

Анализ социальной эффективности инвестиций в коммерческие проекты

Ковалев Николай Васильевич

ЕУ

Кафедра экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета
nickkovalev@mail.ru

РЕФЕРАТ

В статье рассматривается понятие социальной эффективности инвестиций и способы ее оценки. Анализируется возможность применения критерия социальной эффективности к сугубо коммерческим проектам.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

социальная эффективность инвестиций, SROI, социальный доход, социальная ценность

Kovalev N. V.

Analysis of the Social Efficiency of Commercial Projects Investments

Kovalev Nikolay Vasilyevich

ЕУ

Department of Economics and Management in the service sector Saint-Petersburg State Economic University (Russian Federation)
nickkovalev@mail.ru

ABSTRACT

The article examines the concept of social efficiency of investments and methods to evaluate that social efficiency. The possibility of applying the criterion of social efficiency to purely commercial projects is analyzed.

KEYWORDS

social efficiency of investments, SROI, social value

В российских и иностранных исследованиях, посвященных социальной эффективности инвестиций, основной упор делается на анализ непосредственно социальных инвестиций, направленных исключительно на социальные цели, либо на анализ социально-экономических инвестиций, с четко выраженным социальным аспектом [1, 3, 5, 7]. При этом необходимость в таком анализе выявляется в основном у предприятий «третьего сектора» экономики¹. В то же время возможное влияние такого анализа на сугубо коммерческую деятельность практически не рассматривается. С точки зрения автора, анализу социальной эффективности инвестиций в коммерческие проекты уделено недостаточно внимания.

В настоящее время одним из наиболее популярных способов оценки социальной эффективности инвестиций является расчет показателя SROI (англ. Social Return on Investment), который именуют «социальная эффективность инвестиций», «социальный возврат на инвестиции», «социальная отдача от инвестиций» и др. SROI базируется на концепции определения и учета ценности, создаваемой или уничтожаемой в результате какой-либо деятельности. При этом понятие ценности оказывается

¹«Третий сектор» — это понятие, обобщающее в себе весь спектр существующих некоммерческих организаций. В одних странах их называют неправительственными, в других — общественными, в третьих — добровольными, благотворительными, неприбыльными.

гораздо шире величины, рассчитываемой с помощью рыночных цен. Цель SROI — повысить уровень благосостояния людей посредством учета ценности в ее наиболее широком смысле.

Впервые концепция SROI была представлена американским фондом Roberts Enterprise Development Fund (REDF)¹. Впоследствии она была доработана компанией New economics foundation (Nef)², а в 2005 г. международное сообщество The SROI Network³ согласовало единую методику анализа социальной эффективности [7], которая включает три вида дохода [3]:

1. Экономический доход, включающий все финансовые поступления от определенного проекта или организации.
2. Социально-экономический доход, являющийся экономией государства или общества при отказе от социальных трансфертов, а также увеличением личных доходов и налоговых поступлений при потреблении.
3. Социальный доход (социальная ценность) представляет собой менее ощутимые эффекты, например, такие как увеличение самоудовлетворения, повышение самооценки и личной независимости, а также уровня знаний и навыков.

Величины этих доходов выражаются в денежном, количественном или качественном виде. При этом несмотря на то, что два последних аспекта являются очень важными характеристиками концепции SROI, именно монетизация показателей играет доминирующую роль. Такую монетизацию, особенно в отношении социального дохода, очень сложно провести по всем его показателям, поэтому учет социального дохода методологически является более сложным процессом, чем учет экономического дохода.

Изначально концепция SROI разрабатывалась в большей степени для благотворительных организаций. Однако ее использование при разработке и анализе коммерческих проектов также может быть полезно. Например, для организаций из государственного сектора или с государственным участием, а также для организаций коммерческого сектора в случае необходимости прохождения общественных слушаний, экспертиз, при получении различных видов государственной поддержки, для организации или увеличения эффективности программ корпоративной социальной ответственности, при построении взаимоотношений с клиентами, контрагентами и персоналом.

О применении концепции SROI в коммерческих организациях говорится, например, в [2, 4, 5, 6], однако такое применение касается в основном сугубо социальных проектов. О возможном положительном эффекте использования SROI при анализе рисков воздействия бизнеса на общество или определении возможных путей выстраивания своих бизнес-целей в соответствии с целями общества в целом, который в свою очередь может привести к созданию возможностей для появления новых или улучшенных товаров и услуг, упоминается в [5].

Задача SROI — как можно точнее оценить создаваемую или теряемую стоимость, таким образом, в центре концепции SROI лежит оценка, инструментом которой выступает монетизация [7]. Инструмент SROI позволяет сопоставить позитивные социальные эффекты (в денежном эквиваленте), полученные от реализации отдельных инвестиционных проектов или ведения деятельности компании в целом, с соответствующими затратами всех заинтересованных сторон на эти проекты или деятельность.

Стоит отметить, что измерение социального дохода рыночными стоимостями воспринимаемых выгод (например методом contingent valuation — анализом субъ-

¹ Сайт: <http://redf.org/>

² Сайт: <http://www.neweconomics.org/>

³ Сайт: <http://www.thesroinetwork.org/>

активной оценки готовности платить или получать компенсацию за изменение какого-либо социального показателя в лучшую или худшую сторону соответственно) возможно только в случае, если рынок позволяет провести оценку воздействия всех факторов на всех заинтересованных лиц. Достичь этого сложно, но чрезвычайно важно. Именно из-за этой сложности и отсутствия точного метода учета социальных доходов логичным представляется расчет показателя SROI отдельно от расчета основных финансовых показателей.

