доказательств. Это обычная часть любого исследования, которая может быть выполнена самим социальным предпринимателем, инвестором или внешними организациями.

¹⁴ Оценка социальных результатов для проектов социального предпринимательства (презентация). М.: Филиал некоммерческой организации «Эволюшн энд Филантропи» в РФ, 2014. http://ozenka.info/usefuldata/materiali_s_konferencii_11-2014/social_predprinimatelstvo/213_file_1.pdf

2) Независимая экспертиза предполагает привлечение независимой организации (специалиста), которая проведет экспертизу всего процесса измерения социальных результатов, полученных данных и даст оценку достоверности и надежности методов и процесса сбора информации, а также выводов о достигнутых социальных результатах.

3) Аудит социальной эффективности – более формальный подход, требующий предоставления письменного заверения, аналогично финансовому аудиту¹⁵. В ходе такой проверки специалисты оценивают, например, прозрачность, готовность к обмену опытом, экономическую целесообразность и реалистичность инициативы. Отчеты о результатах аудита включает краткое заключение о социальной эффективности и рабочих процессах организации, а также комплект сопроводительных материалов. Аудит может проводиться как по запросам социального предприятия, желающего продемонстрировать достигнутые социальные результаты, так и по просьбе доноров, которые хотят вложить ресурсы в самые перспективные предприятия. Если социальная эффективность не будет подтверждена, организация сможет воспользоваться отчетом для обучения своей команды и улучшения своих услуг, программ и стратегий.

Основные проблемы на пути разработки системы оценки социальных результатов:

Отсутствие простых и практичных инструментов. Большое количество инструментов измерения, сложности технологического и финансового характера приводят к тому, что многие социальные предприниматели не измеряют и не оценивают свои социальные результаты, либо делают это нерегулярно, без системного подхода.

Недооценка качественных изменений. Количественные показатели не всегда отражают важнейшие качественные изменения в жизни благополучателей или общества.

¹⁵ Аудит социальной эффективности (пример), <http://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2015/07/Impact-Audit-Rus-.pdf>

Ложные цели и показатели («снятие сливок» или «сбор лучших вишен»): выбор более «легких» благополучателей для предоставления услуг для демонстрации больших успехов в достижении социальных результатов. Система измерения социальных результатов должна мотивировать социального предпринимателя выбирать такие цели, которые позволили бы добиваться поставленных показателей, обеспечивающих достижение социального воздействия;

Манипуляции и «азартные игры»: При использовании любой системы измерения всегда будут те, кто пытается переиграть систему, чтобы получить более «красивый» отчет о достигнутых социальных результатах.

Отсутствие гибкости: Вне зависимости от того, достигнуты ли запланированные социальные результаты, среда, в которой действовало социальное предприятие, уже изменена. Социальные потребности находятся в постоянном движении. Любая система измерения должна учитывать необходимость изменений, каждые 3-5 лет необходимо проводить ее настройку и коррекцию.

Пропорциональность и сбалансированность: усилия, вкладываемые в систему измерения социальных результатов и уровень точности должны быть соразмерны.

Чрезмерная бюрократия: система измерения социальных результатов должна помогать, а не забирать у социального предпринимателя и без того дефицитные ресурсы; не тормозить принятие решений, что весьма критично для социального предпринимательства, которое должно быстро и гибко реагировать на потребности рынка и стейкхолдеров.

Выводы и рекомендации

- ✓ Планируйте социальный результат с учетом цепочки социальных результатов.
- ✓ Изначально планируйте систему измерения и оценки социальных результатов. Используйте для этого, например, европейское

Руководство по планированию и измерению социального воздействия.

- ✓ Активно используйте опыт других предпринимателей и организаций, общие базы социальных результатов и показателей. Например, Матрица социальных результатов¹⁶, российская база социальных результатов и показателей¹⁷.
- ✓ Ищите зависимость между финансовыми и социальными результатами предприятия (проекта).
- ✓ Нарращивайте экспертизу и потенциал, консультируйтесь с коллегами и экспертами в области оценки социальных результатов, участвуйте в мероприятиях по оценке социальных результатов¹⁸.
- ✓ Ищите способы, как доступно и понятно рассказать о полученных Вами социальных результатах вашим целевым аудиториям – клиентам, донорам и инвесторам, партнерам, органам власти, обществу¹⁹.

¹⁶Книга передовой практики содействия социальным преобразованиям, <http://socialvalue.ru/wp-content/uploads/2015/02/Outcome-Matrix-rus.pdf>

¹⁷ <http://socialvalue.ru/>

¹⁸ Например, <http://ep.org.ru/?tag=social-entrepreneurship>

¹⁹ См., например, Кодекс добросовестной практики содействия социальным изменениям [The Code of Good Impact Practice], <http://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2014/12/31-Code-of-Good-Impact-Practice-Rus.pdf>