

# Как использовать опросы для измерения социальных эффектов, создаваемых социальными предприятиями

Алексей Маслов, Фонд поддержки социальных проектов

Социальное предпринимательство – это использование бизнес-подхода для решения социальной проблемы. Решение такой проблемы приводит к социальным результатам. Причем это не только созданный организацией продукт и количество людей, воспользовавшихся им и довольных опытом использования, но также изменения в головах, поведении и жизни этих людей. Эти изменения принято называть социальными эффектами. Формулирование, публикация и отслеживание социальных эффектов отличает социально-направленные проекты, в том числе социальных предпринимателей, от обычных бизнес-проектов.

## О формулировании социальных эффектов

Формулировка ожидаемого социального эффекта важна для коммуникации со всеми заинтересованными сторонами и привлечения их на свою сторону. Но описать социальный эффект не так-то просто. Еще сложнее описать социальных эффект так, чтобы его можно было измерить и доказать, что он был достигнут.

В 2023 году мы в Фонде поддержки социальных проектов создали Сервис самодиагностики. Это ИТ-сервис, который позволяет лидеру проекта социального предпринимательства увидеть свои зоны роста через призму трех аспектов: социального, предпринимательского и управленческого. За время пилотирования сервиса нам удалось

## Комментарий эксперта



Ирина  
Гильдебрандт,  
НАФИ

*Важным этапом оценки социального эффекта является его предварительная формулировка и детальное описание на начальной стадии запуска социального проекта. Именно описание образа результата с количественными, качественными и временными индикаторами его достижения впоследствии послужит основой для проведения замеров и оценок. Для того, чтобы корректно учесть спектр потенциальных направлений оказываемого социального эффекта, важно по возможности вовлекать в процесс целеполагания широкий ряд сторон – инвесторов, благополучателей и потребителей, сотрудников, экспертов из релевантной профессиональной сферы и представителей госрегуляторов. Также рекомендуется учитывать несколько кластеров производимого воздействия – от влияния на качество жизни потребителей до трансформации институциональной и законодательной среды.*

*В настоящий момент существует множество подходов – международных и российских – к решению задачи по оценке социального эффекта социального предприятия. Часть из них основаны на использовании социологических методов сбора и анализа информации: анкетирование, интервью и фокус-группы, а также сбор фактологической и статистической информации.*

*С учетом того, что проведение масштабных исследований может быть затруднительно для многих социальных предприятий, особенно на старте их развития, я бы хотела дать несколько рекомендаций, которые важно учесть при реализации задачи по оценке социального эффекта.*

получить более 50 анкет с описанием проектов разного профиля и стадии проработки и проанализировать формулировки описания достигаемых социальных эффектов. (Любой автор проекта, в том числе социально-предпринимательского, может воспользоваться пилотной версией по адресу <https://fsp.moscow/impactservice3/>)

В таблице слева приведены несколько примеров формулировок социальных эффектов, которые предприниматели ожидали получить в течение 3-х лет. Как видим, когда социальные предприниматели задумываются о социальной составляющей, они часто используют достаточно абстрактные формулировки эффектов. И это создает ряд сложностей:

- Непонятно как измерить абстрактный эффект, и динамику изменений.
- Непонятно, насколько такое изменение важно, а именно достигаем ли мы важных для благополучателей / заинтересованных сторон эффектов.
- Непонятно насколько существенен вклад конкретного социального проекта в такой эффект.

## Примеры формулировок социальных эффектов

### Проект дополнительного образования

1. Повышение мотивации к учебе у детей школьного возраста мотивации к учебе.
2. Рост дохода у людей с ОВЗ (от трудоустройства в проекте).
3. Большая вовлеченность женщин в воспитание детей у женщин и передача им полученных навыков.

### Проект по раскрытию потенциала женщин

1. Повышение уровня счастья и осознанности женщин.
2. Налаживание режима дня, внедрение спорта в свою жизнь и налаживание питания - женщины.
3. Обладание прикладными навыками у женщин.

