

WSTĘP

Oddziaływanie społeczne rozumiane jest zwykle jako skutek działań, aktywności, projektów lub programów wpływających na ludzi i wspólnoty. Utożsamiane jest zatem ze zmianą sytuacji osób w wyniku określonych działań. Tak ogólne ujęcie tego terminu powoduje, że precyzyjne skwantyfikowanie oddziaływania społecznego stanowi wyzwanie zarówno dla naukowców zajmujących się tą tematyką, jak i dla praktyków. Pojęcie oddziaływania społecznego jest bowiem wielowymiarowe, wieloznaczne, obejmuje szeroki zakres możliwych zmian będących wynikiem określonych działań. Co więcej, elementy składające się na pojęcie oddziaływania społecznego często są trudno mierzalne. Wszystko to powoduje, że pomiar oddziaływania społecznego nie jest łatwy i ograniczany jest zwykle tylko do określonych obszarów. Dodatkowo, oddziaływanie społeczne może być rozpatrywane na różnych poziomach – można badać oddziaływanie społeczne określonych działań lub programów, realizowanych w zakresie polityki publicznej, ale także można analizować oddziaływanie społeczne określonych podmiotów. Przedmiotem naszego zainteresowania jest oddziaływanie specyficznej grupy podmiotów, jakimi są przedsiębiorstwa społeczne, których cechą rozpoznawczą jest hybrydowy charakter łączący w sobie aspekty działania komercyjnego dla zysku (*for profit*) z silną misją społeczną (*non profit*). Z tego względu podmioty te są bardzo zróżnicowane wewnętrznie, zarówno jeśli chodzi o formę działania, strukturę organizacyjną i właścicielską, jak i zakres działania. Sprawia to, że pomiar generowanego przez nie oddziaływania społecznego i późniejsza agregacja

wyników są trudne. Z tymi dylematami postanowiliśmy się zmierzyć w niniejszej monografii.

Pomiar oddziaływania społecznego wynika z różnych potrzeb i przynosi rozmaite korzyści dla naukowców i praktyków. W przypadku naukowców ważna jest analiza wielowymiarowych zjawisk i ich konsekwencji, która pozwala lepiej zrozumieć mechanizmy prowadzące do określonego rezultatu. Natomiast dla praktyków kluczowe znaczenie mają efektywność i skuteczność realizowanych działań, a pomiar oddziaływania służyć ma formułowaniu rekomendacji usprawniających działania w przyszłości. W niniejszej monografii chcemy połączyć te dwie perspektywy, które się wzajemnie przenikają, szczególnie w przypadku pomiaru oddziaływania społecznego podmiotów, jakimi są przedsiębiorstwa społeczne. Naszym celem było opracowanie publikacji, która jest ciekawa poznawczo dla naukowców, a jednocześnie oferuje sprawdzone narzędzia pomiaru oddziaływania społecznego dla praktyków – głównie kadry zarządzającej w przedsiębiorstwach społecznych. Mamy nadzieję, że próba połączenia perspektywy naukowej i praktycznej przyczyni się, choć w małej części, do budowania kultury pomiaru oddziaływania społecznego i pobudzi środowisko naukowe i eksperckie do wsparcia tego procesu w przedsiębiorstwach społecznych.

Analizy empiryczne, będące częścią monografii, zostały zrealizowane w ramach projektu „System partycypacyjnego zarządzania sferą ekonomii społecznej w Polsce”¹. Powstanie książki poprzedziła seria seminariów z cyklu Laboratorium Ekonomii Społecznej, realizowanych w ramach przedmiotowego projektu. Podczas seminariów dokonywano próby zdefiniowania pojęcia oddziaływania społecznego na konkretnych przykładach, co stało się przyczynkiem do powstania niniejszej pracy.

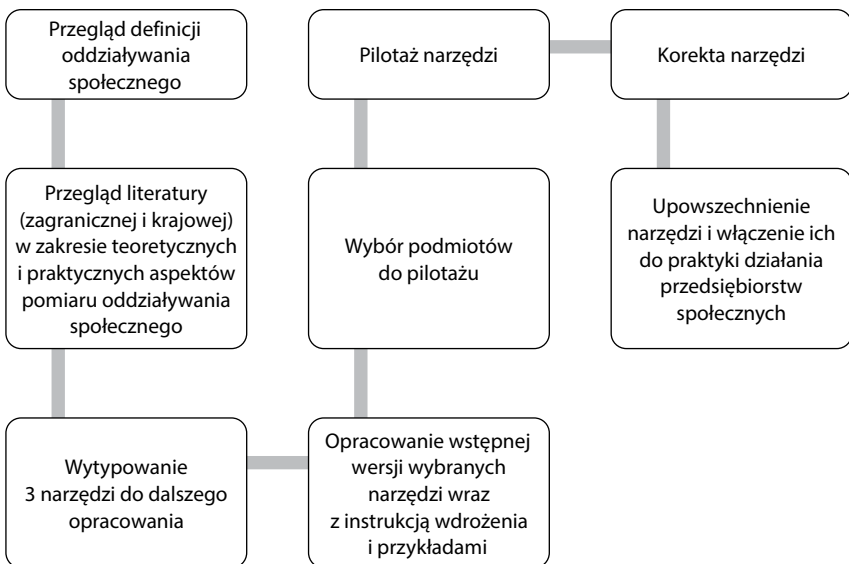
¹ Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Jego liderem było Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Uniwersytet Warszawski był partnerem naukowym w projekcie.

