



СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРИЯ ПО ПЪТЯ НА РАСТЕЖА

Екосистема, финансови нужди, регулаторна рамка
и уроци от практиката



ДОЛИНА
НА РАСТЕЖ

Увод

Оригиналното наименование на проекта е „Overcoming the Valley of Death“ („Преодоляване Долината на смъртта“) и е вдъхновено от термина, който в стартап средите означава, че компанията е стартирала дейността си, но все още не генерира печалба. Обикновено това е етап, в който младите компании имат нужда от финансови средства – инвестиция, кредит или друга форма на привличане на средства. Опитът на партниращите организации (Reach for Change България, The Business Institute, Forbes България, UniCredit Bulbank, ING Bank, Общински гаранционен фонд за малки и средни предприятия) показва, че интересът на инвеститорите към социални предприятия или интересът на социалните предприятия към наличните финансови инструменти е сравнително нисък. По тази причина участниците в изпълнението на проекта си поставят за цел да разработят финансов инструмент, който да отговаря във възможно най-висока степен на нуждите на социалните предприемачи.

За да осигурим представителност и да отчетем спецификите на различните участници в екосистемата, направихме проучване с акцент върху социални предприятия в етап на растеж. Фокусирахме се върху техните финансови нужди, свързани с развитието на избраните от тях бизнес модели, включително такива, отнасящи се до привличане и управление на инвестиции,

готовност за разрастване и увеличаване на социалното им въздействие.

За целите на доклада събрахме информация, която позволи **картографиране на социалните предприемачи в България и техните основни характеристики**. Броят на изследваните предприятия беше ограничен от критерии, на които трябваше да отговарят: 1) характеристиките им да позволяват кандидатстване и получаване на банково финансиране и 2) дейността им да е насочена към разрешаване на остри социални проблеми в България.

Тези критерии ограничиха броя на социалните предприятия, които взеха участие във втория етап от проучването, а именно в **изследването на финансовите и нефинансовите нужди на социалните предприятия в етап на ранен растеж в България**. В него чрез интервюта се включиха 10 социални предприятия. В последния, трети етап на изследването се фокусирахме върху **регулаторната рамка, основните движещи сили в сектора, както и върху съществуващи практики за финансова и нефинансова подкрепа на социалните предприемачи в България и в Европа**.

Тази публикация представя основните изводи. Пълните версии на анализите са налични на интернет страницата www.valleyofgrowth.bg

Съдържание

1. Как изглежда екосистемата на социалното предприемачество в България?	4
2. Какви са финансовите и нефинансовите нужди на социалните предприемачи в страната?	8
3. Как изглежда регулаторната рамка и какви са основните движещи сили в сектора?	16
4. Какво ни казва практиката за финансовата и нефинансовата подкрепа на социални предприемачи?.....	18



Как изглежда екосистемата на социалното предприемачество в България?

Колко социални предприемачи съществуват в България и на какви етапи от развитието си се намират? На този и много други въпроси търсим отговори в настоящото проучване.

Социално предприятие

Трите измерения на социалното предприятие





Проучването се съсредоточава върху социални предприятия, които имат за цел да окажат измеримо положително въздействие върху неотложни

обществени въпроси, които попадат в обхвата на показателите на европейско равнище за напредъка по отношение на постигането на целите за устойчиво развитие.

В България липсват ясни, последователни и изчерпателни данни за социалните предприятия.

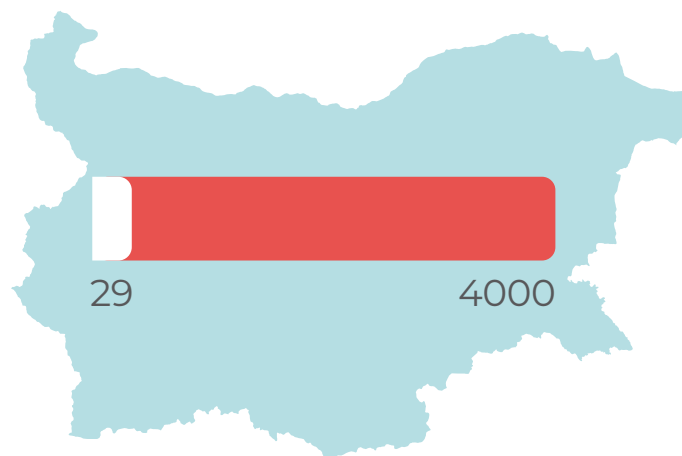
Основната причина за това е припокриването на различни определения и разбирания за това какво представлява „социално предприятие“, тъй като терминът обхваща различни групи организации с разнообразно естество и характеристики.

Не съществува и единна екосистема, където те да бъдат класифицирани в зависимост от техния размер или степен на зрялост. Съществуват различни кръгове, общности и цели екосистеми от социални предприятия, които понякога се припокриват, но понякога дори не се познават взаимно.

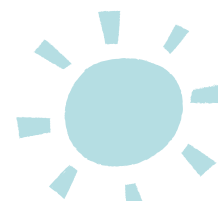
Законът за предприятията на социалната и солидарна икономика (в сила от май 2019 г.) има за цел да въведе ред и да даде окончателно определение на понятието „социално предприятие“. Въпреки това широк кръг от експерти и практики считат определението и изискването за регистрация за твърде ограничаващи и обхващащи само малка част от съществуващото многообразие от социални предприятия в България.

Брой на социалните предприятия в България

Официалните данни за общия брой на социалните предприятия в България варират между 29 и повече от 4000 организации.



- По данни на НСИ 4391 организации са се самоопределили като „социално предприятие“.
- Според Доклад за България (2019 г.) общият брой на социалните предприятия в България се оценява на 3674.