### Проект, меняющий отношение к незрячим людям (музей и экскурсии в полной темноте)

1. Улучшение психологического состояния в обществе.
2. Рост толерантности.
3. Улучшение показателей доступной среды.
4. Повышение дохода у людей с ОВЗ.
5. Повышение осознанности, развитие эмоционального и кинестетического интеллекта у всей группы.
6. Повышение соответствия корпоративного сегмента повестке ESG.
7. Повышение осведомленности об инклюзии в обществе.

## Комментарий эксперта

1. Для того, чтобы проводить сравнение достигнутых результатов, важно провести первичный замер. Нередко наши клиенты из числа предпринимателей пропускают этот шаг, что критически усложняет задачу по сравнению наблюдаемого социального эффекта.

2. Социальный эффект – это история про длительные этапы работы. Часто цели формируются на 3, 5, 10 лет и более. Поэтому и соответствующие замеры можно проводить не каждый год, а с учетом периода планирования наступления эффекта, что, безусловно, позволит с большей вероятностью выделить на проведение исследования требуемые ресурсы.

3. Однако, базовым инструментом, который рекомендуется использовать с целью повышения эффективности поставленных целей и своевременного отслеживания их достижения, является системный сбор обратной связи со стороны благополучателей. Это могут быть короткие, но системные опросы потребителей через социальные сети или иные информационные ресурсы предприятия, а также в целом обеспечение доступности направления обратной связи.

И, безусловно, говоря об оценке социального эффекта, важно помнить цель подобных измерений, которая в первую очередь состоит в том, чтобы повышать результативность реализуемых программ и проектов, а также гибко адаптировать их с учетом достигаемых результатов. Более того, наличие количественных оценок социального эффекта может быть использовано в ходе мероприятий по привлечению инвесторов и доноров.»

## От абстракции к конкретным изменениям

Попробуем разобраться на примерах. Социальный проект запланировал достижение эффекта «Повышение уровня счастья и осознанности у женщин». Если вы спросите людей вокруг, счастливы ли они, и в чем это выражается, вы услышите набор разных признаков счастья. Для кого-то это доход, для кого-то – время вместе с семьёй, для кого-то – здоровье, для кого-то – достижения (например, спортивные). Именно разнообразие интерпретаций говорит о том, что лучше формулировать такой сложный эффект как счастье, разделив его на более конкретные признаки: ведь и доход, и время вместе с семьей, и спортивные достижения можно выразить через количественные метрики, что значительно упрощает задачу по измерению эффектов. При этом здоровье – это также очень абстрактное понятие, и похожее упражнение позволит вам выделить более конкретные метрики: сколько раз в год человек болел или плохо себя чувствовал,

фиксация в дневнике самочувствия снижения субъективного ощущения боли (например, головной), сколько раз обращался к врачу и т.д.

**Итак, пример выше показывает, что лучше использовать конкретные метрики, измерение которых не вызывает сомнений у разных заинтересованных сторон.**

### Как показывать динамику изменений

Предположим, что есть каталог, в котором социальные предприниматели пишут о себе и указывают приносимую их проектом пользу – социальный эффект. И вы как импакт-инвестор решили выбрать и поддержать проект, который приносит больше пользы.

Вы смотрите каталог и видите, что год от года некий центр реабилитации и социализации работает с 65 детьми с ОВЗ. И формулировки эффектов в каталоге год от года не меняются. С одной стороны, можно сказать: «Стабильность – признак мастерства», – и остановиться именно на нём.