W monografii prezentowane są opracowane przez autorów narzędzia pomiaru oddziaływania społecznego, które mogą być stosowane w przedsiębiorstwach społecznych w Polsce, przy czym nie chodziło nam o wypracowanie zupełnie nowego narzędzia (nowych narzędzi), ale raczej o adaptację istniejących rozwiązań do kontekstu funkcjonowania ekonomii społecznej w Polsce. Taki zabieg umożliwi ewentualne porównania międzynarodowe z jednej strony, z drugiej zaś zwiększa szanse na popularyzację opracowanych narzędzi wśród przedsiębiorstw społecznych. Innymi słowy – celem publikacji jest opracowanie i przetestowanie w polskich warunkach narzędzi służących pomiarowi oddziaływania społecznego przedsiębiorstw społecznych. Wyraźnie wskazujemy, że nie ma jednego, uniwersalnego narzędzia do pomiaru oddziaływania społecznego. Należy raczej mówić o pewnej palecie narzędzi służących do pomiaru oddziaływania społecznego, wykorzystywanych w określonym celu i przez różnych interesariuszy.

Proces tworzenia narzędzi był wieloetapowy. Opracowywany materiał konsultowano na bieżąco z członkami grupy do spraw monitoringu i ewaluacji, działającej przy Krajowym Komitecie Ekonomii Społecznej². Etapy tego procesu mają swoje odzwierciedlenie w rozdziałach niniejszej monografii. Proces rozpoczęto próbą zdefiniowania pojęcia oddziaływania społecznego, w tym w kontekście funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych. Następnie przedstawione zostały wyniki przeglądu systematycznego literatury zagranicznej i polskiej w zakresie pomiaru tego zjawiska. Kolejny etap stanowiło wytypowanie narzędzi podlegających adaptacji i dostosowaniu, a następnie ich opracowanie. Proces ten był iteracyjny, na każdym bowiem etapie uwzględnialiśmy zarówno głosy członków grupy ds. monitoringu

² Grupa miała charakter roboczy, złożona była z naukowców i praktyków zajmujących się ekonomią społeczną w Polsce. Działała w ramach Krajowego Komitetu Rozwoju Ekonomii Społecznej w Polsce – ciała doradczego Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej – który odpowiadał za politykę publiczną skierowaną do sektora ekonomii społecznej w Polsce.

i ewaluacji, jak i wyniki dyskusji na seminariach Laboratorium Ekonomii Społecznej. Gotowe wstępne wersje narzędzi (wraz z instrukcjami wdrożeniowymi) zostały w kolejnym kroku poddane pilotażowi w wybranych przedsiębiorstwach społecznych. Na podstawie wyników pilotażu narzędzia zostały ponownie poprawione i skalibrowane. Ostatni, bardzo ważny element procesu, który powinien mieć charakter ciągły, to rozpowszechnienie wyników prac. Nie chodzi tutaj tylko o same narzędzia służące pomiarowi oddziaływania społecznego, ale także o budowę kultury ewaluacji i pomiaru oddziaływania społecznego w przedsiębiorstwach społecznych. Ten końcowy etap jest długotrwały, wymaga wsparcia, szczególnie w początkowym okresie, do czego, mamy nadzieję, niniejsza monografia się przyczyni. W sposób schematyczny proces ten ilustruje rys. 0.1.



Rysunek 0.1. Schemat procesu opracowywania narzędzi do pomiaru oddziaływania społecznego.

Źródło: opracowanie własne

W **rozdziale pierwszym** znajdują się rozważania dotyczące definiowania pojęcia „oddziaływanie społeczne”. Stanowi on próbę uchwycenia różnorodności i wielowymiarowości tego pojęcia, zarówno w literaturze polskiej, jak i zagranicznej. W pierwszej części tego rozdziału staramy się zakreslić ogólne ramy tego, co będzie przedmiotem analizy w monografii. Druga część rozdziału dotyczy podejścia do definiowania oddziaływania społecznego przedsiębiorstw społecznych. Poprzedzają ją krótkie rozważania nad istotą ekonomii społecznej, której częścią są przedsiębiorstwa społeczne. Duży nacisk położono na czynniki powodujące trudności w definiowaniu i pomiarze oddziaływania społecznego przedsiębiorstw społecznych, które wynikają z ich hybrydowego charakteru łączącego komercyjne, publiczne i społeczne aspekty funkcjonowania. Rozdział kończy prezentacja teorii 6 kapitałów (Ridley-Duff, McCulloch i Gilligan 2018), generowanych i pomnażanych przez przedsiębiorstwa społeczne – jako punkt wyjścia do rozważań związanych z pomiarem oddziaływania społecznego tych podmiotów.

