



ДЖЕРЕМИ НИКОЛЛС

Генеральный директор и со-основатель международной организации Social Value и представительства Social Value в Великобритании

JEREMY NICHOLLS

Chief executive and cofounder of Social Value UK and Social Value International



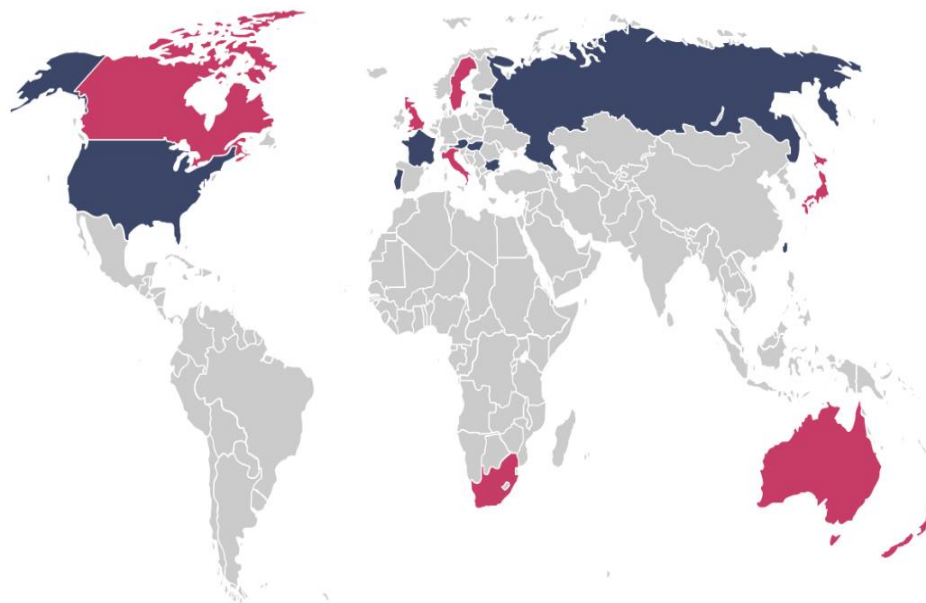
Социальные инвестиции и оценка социального воздействия В СОЦИАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Social investment and social impact
IN SOCIAL BUSINESS

SOCIAL VALUE
INTERNATIONAL

ПОЛНОПРАВНЫЕ УЧАСТНИКИ
FULL MEMBERS

Australia
Canada
Hong Kong
Italy
Japan
New Zealand
Sweden
UK



АФФИЛИРОВАННЫЕ УЧАСТНИКИ
AFFILIATED

Austria
Bulgaria
Estonia
Hungary
S. Africa
France
Portugal
Russia
Taiwan
USA

Изменения в жизни людей

Различные изменения, происходящие в различных группах населения

Правительство, например, может в результате этой программы сэкономить деньги

Сообщество, например, может стать более безопасной средой

Целевая группа – может получить работу

Инвестор - часто не изменяется, но делает возможными изменения других групп

Changes in people's lives

Different changes experienced by different groups of people

The government – for example may save money as a result

A community – for example may become a safer place

A target group – may gain employment

An investor – often doesn't change but enables change in others

КАКОЙ ВИД ИНФОРМАЦИИ СОБИРАЕТСЯ
В РАМКАХ СВЕДЕНИЙ О СОЦИАЛЬНОМ
ВОЗДЕЙСТВИИ?

WHAT TYPE OF INFORMATION IS COLLECTED
AS SOCIAL IMPACT?

Каковы ваши цели

What are your goals

Каковы ожидаемые результаты
для конкретных групп

What are your intended outcomes for
specific groups

Как вы измеряете их

How are you measuring them

В какой мере они реализованы

How much happened

1. Разработка (стратегического) направления
2. Выбор инвестиций
 - выше порогового значения, минимальный стандарт
 - между хорошими конкурирующими предложениями
3. Поддержка существующих инвестиций
 - повышение финансовой/коммерческой эффективности
 - увеличение создаваемой ценности для социума...

1. Developing (strategic) focus
2. Selecting/choosing investments
 - above a threshold, minimum standard
 - between competing good proposals
3. Supporting existing investments
 - increase financial/business performance
 - increase social value created.....

Кто получает прибыль?

Финансовая прибыль

Инвесторы

Что произойдет, если они не получат прибыль?

Они могут продавать акции
или уволить Генерального директора

Что случится, если они откажутся
участвовать в процессе

Максимальная полезность

Who gets the return?

The financial return

Investors

What happens if they don't?

They can sell shares
or sack the CEO

What are they trying to do?

Maximise value

Социальная отдача

Другие люди

Ничего особенного

Подтвержденное воздействие

The social return

Other people

Nothing much

Prove impact



Какова ваша цель?

Каковы ожидаемые результаты работы
ваших стейкхолдеров?

Каковы последствия ваших действий?

Каковы незапланированные
положительные и отрицательные
результаты?

Как вы измеряете их? В какой мере они
реализованы?

