

СОЦІАЛЬНА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УЗГОДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН СОЦІАЛЬНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

К.В. Багмет, канд. екон. наук
Сумський державний університет
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна

У статті запропоновано узагальнення методології розрахунку соціальної рентабельності інвестицій, викладено особливості включення у процес оцінки соціального впливу, обґрунтовано доцільність включення такого фактору синергізм, що може змінювати оцінку впливу.

Ключові слова: соціальна рентабельність інвестицій, стейкхолдери, дедвейт, атрибуція, зміщення, затухання

DOI: 10.21272/1817-9215.2017.2-10

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Розвиток соціального сектора сьогодні залежить від багатьох факторів, проте визначальним є співпраця різних зацікавлених сторін (стейкхолдерів). У цьому аспекті важливими є такі питання: вибір спільної оціночної бази (спільної мови), узгодженого способу комунікацій, готовність надавати інформацію і знаходити спільне рішення, навіть, якщо це буде вимагати додаткових ресурсів. Інструментами такого узгодження можна вважати показники соціальної цінності, зокрема соціальної рентабельності інвестицій. Проте, попри зростаючу актуальність та розробку цієї проблеми залишається багато запитань щодо самої методології розрахунку. У цій площині постають як теоретичні питання – розуміння сутності поняття «соціальна рентабельність», так питання методичного характеру – фінансові оцінки факторів, які не мають грошового вираження, включення в оцінку принципово різних результатів – короткострокових та довгострокових.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Актуальність вирішення саме таких завдань наразі підтверджується зростаючою кількістю досліджень та практичних рекомендацій щодо, так теоретичними розробки представлені у працях [7], практичні рекомендації, що стосуються конкретних завдань проведення аналізу соціальної рентабельності інвестицій [3; 5; 7; 7]. У контексті досліджуваної проблематики також актуальними є управління соціальними змінами [3].

Мета статті – узагальнити та розвинути методологічні підходи до розрахунку соціальної рентабельності інвестицій як інструмента узгодження інтересів різних стейкхолдерів у соціальному секторі.

ОСНОВНИЙ МАТЕРІАЛ

Використання соціальної рентабельності інвестицій (SoPI – SOPI) в управлінні інвестуванням налаштовує на розуміння результатів, дає орієнтири для покращення діяльності, в тому числі виявляє перспективні сфери, де організація може досягти більшого прогресу. Крім того, SoPI можна вважати основою спільної мови – інформативність отриманих оцінок сприяє розвитку відносин між партнерами (різними групами стейкхолдерів).

Попри певну суперечливість цього показника, він може слугувати перспективним інструментом розвитку бізнесу.

Соціальна рентабельність інвестицій традиційно розглядається у двох площинах:

- оціночна, яка проводиться ретроспективно і ґрунтується на фактичних результатах;
- прогнозна – на етапі планування майбутнього проекту прогноз відображає, яка соціальна цінність буде створена, якщо діяльність відповідатиме очікуваним результатам. Прогнозні значення особливо корисні для того, щоб показати, як інвестиції можуть максимізувати соціальний вплив.

Насправді СоРІ є дієвим інструментом управління тоді, коли використовуються як прогнозні, так і фактичні оцінки, оскільки прогноз є основою для структури отриманих результатів, це гарантує відповідність системи збору даних для проведення повного аналізу в майбутньому, коли буде необхідно опрацювати фактичні дані.

Ключовим у концепції соціальної рентабельності є широке охоплення результатів діяльності, урахування таких типів результатів, які не включаються у традиційну оцінку, хоча ці результати «опрацьовуються» в економічній (грошовій) оцінці. Тому тими, хто використовує цей показник є організації, діяльність яких орієнтована на соціальний чи екологічний контекст, і відповідні розрахунки є не просто додатковою процедурою чи складовою підзвітності. Ці розрахунки є складовою інформації для потенційних інвесторів. За своїм змістом показник соціальної рентабельності є комплексним – включає інформацію щодо економічних, соціальних та екологічних результатів, і процес його розрахунку включає тематичні дослідження, опрацювання інформації щодо якісних, кількісних показників, фінансову інформацію [3; 4].

