

*Содействие повышению эффективности работы доноров в микрофинансировании*

## ВОЗДЕЙСТВИЕ МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ

*Доноры хотят гарантий того, что их инвестиции принесли пользу обществу. В случае микрофинансирования, они хотят убедиться, что обеспечение бедному населению доступа к финансовым услугам дало серьезные социальные результаты в сравнении с другими усилиями по борьбе с бедностью.*

*Положительный момент состоит в том что, оценки воздействия продемонстрировали, что финансовые услуги для бедных повышают уровень жизни, путем увеличения доходов и повышения способности оплачивать социальные услуги. Однако, хотя микрофинансирование и является важным катализатором снижения уровня бедности, оно не волшебная палочка. Процесс преодоления бедности очень медленный и тернистый. Донорское финансирование микрофинансов должно дополнять, а не подменять инвестиции в основные услуги, такие как здравоохранение, образование и инфраструктура.*

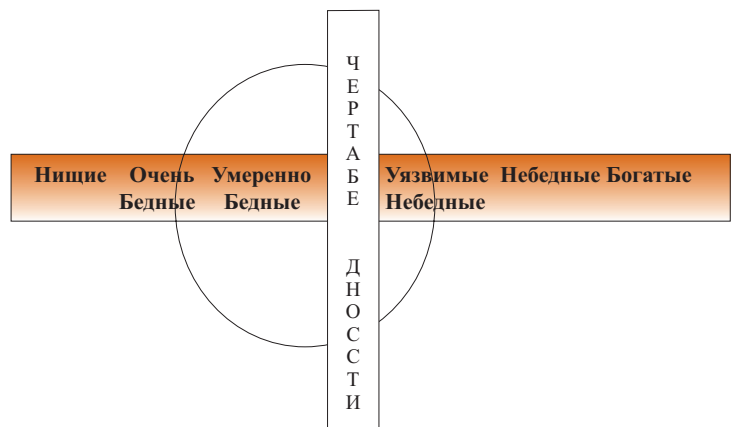
### Что понимается под “воздействием микрофинансов”?

Воздействие – понимание того, как финансовые услуги повлияли на жизнь бедного населения. В настоящее время, большинство проектов по оценке воздействия направлены на микрокредитные программы в целом, а не на рассмотрение различных финансовых услуг.

- Влияние подразумевает рост доходов, накопление активов и снижение уязвимости.
- Индикаторы воздействия шире показателей работы предприятия (активов, занятости, прибыли), они включают различные параметры бедности, общий доход семьи, социальные улучшения в здравоохранении и образовании, а также самоутверждение (повышение самооценки и контроль ресурсов семьи для женщин).

### Что мы знаем о воздействии микрофинансов?

- **Важен охват.** Финансовые учреждения должны обслуживать бедных клиентов, с целью оказать на них воздействие. Как вы видите на иллюстрации, большинство клиентов микрофинансов сегодня находятся с обеих сторон черты бедности. Очень бедное население редко охвачено микрофинансированием. (Программы гуманитарной помощи лучше подходят для нищих и очень бедных.)
- **Важны характеристики продукта.** Специфические характеристики микрофинансовых продуктов, такие, как условия и размер займа влияют на воздействие. Краткосрочные займы на пополнение оборотного капитала хорошо подходят для тех, кто занимается торговлей. Для производителей, которым необходимо купить оборудование они подходят меньше. Этим клиентам могут потребоваться другие услуги, например срочные депозиты или долгосрочные займы.
- **Имеют значение активы клиентов.** Исходное благосостояние клиентов влияет на воздействие. Воздействие финансовых услуг на клиентов, которые начинали с более высокого уровня ресурсов (финансовых, физических или социальных) будет более значительным, чем на клиентов, которые начинают с очень низкого уровня ресурсов.
- **Имеет значение самокупаемость.** Продолжительность пребывания клиентом организации положительно соотносится с воздействием. Самокупаемое учреждение гарантирует продолжительное воздействие, предоставляя постоянный доступ к услугам.
- **Важный фактор – контекст отдельно взятой страны.** Макроэкономическая, правовая и политическая среда серьезно влияют на воздействие. Неблагополучные экономические условия, слабая социальная и физическая инфраструктура (образование, медицина, дороги), коррупция, и отсутствие безопасности отрицательно влияют на возможности клиентов воспользоваться преимуществами услуг.