Какова относительная важность
результатов для разных стейкхолдеров?

В какой степени мы повлияли на эти
результаты?

Как узнать, будут ли эти результаты
устойчивыми?

По каким критериям можно решить,
какие из этих результатов можно взять
на вооружение?

What is your goal?

What are your **stakeholders** intended
outcomes?

What are the consequences of your
actions?

What are the unintended positive and
negative outcomes?

How will you measure them? How much
happened?

What's the relative importance of different
outcomes to stakeholders?

To what extent did we cause these
outcomes?

How long do we need to know if they last?

How do we decide which of all these
outcomes we should manage?

Вы можете связать любые различия в ответах с разными характеристиками людей?

Can you relate any differences in the answers to different characteristics that people have?

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТВЕТОВ (ДАННЫХ)

USING THE ANSWERS (DATA)

Какие предложения по усовершенствованию наших действий на основе этих данных у нас возникли?

What ideas do we have for improving what we do based on this data?

Достаточно ли данных для выбора между разными предложениями?

Is the data good enough to choose between different ideas?

Каковы последствия наших возможных ошибок?

What's the consequence if we get it wrong?

Maximise Your Impact A guide for Social Entrepreneurs

GUIDE

Что нужно учитывать
И как это оценить
Где мы сейчас
Внутреннее принятие решений

What to account for
And how to value it
Where are we now
Internal decision making



Максимизируй свое воздействие! Руководство для социальных предпринимателей.

Является основой для ответа на ВСЕ эти вопросы

Один вопрос – каким является относительное значение различных результатов -

Ответ на него дается с использованием финансовых показателей ценности результатов

Is a framework for answering ALL these questions

One question – what is the relative importance of different outcomes –

Is answered using financial proxies for the value of outcomes

«Цифры неверны,
но направление движения верно»

Тщательное периодическое измерение
воздействия для доказательства
воздействия

Менее жесткое непрерывное измерение
воздействия,
чтобы показать степень роста
(или отсутствия роста) изменений
вашего воздействия

«The numbers are wrong but the direction
of travel is right»

Rigorous occasional impact measurement
to prove impact

Less rigorous continuous impact
measurement to show changes in what you
do has increased (or not) impact over time

В данном упражнении мы пытаемся определить вопросы, связанные с коэффициентом SROI. Нам также нужно учитывать:
Может случиться множество вещей... Что важнее? Что мы пытаемся сделать?

Это поможет нам понять, что изменение = «в результате нашей деятельности» или вещи в пределах нашего контроля и влияния – способствует
принятию правильных решений

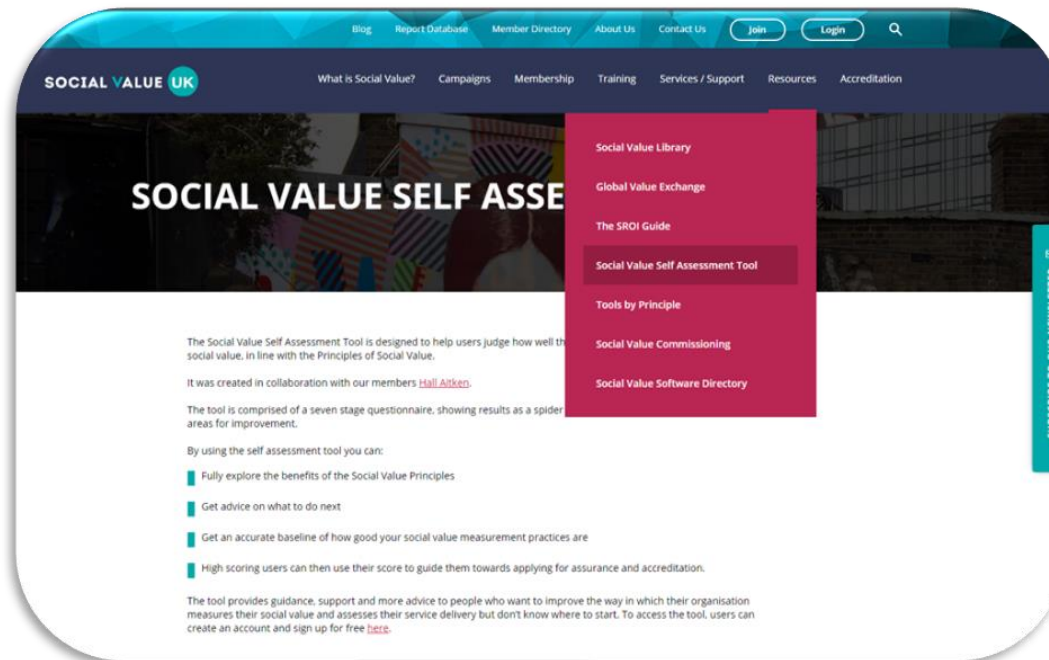
In this exercise we are trying to define the questions of the SROI process. We will also need to consider:

Many things may happen . . . Which are important?

What are we trying to do here?