## Комментарий эксперта



Алёна  
Метусова

Колледж информационных и  
креативных технологий IThub



Вайда Эдмундо  
Ганул

*Исследования по измерению социального эффекта включают доказательный и векторный аспекты. Доказательный аспект изучается социологическими методами с опорой на базу знаний об изменениях, а векторный — определяет направление этих изменений, приводящих к новому состоянию исследуемых структур.*

*За всеми цифрами и данными важно видеть реальную картину социальных изменений. Это позволяет более точно описывать динамику и направление эффектов. Интерпретация данных должна быть направлена и на выявление скрытых тенденций и закономерностей, чтобы полученные данные работали эффективно и качественно влияли на решения в бизнесе.*

*IThub занимается измерением и управлением социальными эффектами уже 7 лет. Колледж работает по методологии бизнес-ориентированного обучения и придает особое значение исследованию образования.*

*В рамках реализуемой стратегии импакт-бизнеса, IThub изучает все особенности личностного и профессионального становления современных молодых людей, включая их мотивы и барьеры на пути к карьере, а также исследует реальный рынок труда, выясняя кадровый спрос и требования российских работодателей для IT-специалистов. Такой подход предоставляет отличные возможности для оценивания эффективности управленческих решений, выявления областей для улучшения и отслеживания динамики изменений.*

А можно посмотреть на проект, который ежегодно работает с 50 детьми, но также отслеживает, что именно поменялось у этих детей, у какого процента запланированные изменения достигаются (например, какие функции были освоены на момент попадания ребенка в Центр, какие функции освоены за отчетный период, насколько такая скорость выше других способов реабилитации, исходя из работ ведущих экспертов области и новейших мировых исследований). И вы видите, что показатели “койкочасов и человекомест” практически не меняются год от года, проект может с легкостью ответить на вопрос: насколько за год он приблизился к целевому изменению.

Какой из двух этих проектов выберете вы?

Хорошая система измерения социальных эффектов должна:

1. **Фиксировать точку А** - состояние на старте у благополучателей. И, делая регулярные замеры, показывать через достигнутые социальные эффекты динамику.

2. Описывая эффекты, **качественные параметры выражать через количественные метрики**, опираясь на имеющиеся исследования и ведущие разработки в этой области.
3. Описывая эффект, **учитывать, насколько данное решение эффективно по сравнению с другими решениями** либо с их отсутствием - то есть сравнивать результаты тех, с кем работаете вы, с результатами тех, с кем вы не работаете для того, чтобы иметь источники обратной связи относительно правильности выбранного курса разработки решения социальной проблемы.

### Об опросах

Опрос – это наиболее популярный метод измерения результатов. Давайте попробуем разобраться зачем, когда и как можно использовать опросы для фиксации социального результата.

Очевидно, что опросом мы проводим мини-исследование. Исследование – это получение информации, необходимой и

## Комментарий эксперта

*В рамках исследования нужно было определить, насколько достигается наша цель готовить максимально адаптированных к требованиям современного рынка труда специалистов и менять восприятие среднего профессионального образования в глазах социума.*

*Мы определили, кому необходимо наше исследование, какие финансовые и временные затраты для него потребуются, а также как учесть этический фактор. Это помогло нам установить приоритеты и границы исследования, сфокусироваться на более значимых аспектах. Затем мы определили центральные вопросы, поняли доступность выборки и установили методологические рамки.*

*Важным моментом в исследовании стало выявление барьеров, мешающих трудоустройству студента, а также мотивации, которая способствует его раннему выходу на рынок труда.*

*Центральный вопрос для себя мы сформулировали так: «Какие наши управленческие решения способствуют тому, чтобы студент начал успешную трудовую деятельность уже на 3-м курсе».*

*Чтобы сделать атмосферу колледжа максимально развивающей и комфортной для студента, для нас важно было понять, кто он, — составить его портрет с разных ракурсов и определить, какие у него ценности.*

*Далее мы разработали дизайн исследования, учитывая как качественные, так и количественные методы: провели глубинные интервью с работодателями-экспертами и опросили 2 300 московских студентов.*

*Это позволило предусмотреть возможные вариации сведений и наметить долгосрочные перспективы для основных стейкхолдеров процесса.*

достаточной для принятия эффективного управленческого решения. Все исследования по методам делятся на кабинетные, количественные и качественные. Выбор метода исследования и конкретного инструментария зависит от целей и задач: мы заранее определяем концепцию исследования и индикаторы измерения, формулируем гипотезы, или вопросы, ведущие к решению цели исследования, также заранее определяем, какие значения индикаторов мы считаем нормальными, а какие – экстремальными.