Тому розрахунок соціальної рентабельності являє собою етапно розподілений процес, де кожен етап є необхідним і важливим для загального результату. Традиційно виділяють шість етапів:

1. Визначення основних зацікавлених сторін (стейкхолдерів), а також оцінка масштабів майбутньої діяльності (програми, проекту, заходів). Остання складова дозволяє визначити чіткі межі елементів, які необхідно включити в аналіз СоРІ, хто має бути задіяний у цьому процесі.
2. Визначення та структурування результатів. Передбачає формування логічної моделі результатів – окреслення вхідних ресурсів, безпосередніх результатів (виходу) та середньострокових результатів. Цей процес доцільно реалізовувати у взаємодії із різними групами стейкхолдерів аби досягти більш ефективного результату та дійти узгодження щодо майбутніх дій.
3. Підтвердження результатів, визначення їх цінності. На цьому етапі проводиться пошук даних, щоб проілюструвати, що результати дійсно будуть мати місце. На основі зібраної інформації визначається цінність результатів.
4. Встановлення впливу (довгострокових результатів для суспільства, громади, спільноти). На основі зібраної інформації, що підтверджує результати, їх грошової оцінки, аналізуються фактори, які не відносяться до досліджуваного проекту – ті складові впливу, які могли б відбутися в будь-якому випадку, ті, що виникли внаслідок інших чинників, внески інших учасників ринку.
5. Розрахунок показника СоРІ. Групується усі вигоди та витрати, безпосередній розрахунок показника та аналіз його чутливості.
6. Звітування, використання та впровадження. Етап, що як правило не розглядається як основний, хоча його значення є суттєвим. На цьому етапі має відбуватися обмін інформацією, особливостями оцінок із стейкхолдерами, впровадження гарних практик у свою діяльність, а також верифікація звітів [3; 5; 6].

Коректність розрахунків означає здійснення «чистої» оцінки, визначивши, що б сталося у випадку, якщо би відповідний захід не був реалізований. Для вирішення цього завдання пропонується враховувати чотири фактори, які можуть мати як позитивний, так і негативний вплив.

Дедвейт (deadweight) можна розглядати як принцип аналогічний принципу «з проектом і без проекту», який традиційно застосовується для оцінки інвестиційних проектів як складова оцінки бізнесу. Тобто дедвейт – це оцінка результатів (традиційно у відсотках), які б мали місце у разі, якщо програма не була б реалізована. У роботі [4, с. 56] зазначається, що найпростішим способом розрахунку дедвейту є вивчення тенденції індикатора, що дає можливість з'ясувати, чи існує різниця між тенденцією до початку діяльності та тенденцією після. Будь-яке збільшення тренду після початку діяльності можна використовувати як індикатор зростання результату внаслідок певної активності.

Визначення дедвейту є необхідним для розуміння важливості результату, на який орієнтується організація, – у разі високого значення дедвейту, результат не можна вважати суттєвим.

Атрибуція (attribution) – це процес оцінювання внеску у загальний результат інших учасників (організацій, органів управління чи окремих осіб), які працюють у цій сфері. Атрибуція також розраховується у відсотках – як частка загального результату, що належить іншим організаціям. Визначити її розмір досить складно, проте важливо з точки зору розуміння причетності інших учасників. Саме через складність з атрибуцією виникають труднощі, що традиційно впливають на кінцеві розрахунки, зокрема:

- віднесення до частин інших учасників виплат, що йдуть за рахунок інвестицій у проект (вхідних ресурсів), що призводить до подвійного рахунку – результати зменшуються двічі;
- надмірна зосередженість на оцінюванні атрибуції відволікає ресурси, проте точна їх оцінка початково не була метою оцінювання цього фактора. Важливо, щоб організація могла відокремити власний вплив від впливу інших учасників;
- через схожість атрибуції з оцінкою дедвейту, методологічно досить складно чітко розділити їх підрахунки, тому подвійне вирахування (атрибуція-дедвейт) також може спостерігатися [3; 7].

Зміщення (Displacement) як один із компонентів впливу характеризує оцінку негативних аспектів програми і означає, скільки результатів, що мали місце внаслідок реалізацію програми, створили негативний вплив на інші потенційні результати. Програма може мати "зміщення", якщо її учасники отримують вигоди за рахунок інших груп, наприклад щодо працевлаштування. Оцінка зміщення не є обов'язковою складовою у кожному аналізі CoPI, проте її присутність у описаній методології акцентує увагу на можливості існування негативних наслідків, що змушує організації більш ретельно ставитися до розробки стратегії та механізмів її реалізації аби збільшити частіше позитивні результати.

Затухання (drop-off), або нетривалість результатів, як складова оцінки впливу передбачає, що результати діяльності (програми, проекту, заходу) не можуть підтримуватися протягом тривалого періоду часу. Цей компонент зазвичай розраховується зменшенням залишкового рівня результату наприкінці кожного року на фіксований відсоток. У довгостроковій перспективі необхідно формувати систему управління, яка дозволить вимірювати це поточне значення більш точно. [3].