## Что представляет собой воздействие микрофинансирования?

### Уровень семейного хозяйства

- Микрокредитование ведет к увеличению **доходов** семьи. Использование кредитных и депозитных услуг может привести к диверсификации источников дохода (например, в Уганде) или к развитию предприятий (например, в Восточной Европе).
- Доступ к финансовым услугам позволяет клиентам нарастить **активы**. Микрокредит можно использовать для приобретения земли, постройку и ремонт жилья, покупку скота и предметов длительного пользования. Клиенты также могут использовать займы на инвестиции в человеческие активы, такие как медицина и образование.
- Бедное население очень уязвимо и постоянно сталкивается с кризисами. Доступ к микрофинансированию позволяет лучше **управлять рисками** и пользоваться открывающимися возможностями. В Боливии, многие клиенты Pro Mujer используют займы для защиты уровня потребления при различных кризисах, избегая больших перепадов в материальном благосостоянии.

### Индивидуальный уровень

- Для женщин, управление деньгами, **контроль ресурсов**, и доступ к знаниям ведет к увеличению возможностей и права голоса в семье и общине. Экономическое самоутверждение сопровождается ростом самооценки, уверенности в своих силах, и новыми возможностями. В 2002 году, 103 женщины из организации Активисты за Социальный Выбор (ASA) были выбраны в местные советы в Индии.
- Микрофинансовые клиенты обычно имеют более высокий уровень **сбережений**, чем не клиенты, что очень важно для накопления активов. В Зимбабве, клиенты открывают счета в банках или почтовых отделениях; в Перу, неверие в формальные организации заставляет инвестировать в строительные материалы и товар.

### Уровень предприятия

- **Прибыль предприятия** растет в результате микрофинансовых услуг, но не всегда. Займы не незаменимы и используются там, где возникает нужда или ожидается прибыль. Между 1997 и 1999 годами, общий рост доходов наблюдался во всех семейных хозяйствах в Индии и Перу. Но эти же исследования не выявили воздействия на определенные предприятия, которые получили займы.
- **Создание рабочих мест** для предприятий, где занят один человек, выглядит незаметным. Однако если взять предприятия в целом, семьи клиентов часто создают рабочие места для других. Например, в Перу, каждый клиент создал 3 дополнительных рабочих дня в месяц для работников, не из его семьи.

## Как добиться расширения воздействия микрофинансовых услуг?

Сегодня, микрофинансирование, в основном, предлагает микрокредиты, предназначенные для микропредприятий с высоким оборотом. Большинство оценок воздействия было направлено на этот тип микрокредита. Но существуют свидетельства, что клиенты адаптируют эти достаточно жесткие займы для самых разных целей, таких как медицинские расходы, похороны, и оплата образования. Микрофинансирование может достичь более сильного воздействия, если оно предложит широкий спектр финансовых услуг, лучше соответствующих различным потребностям бедного населения, включая депозитные услуги, микрострахование и денежные переводы.

## Как доноры могут увеличить воздействие финансовых услуг на бедное население?

1. Сделайте приоритетом широту охвата. Поддерживайте организации с перспективами роста и достижения самокупаемости.
2. Инвестируйте в несколько организаций, чтобы гарантировать, что будут охвачены клиенты с разными уровнями дохода, расширяя охват вширь и вглубь насколько возможно.
3. Содействуйте достижению двойной цели – самокупаемость и охват; контролируйте развитие МФО в обоих направлениях.
4. Поощряйте исследования рынка, чтобы лучше понять предпочтения клиентов и препятствия, мешающие бедным, воспользоваться преимуществами финансовых услуг (неграмотность, собственность на землю, и т.д.).
5. Поддерживайте действенные организации, которые разрабатывают механизмы и продукты, с тем, чтобы лучше соответствовать потребностям клиентов.

**Автор:** Моник Коуэн, персонал CGAP и Дина Бурджорджи. **Источники:** Керолин Барнс и Дженнифер Себстад, *Методические рекомендации по Проведению оценки Воздействия в Микрофинансировании*, Дискуссионный Документ для Виртуального Обсуждения Оценки воздействия CGAP (Washington DC: AIMS/MSI, 1999); Сеть SEEP, *Учимся у Клиентов: Инструменты Оценки для Специалистов Микрофинансирования*, (Washington, DC: сеть SEEP, 2001); Антон Симанович и Элис Уолтер, “Обеспечиваем Воздействие,” в *Пути Преодоления Бедности*, ред. Сэм Дейли-Харрис (Bloomfield, Conn.: Kumarian Press, 2002); Дональд Снограсс и Дженнифер Себстад, *Клиенты в Контексте: Воздействие Микрофинансов в Трех Странах, отчет* (Washington, DC: AIMS/MSI, 2002). **Вебсайты:** [www.usaidmicro.org](http://www.usaidmicro.org) (раздел “AIMS publications”); [www.microfinancegateway.org/impact](http://www.microfinancegateway.org/impact)