This will help us understand change = 'as a result of our activities' or things within our control and influence – in
order to help us make better decisions

www.socialvalueselfassessmenttool.org



В данном упражнении мы пытаемся определить вопросы, связанные с коэффициентом SROI. Нам также нужно учитывать:

Может случиться множество вещей... Что важнее? Что мы пытаемся сделать?

Это поможет нам понять, что изменение = «в результате нашей деятельности» или вещи в пределах нашего контроля и влияния – способствует принятию правильных решений

In this exercise we are trying to define the questions of the SROI process. We will also need to consider:

Many things may happen . . . Which are important?

What are we trying to do here?

This will help us understand change = ‘as a result of our activities’ or things within our control and influence – in order to help us make better decisions

НАСКОЛЬКО СЕРЬЕЗНЫМ БУДЕТ НАШЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ? - БЮДЖЕТЫ

AND HOW MUCH IMPACT WILL WE HAVE? - BUDGETS

Финансовый год			
2002 2003 2004 2005 2007			
Категория	Сметный объем продаж	Фактические продажи	Продажи/ бюджет
Горные велосипеды	\$6,533,369	\$6,397,229	-2.1%
Шосс. велосипеды	\$5,257,077	\$5,241,897	-0.3%
Турист. велосипеды	\$4,055,847	\$3,844,801	-5.2%
Шины и трубки	\$242,061	\$231,300	-4.4%
Шлемы	\$222,110	\$215,923	-2.8%
Веломайки	\$171,109	\$165,066	-3.5%
Шорты	\$68,530	\$67,050	-2.2%
Бутылки и корзины	\$56,421	\$55,031	-2.5%
Отражатели	\$44,335	\$44,268	-0.2%
Гидраторы	\$39,633	\$38,823	-2.0%
Велостоянки	\$38,853	\$37,842	-2.6%
Велостойки	\$36,768	\$36,960	0.5%
Жилеты	\$34,248	\$33,465	-2.3%
Перчатки	\$33,906	\$33,380	-1.6%
Кепки	\$19,934	\$18,834	-5.5%
Очистители	\$6,995	\$6,869	-1.8%
Носки	\$4,889	\$4,882	-0.2%
Итого	\$16,866,085	\$16,473,618	-2.3%

FiscalYear			
2002 2003 2004 2005 2007			
Category	Budgeted Sales	Actual Sales	Sales vs Budget
Mountain Bikes	\$6,533,369	\$6,397,229	-2.1%
Road Bikes	\$5,257,077	\$5,241,897	-0.3%
Touring Bikes	\$4,055,847	\$3,844,801	-5.2%
Tires and Tubes	\$242,061	\$231,300	-4.4%
Helmets	\$222,110	\$215,923	-2.8%
Jerseys	\$171,109	\$165,066	-3.5%
Shorts	\$68,530	\$67,050	-2.2%
Bottles and Cages	\$56,421	\$55,031	-2.5%
Fenders	\$44,335	\$44,268	-0.2%
Hydration Packs	\$39,633	\$38,823	-2.0%
Bike Stands	\$38,853	\$37,842	-2.6%
Bike Racks	\$36,768	\$36,960	0.5%
Vests	\$34,248	\$33,465	-2.3%
Gloves	\$33,906	\$33,380	-1.6%
Caps	\$19,934	\$18,834	-5.5%
Cleaners	\$6,995	\$6,869	-1.8%
Socks	\$4,889	\$4,882	-0.2%
Grand Total	\$16,866,085	\$16,473,618	-2.3%

СКОЛЬКО РАЗ ВЫ МЕНЯЛИ НАПРАВЛЕНИЕ
СВОЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ?

HOW MANY TIMES HAVE YOU CHANGED?

В ответ на отзывы пользователей.....

In response to user feedback.....

Стратегии

Strategy

Ассортимент продуктов или услуг

Product or service mix

Проектирование или доставка продуктов
или услуг

Product or service design or delivery

Продукты или услуги для определенных
сегментов пользователей

Products or services for specific user
segments



Вирс неравенства – пожирает изнутри. Занимая более высокие должности люди становятся менее социально-мобильными. На собрании филантропов (хороших парней), задается вопрос: Что не так с неравенством? Они просто не могут перейти дорогу. Несмотря на то, что неравенство становится все более повсеместным – у одних есть работа, у других нет, одни получают деньги за работу, другие от капитала, а мы устанавливаем цели ссылаясь на следующую группу – неравенство необходимо для стимулирования? Или для ложной надежды? Или это просто стимул для людей покупать огромные лодки? Кто считает, что неравенство станет меньше через пять лет?

Inequality virus – eating from within, Getting worse, and less social mobility as people maintain position, at gathering of phillanthropists – the good guys – and asked whats wrong with inequality - cannot cross the road – although inequality is getting more pervasive – people with work as well as those without, income not from work but from capital, and we set goals by reference to next group – inequality necessary for incentives? Or for false hope? Or just incentives for people buying massive boats, So who thinks in five years inequality will be lower than today?

СПАСИБО!

THANK YOU

Jeremy.nicholls@socialvalueint.org