Загальна схема визначення соціальної рентабельності інвестицій подана на рис. 1

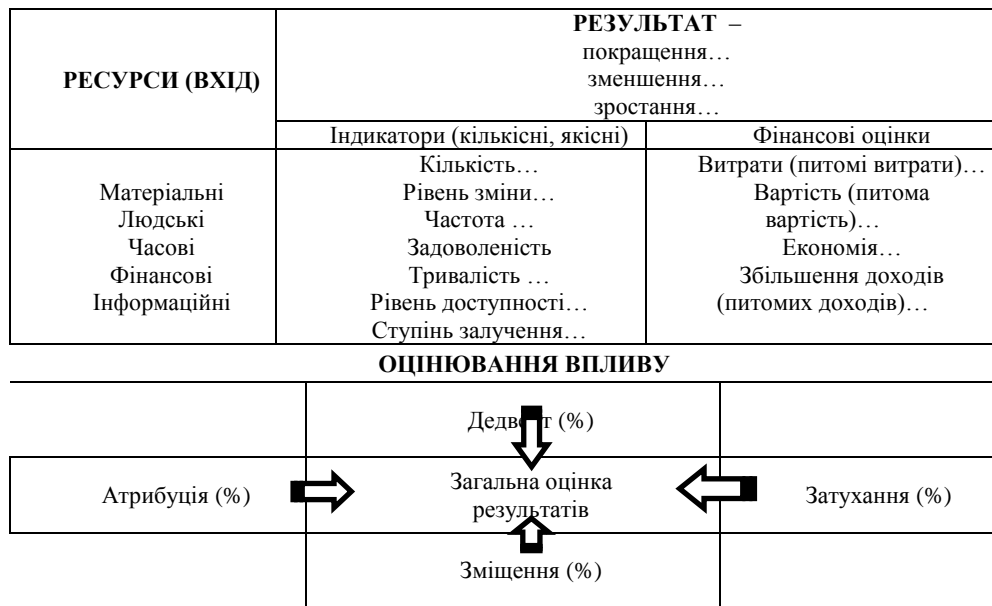


Рисунок 1 Загальна схема оцінки соціальної рентабельності інвестицій (авторська розробка)

Дійсно, перелічені фактори є важливими для оцінювання соціальної цінності. Проте, на наш погляд, поза увагою лишилася така особливість оцінки соціального впливу як синергетичний ефект, створений від участі конкретної організації, адже для окремих галузей, таких як освіта, можна говорити про спільний додатковий результат – додатковий до суми внеску окремих учасників. Тим більше, коли мова йде про тривалий вплив, наявність цього компонента може збільшувати стійкість програми і тим самим подовжити вплив. Тому вважаємо за доцільне ввести такий додатковий фактор як «синергізм». Розуміючи складність його оцінювання, можна говорити про коригування атрибуції. Проте синергізм як фактор впливу є, на нашу думку, важливим для усвідомлення поєднання зусиль для отримання справді тривалого позитивного довгострокового результату. Тому ми пропонуємо розрахунок соціальної рентабельності проводити з урахуванням цього ефекту синергізму:

$$CoPI = \frac{ЗСР \times DW \times A(S) \times D \times Doff}{ЗВР}, \quad (1)$$

Де $CoPI$ – соціальна рентабельність інвестицій, %;

$ЗСР$ – загальна оцінка соціальних результатів, гр. од.;

DW – дедвейт, %;

A – атрибуція з урахуванням синергізму, %;

D – зміщення, %;

$Doff$ – затухання, %;

$ЗВР$ – загальна вартість ресурсів, необхідних для реалізації проекту, гр. од.

Як і для традиційної рентабельності інвестицій для $CoPI$ використовується процедура дисконтування як зіставлення різночасових грошових оцінок (цінностей). Основною проблемою його використання в оцінюванні соціальної рентабельності є традиційний недолік дисконтування – провокування так званого шот-термізму (Шот-термізм - це надмірна увага до короткострокових результатів за рахунок довгострокових інтересів http://lexicon.ft.com/Term?term=short_termism). Це ускладнює прийняття рішення, адже пріоритетність завжди залишається за пропозиціями, які забезпечують найбільш швидкий результат. Для більшості

соціальних чи екологічних проектів, де власне в оцінці мова йде про довгострокові результати, проблематично конкурувати за ресурси з такими пропозиціями. Інструментом, що безпосередньо впливає на оцінки є ставка дисконтування. Її визначення є одним із найбільш дискусійних питань в аналізі. Теоретично це питання досліджувалося як вітчизняними [1; 2], так закордонними ученими [3; 7].

На практиці використовуються різні ставки з різним обґрунтуванням. Окремі рекомендації надає Світовий банк, керівні установи держав, що опікуються певним колом питань. Так, Міністерство фінансів Великої Британії опублікувало додаткові рекомендації щодо перерозподілу національного багатства між поколіннями де поряд із звичайною ставкою дисконтування рекомендована нижча за розміром – 3%, яка усуває пріоритетність швидких результатів [3].