Опросы, как правило, ассоциируются с количественными исследованиями и отвечают на вопросы «Какая доля?», «Сколько?», «Какой процент?». Например, по данным опроса, проведенного НАФИ (Национального агентства финансовых исследований), 57% пенсионеров говорят, что ведут активный образ жизни.

Хороший опрос позволяет получить структурированную информацию о большом количестве объектов

исследования (население, предприятия, благополучатели и иные группы заинтересованных сторон). Когда мы хотим убедиться с помощью опроса в некоем социальном эффекте, мы должны придерживаться тех же исследовательских алгоритмов действия, что и при разработке продукта и вывода его на рынок: мы должны сформулировать допущение об изменении (гипотезу); определить, какие инструментами (вопросы) позволят нам понять, что это изменение произошло; у какой части целевой группы случилось изменение; в чем оно состоит.

### **Формулирование вопросов для опроса**

Теперь попробуем вместе разобраться с тем, какие вопросы нам помогут в исследовании достижения социальных эффектов, а какие – нет. На одном из студенческих конкурсов авторы проекта показывают достижение эффекта: «3000 человек побороли стереотипы о возможностях лиц с ОВЗ». Я спрашиваю: «А как вы можете такое утверждать?» «Мы провели опрос и прямо спросили у группы ...» – отвечают разработчики.

## **Комментарий эксперта**

*Опросы позволяют быстро и с минимальными затратами собрать валидные данные. Тем не менее, необходимо учитывать потенциальные погрешности, связанные с ошибками покрытия, точностью выборки, методами измерения и возможным искажением ответов под влиянием интервьюеров. Несмотря на эти нюансы, опросы позволяют отслеживать изменения и тенденции в течение продолжительного времени, что особенно важно для глубокого понимания динамики социальных процессов.*

*Например, опросы позволяют понять, работают ли выпускники по специальности, каковы их зарплатные ожидания, существуют ли особые признаки, мешающие их трудоустройству в современных реалиях: гендерные различия, семейное положение и др.*

*Частота и периодичность таких исследований определяются поставленными целями и доступностью выборки. Мы проводим их 1-2 раза в год, находя баланс между имеющимися ресурсами и необходимостью получить актуальные данные.*

*Комплексный подход к таким исследованиям позволяет нам укрепить свои позиции на рынке, повысить узнаваемость бренда и улучшить социальные условия. Комбинирование качественных и количественных методов, а также активное взаимодействие с основными стейкхолдерами рынка труда является ключом к успешному проведению исследований и реализации их результатов в социальной практике.*



достаточной для принятия эффективного управленческого решения. Все исследования по методам делятся на кабинетные, количественные и качественные. Выбор метода исследования и конкретного инструментария зависит от целей и задач: мы заранее определяем концепцию исследования и индикаторы измерения, формулируем гипотезы, или вопросы, ведущие к решению цели исследования, также заранее определяем, какие значения индикаторов мы считаем нормальными, а какие – экстремальными.

Опросы, как правило, ассоциируются с количественными исследованиями и отвечают на вопросы «Какая доля?», «Сколько?», «Какой процент?». Например, по данным опроса, проведенного НАФИ (Национального агентства финансовых исследований), 57% пенсионеров говорят, что ведут активный образ жизни.

Хороший опрос позволяет получить структурированную информацию о большом количестве объектов

исследования (население, предприятия, благополучатели и иные группы заинтересованных сторон). Когда мы хотим убедиться с помощью опроса в некоем социальном эффекте, мы должны придерживаться тех же исследовательских алгоритмов действия, что и при разработке продукта и вывода его на рынок: мы должны сформулировать допущение об изменении (гипотезу); определить, какие инструментами (вопросы) позволят нам понять, что это изменение произошло; у какой части целевой группы случилось изменение; в чем оно состоит.