Существуют трудности при определении рыночной стоимости, как наиболее вероятной цены, по которой товар или услуга могут быть проданы на открытом рынке¹, при отсутствии этого рынка как такового. Потенциал широкого использования стандартизированного анализа SROI состоит в том, что со временем рыночные цены могут начать отражать истинную ценность и стоимость социальных воздействий, либо будет создан соответствующий рынок для единиц социального воздействия, позволяя более точно определять социальный доход.

В некоторых источниках концепция SROI подвергается обоснованной критике [8]. В основном эта критика связана с невозможностью денежного выражения многих видов социального эффекта. Отмечается, что поскольку не существует единой прозрачной методики монетизации социальных эффектов, метод SROI не дает полноценной возможности для сравнения различных проектов. Кроме того, при использовании SROI возможно оппортунистическое поведение аналитиков, вследствие чего показатель эффективности может быть искажен. В то же время, стоит отметить, что концепция SROI по своей сути не предназначена для определения метода измерения. Хотя процесс проведения анализа SROI и требует измерения результатов, сама по себе эта концепция не отвечает на вопрос, как эти измерения должны быть сделаны. Указываются лишь основные принципы того как это должно быть сделано.

Гораздо чаще в различных исследованиях, посвященных концепции SROI, встречаются описания ее положительных характеристик. Анализ SROI несет в себе ряд существенных преимуществ, отмеченных, в том числе в [1, 7], среди которых есть преимущества, необходимые не только в «третьем секторе»:

- возможность принятия более эффективных решений. В случае использования концепции SROI для планирования, фокусирование внимания на влиянии на заинтересованные стороны, а также вовлечение их в анализ может помочь определить мероприятия с наиболее сильным синергетическим эффектом и увеличить планируемый социальный доход. Монетизация показателей позволяет заранее оценить результат при смене стратегии и определить лучшую стратегию с точки зрения социального дохода;
- ясность в управлении. Анализ SROI позволяет заранее оценить последствия каких-либо действий и сформулировать последующие необходимые шаги. Он также полезен при сценарном анализе или анализе чувствительности;
- простота использования результатов. Монетизация показателей позволяет сравнивать результаты анализа SROI с данными финансового и управленческого учета. Таким образом, можно сделать вывод, что анализ социальной эффективности инвестиций и анализ SROI в частности может использоваться самым широким кругом организаций, которые:
 - создают экономический, социально-экономический и социальный доход. Для них концепция SROI может использоваться как инструмент управления при прогнозировании, отслеживании расходов и улучшении показателей, выделении добавленной стоимости;

¹ Полное определение рыночной стоимости представлено в Федеральном законе «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» № 135-ФЗ.

- приобретают экономический, социально-экономический и социальный доход. Концепция SROI может использоваться как способ объективно оценить условия сделки. Она также может быть полезна при проведении тендеров и конкурсов;
- стремятся лоббировать свои интересы, воздействуя на общество через создание социального дохода.

Литература

1. Ситников А. П. Методы оценки эффективности инвестиций в социально экономические проекты // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2010. № 3(65).
2. Carroll A. Corporate Social Responsibility. In Visser W., Matten D., Pohl M. & Tolhurst N. (Eds.). The A to Z of corporate social responsibility: A complete reference guide to concepts, codes and organizations. Chichester : Wiley, 2008.
3. Krlev G., Dr. Munscher R., Mulbert K. Social Return on Investment (SROI): State-of-the-Art and Perspectives. A Meta-Analysis of practice in Social Return on Investment (SROI) studies published 2002–2012. 2013.
4. Maas K. Corporate Social Performance: From Output Measurement to Impact Measurement. Doctoral Thesis. Rotterdam : Erasmus University Rotterdam, 2009.
5. Nicholls J., Lawlor E., Neitzert E., Goodspeed T. A guide to Social Return on Investment. 2012.
6. Porter M., Kramer M. Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review. 2006.
7. Scholten P., Nicholls J., Olsen S., Galimidi B. Social return on investment. A guide to SROI analysis. 2006.
8. Tuan M. T. Measuring and/or Estimating Social Value Creation: Insights into eight integrated cost approaches. Bill & Melinda Gates Foundation. 2008.

References

1. Sitnikov A. P. *Socio-economic projects effectiveness assessment methods* [Metody otsenki effektivnosti investitsii v sotsial'no ekonomicheskie proekty] // Bulletin of Samara State University of Economics [Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta]. 2010. N 3(65). (rus)
2. Carroll A. *Corporate Social Responsibility*. In Visser W., Matten D., Pohl M. & Tolhurst N. (Eds.), The A to Z of corporate social responsibility: A complete reference guide to concepts, codes and organizations. Chichester : Wiley, 2008.
3. Krlev G., Dr. Munscher R., Mulbert K. *Social Return on Investment (SROI): State-of-the-Art and Perspectives*. A Meta-Analysis of practice in Social Return on Investment (SROI) studies published 2002–2012. 2013.
4. Maas K. *Corporate Social Performance: From Output Measurement to Impact Measurement*. Doctoral Thesis. Rotterdam ^ Erasmus University Rotterdam, 2009.
5. Nicholls J., Lawlor E., Neitzert E., Goodspeed T. *A guide to Social Return on Investment*. 2012.
6. Porter M., Kramer M. *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review. 2006.
7. Scholten P., Nicholls J., Olsen S., Galimidi B. *Social return on investment. A guide to SROI analysis*. 2006.
8. Tuan M. T. *Measuring and/or Estimating Social Value Creation: Insights into eight integrated cost approaches*. Bill & Melinda Gates Foundation. 2008.