Rozdział drugi poświęcony jest przeglądowi literatury zagranicznej w obszarze mierzenia oddziaływania społecznego. Punktem wyjścia jest refleksja na temat celów pomiaru oddziaływania społecznego, które determinują sposób jego prowadzenia i zastosowane narzędzia. Poruszono także kwestię etapów pomiaru, rozpatrując je jako elementy procesu rozłożonego w czasie. Wskazano także kluczowe trudności i wyzwania związane z pomiarem oddziaływania społecznego. Przeanalizowano sektor działalności jako determinantę sposobu pomiaru oddziaływania społecznego, poruszono także kwestię pomiaru oddziaływania społecznego przedsiębiorstw społecznych. Rozdział kończy opis trzech kluczowych narzędzi używanych w pomiarze oddziaływania społecznego, jakimi są: społeczna stopa zwrotu, mnożnik lokalny oraz strategiczna karta wyników.

Rozdział zawiera także szczegółowy opis metodyki dokonanego przeglądu. Ma ona kluczowe znaczenie ze względu na poszukiwanie rzetelnych i zwalidowanych w różnych kontekstach narzędzi mierzenia

oddziaływania społecznego, które będą mogły być wdrożone i przetestowane w warunkach polskich.

Rozdział trzeci dotyczy sposobów pomiaru oddziaływania społecznego przedsiębiorstw społecznych czy szerzej: przedsięwzięć społecznych stosowanych w polskiej literaturze i praktyce. Rozdział ten został wyodrębniony, aby zaprezentować polski dorobek w tym zakresie, zarówno w ujęciu naukowym, jak i wdrożeniowym, co pozwoli pokazać specyfikę pomiaru tych zagadnień w naszym kraju. W tej części podjęta jest refleksja o potrzebie dokonywania pomiaru oddziaływania społecznego w polskim kontekście, wskazane są także kluczowe wyzwania i trudności w tym obszarze. Rozdział zawiera przegląd kluczowych narzędzi pomiaru oddziaływania pojawiających się w polskiej literaturze, w podziale na narzędzia zagraniczne zaadaptowane do polskiego kontekstu oraz narzędzia autorskie, które były stosowane jedynie w Polsce. Są to: „Udowodnij i udoskonal”, audyt społeczny, społeczna stopa zwrotu, mnożnik lokalny, strategiczna karta wyników, ESometr, kalkulator społeczny. Rozdział ten, podobnie jak rozdział drugi, zawiera szczegółową procedurę dokonywania przeglądu.

Na podstawie przeglądu stosowanych podejść zagranicznych, jak i polskich w zakresie pomiaru oddziaływania społecznego zdecydowaliśmy, że dalszej operacjonalizacji i dostosowaniu podlegać będą trzy narzędzia:

- społeczna stopa zwrotu,
- mnożnik lokalny,
- strategiczna karta wyników.

Narzędzia te zostały zaadaptowane pod kątem ich wdrożenia w przedsiębiorstwach społecznych. Sposób typowania narzędzi uwzględniał ich użyteczność, skuteczność i efektywność. Szczegółowo zostały one zaprezentowane w **rozdziale czwartym**. Ma on w dużej mierze charakter praktyczny, zawiera bowiem precyzyjne instrukcje dotyczące wykorzystania poszczególnych narzędzi. W rozdziale tym przedstawiliśmy także ogólne wyniki pilotażu narzędzi wykonanego w 10 przedsiębiorstwach społecznych reprezentujących różne branże

oraz formy prawne działalności. Jako uzupełnienie rozdziału należy traktować, dostępne pod adresem: **pomiarwpływu.pl**, wersje elektroniczne narzędzi wraz z dodatkowymi instrukcjami.

Rozdział piąty także poświęcony jest wynikom pilotażu. Przedstawiono cztery studia przypadków, które pokazują zastosowanie opracowanych narzędzi przez konkretne przedsiębiorstwa. Wyników pilotażu nie należy, co prawda, generalizować, ale wskazują one na kilka kluczowych kwestii związanych zarówno z samym pomiarem, jak i ich użytecznością dla różnych grup interesariuszy.

Monografię wieńczy **zakończenie**, w którym wskazujemy na konieczność dalszego budowania wśród przedsiębiorstw społecznych kultury pomiaru i ewaluacji generowanego przez nie oddziaływania społecznego. Takie działanie w dłuższej perspektywie może służyć jako ważne źródło informacji o przedsiębiorstwach społecznych, wspomagającej kreowanie polityki publicznej względem sektora ekonomii społecznej. Nie bez znaczenia jest także, że większa liczba wdrożeń pomiaru oddziaływania społecznego pozwoli na budowanie repozytoriów wyników, wskaźników działania używanych w procesie pomiaru, co ułatwi kolejne wdrożenia i pozwoli na dalsze doskonalenie narzędzi.