### **Формулирование вопросов для опроса**

Попробуем разобраться, какие вопросы помогут в исследовании достижения социальных эффектов, а какие – нет. На одном из студенческих конкурсов авторы проекта показывают достижение эффекта: «3000 человек побороли стереотипы о возможностях лиц с ОВЗ». Я спрашиваю: «А как вы можете такое утверждать?» «Мы провели опрос и прямо спросили у группы ...» – отвечают разработчики.

## **Комментарий эксперта**



Анастасия  
Илюшина,  
Ubirator

*Для Ubirator, как для IT компании, важна легкость сбора данных. Этот процесс не должен занимать у операционных сотрудников много времени и мешать основной производственной деятельности. В идеале данные должны собираться автоматически. Принцип взят нами на вооружение как один из базовых: процесс сбора информации по трем импакт-направлениям Ubirator из 4-х полностью автоматизирован.*

*Единственным направлением, где невозможно полностью роботизировать аккумуляцию данных, является Экопросвещение. Оцифровать изменения в поведении людей и их отношении к тому или иному предмету и получить адекватные исследованию результаты пока довольно сложно.*

*Проект Uschool by Ubirator привлекает школы и другие образовательные учреждения к благотворительному сбору макулатуры, прививая молодому поколению два очень важных социальных навыка: бережное отношение к природным ресурсам и помощь ближнему. Отслеживать импакт в этом направлении очень важно.*

*Накопление субъективных данных и мнений происходит, в основном, двумя путями: форма обратной связи на сайте Uschool и опросы.*

К сожалению, вопросы «в лоб»: «Повысилась ли у вас осознанность?», «Побороли ли вы стереотип?», «Насколько выросла ваша толерантность?» и так далее, не дают нам достоверной информации о произошедших изменениях. Как говорилось выше, сложные понятия нужно разделить на более простые и конкретные метрики.

Наиболее приемлемый способ для этого - **начать с интервью** благополучателей и заинтересованных сторон, и **вытащить те формулировки изменений, которые показывают достижение задуманного вами эффекта**, но являются более конкретными и измеримыми.

Проведя 10-15 интервью, вы точно увидите закономерности в формулировках, и сможете выбрать более конкретные показатели, о которых и будете спрашивать.

Предположим, есть проект, который меняет ролевую модель отношений Учитель-Ученик, где учитель более не транслятор знания, но тьютор, формирующий зону развития ребенка и отвечающий на его познавательные вопросы. Для измерения эффектов этого проекта можно, например, спрашивать учеников о том, сколько времени на уроке говорит учитель, а сколько ученики, и наблюдать за динамикой этого показателя по мере внедрения методики. Это даст более качественную информацию, чем вопросы о ролевой модели и роли учителя в ней.

Формулирование вопросов опроса – это искусство, но придерживаясь указанных принципов, вы сможете быстрее его освоить.

## Комментарий эксперта

*Форма обратной связи не содержит вопросов, она создана для общих целей, но импакт-информация также собирается посредством нее. Ответственные за сбор макулатуры сотрудники образовательных учреждений делятся впечатлениями о тех изменениях в поведении школьников и в их собственном, которые произошли благодаря нашим мероприятиям.*

*Опросы проводятся посредством онлайн-форм. Рассылка происходит по базе школ, участвующих в сборе в конкретном сезоне. Конверсия ответов довольно высока и составляет в среднем 30-40%. Анкета содержит вопросы, позволяющие оценить, влияет ли участие в подобных мероприятиях на дальнейшее поведение как учащихся, так и окружающих их взрослых.*

*Мы еще в самом начале пути оценки того эффекта, который оказываем на мышление и поведение людей. Как понять, что выявленный эффект произведен именно нашими действиями? Как правильно и корректно сформулировать вопрос, ведь от этого зависит качество получаемых ответов? Мы осознаем всю тонкость и сложность этих и многих других вопросов и находимся в постоянном поиске идеальной методики оценки уникального импакт-эффекта Ubirator.*