Наразі проблема обґрунтування ставки дисконтування для відповідних оцінок перебуває в стадії розгляду. Є нагальна необхідність вироблення додаткових рекомендацій. При цьому важливо, по-перше, сформулювати дійсно узгоджену рамку оцінки, по-друге, не нівелювати мету визначення соціальної цінності загалом, і соціальної рентабельності зокрема – сприяти визнанню неекономічних результатів фактором прийняття інвестиційних рішень.

Крім того, елементом СоРІ-аналізу є аналіз чутливості, який передбачає зміну розрахункового значення залежно від коливання включених в оцінку елементів. Тут корисними є традиційні підходи до аналізу чутливості.

ВИСНОВКИ

Ідеологія соціальної вартості полягає у тому, щоб залучення стейкхолдерів було максимальним. Тому розрахунки не є кінцевим пунктом аналізу. Етап звітності і впровадження є вкрай важливим, адже передбачається не просто доведення отриманих значень до стейкхолдерів, а спільне обговорення, пошук узгодженої точки зору. Організація, що працює з аналізом СоРІ, має бути готова до повторного перегляду розрахунків та звітів.

Особливу складність безумовно створюють питання, що не мають однозначного тлумачення. Серед таких – грошове вираження неекономічних факторів (задоволеність, досвід тощо). У цьому аспекті особливої актуальності набувають комунікації у різних формах – обговорення, спільний пошук, пояснення припущень тощо. Більш детальна інформація надається у цьому випадку зацікавленим сторонам – якісні, кількісні та фінансові аспекти, виокремлюються переваги, які скоріше за все не буде, від тих, які будуть мати місце, але не можуть бути підтвержені. Така практика з одного боку формує узгодженість, а з іншого – допомагає удосконалити майбутні оцінки, поширити гарний досвід щодо аналізу СоРІ.

Отже, узгодженість досягається через рівень поінформованості. СоРІ націлена на формування підзвітності та прозорості перед зацікавленими сторонами. Тому розширення формату комунікацій є складовою забезпечення процесу узгодження інтересів різних груп стейкхолдерів. Це має стати одним із елементів стандартизації процесу оцінки. У перспективі розроблення відповідних стандартів і рекомендацій допоможе удосконалювати процедури внутрішнього управління в організаціях публічного сектора та методи збору даних.

SUMMARY

Annotation: the article offers the generalization of the methodology of social return on investments calculations; the features of inclusion of social impact into the assessment process are outlined. In addition, the inclusion of synergism as a factor is substantiated to be rational by ability to change the impact assessment.

Keywords: social return on investment, stakeholder, deadweight, attribution, displacement, drop-off

ЛІТЕРАТУРА

1. Костель, М.В. Узгодження еколого-економічних інтересів у системі управління природокористуванням [Текст]: дисерт... канд. екон. наук, спец.: 08.00.06 - економіка

- природокористування та охорони навколишнього середовища / М.В. Костель. - Суми: СумДУ, 2009. – 234 с. Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/15853/1/750d.pdf>
2. Фінансові механізми управління природокористуванням [Текст]: монографія / М.В. Костель, М.Ю. Абрамчук, Н.В. Котенко та ін. ; За заг. ред.: В.М. Бороноса, І.Д. Скляр. - Суми : СумДУ, 2012. - 351 с. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/30584>
 3. A Guide to Social Return on Investment (2012) The SROI Network Accounting for Value. Retrieved: <http://socialvalueint.org/wp-content/uploads/2016/12/The-SROI-Guide-2012.pdf>
 4. Bhatt B. (2013) Measuring Social Value A Social Metrics Primer / Babita Bhatt and Tessa Hebb. Retrieved: <https://carleton.ca/3ci/wp-content/uploads/Social-Metrics-Primer-Sept-20-final-2.pdf>
 5. Measuring value: a guide to Social Return on Investment (SROI) (2008) Second edition, Nef (The New Economics Foundation). Retrieved: <https://commdev.org/wp-content/uploads/2015/06/Measuring-Value-A-Guide-to-Social-Return-on-Investment.pdf>
 6. Nef (2008) Investing for Social Value: Measuring social return on investment for the Adventure Capital Fund – London: New Economics Foundation. Retrieved: <https://www.nefconsulting.com>
 7. Wood C. (2010) Measuring social value: the gap between policies and practice / Claudia Wood, Daniel Leighton Retrieved: https://www.demos.co.uk/files/Measuring_social_value_-_web.pdf

Надійшла до редакції 27 липня 2017 р.