- Според някои предишни доклади на ЕС единствените предприятия, които напълно отговарят на определението и разбирането на ЕС за социалните предприятия, са т.нар. „специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания“ – техният брой е 217.
- Признати от Министерството на труда и социалната политика и вписани в специализирания Регистър на социалните предприятия са 29 организации.

Етап на развитие

Наличните официални данни не предоставят ясна и изчерпателна информация за етапите на развитие на съществуващите социални предприятия в България.

Повечето експерти и заинтересовани страни, интервюирани по време на проучването, споделиха усещането си, че най-голямата част от социалните предприятия в България са на „предстартови“ и „стартови“ етапи на развитие. Официалните количествени данни обаче не могат нито да потвърдят, нито да отхвърлят подобна хипотеза.

Конкретни характеристики

Наличните бази данни предоставят известна информация за социалните предприятия в България, за техния размер, предпочитани правни форми, стопански отрасъл и целево социално въздействие. Тази информация обаче е непълна и непредставителна за цялата сфера на социалните предприятия.

Предпочитани правни форми

Към 7 април 2021 г. в България има 29 регистрирани организации в Регистъра

на социалните предприятия, управляван от Министерството на труда и социалната политика. Сред тях:

- 15 са дружества с ограничена отговорност (14 от които са еднолични дружества с ограничена отговорност);
- 11 са НПО (6 фондации и 5 сдружения);
- 2 са общински дружества;
- 1 дружество е с правноорганизационна форма „едноличен търговец“.

Стопански отрасъл и целево въздействие;

Към 7 април 2021 г. отраслите на стопанска дейност на организациите, регистрирани в регистър на МТСП, варират от кетъринг до търговия на едро с дървен материал, строителни материали и санитарно оборудване.

В повечето случаи целевото въздействие е трудовата интеграция на хора от уязвими групи.

Приходи

Като се имат предвид особеностите на двата вида регистрирани социални предприятия (тип А и тип А+), може да се приеме, че нито едно от тези регистрирани социални предприятия в регистъра на МТСП няма печалба над 150 хил. лв.

Социални предприятия от ново поколение



В страната ни съществува екосистема от ориентирани към бизнеса и успешни социални предприятия от нов вид, която е различна от „обичайните заподозрени“. Повечето от тях обаче не се определят като „социални предприятия“, тъй като нямат стимул за това. От прагматична бизнес гледна точка етикетът „социално“ създава повече проблеми, отколкото ползи, поне от гледна точка на имиджа.



Някои от тях функционират чрез различни хибридни модели – както бизнес модели, така и правноорганизационни.



Важно е да отбележим, че социалните предприятия от типа НПО, както и социалните предприятия за трудова интеграция (WISE), особено тези за хората с увреждания, са по-видими за традиционните донори и публичните органи. Иновативните социални предприятия, особено тези в сектора на информационните технологии, са по-малко видими.



Какви са финансовите и нефинансовите нужди на социалните предприемачи в страната?

Секторът на социалното предприемачество в България е сравнително млад и малък. Проучването показва, че средният период, необходим за развитието на предприятията в сектора, е приблизително 3–4 години, като по-голямата част от тях стартират дейността си с помощта на безвъзмездно финансиране и дарения, а целта им е била да отговорят на неотложни социални въпроси пред широката общественост.

Социално или бизнес?

По-голямата част от социалните предприемачи, които участваха в изследването, споделят, че водещият фактор за клиентите им е качеството на продуктите и услугите, които те предлагат, а не социалната мисия, която стои в основата на техния бизнес¹. Те държат на бизнес подхода спрямо аудиториите си, а възприятието им за социално предприемачество е свързано с развит и утвърден бизнес модел, който е в подкрепа на социална кауза.

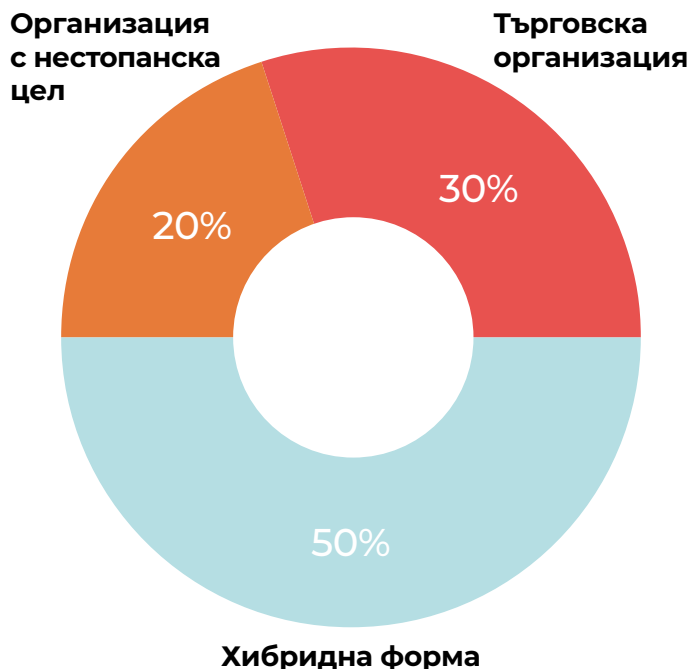
Не е такъв случаят с компаниите, които работят с по-уязвими групи бенефициенти или с бенефициенти в неравносечно положение. Често пъти те имат проблеми при постигането на добро пазарно качество на продуктите/услугите, които предоставят. Тези компании остават предимно в сферата на социалното, което е и причината да изберат

по-скоро междусекторен подход – да работят в по-тясно сътрудничество с местните и държавните власти и да търсят начин за осъществяване на необходимата системна промяна на сектора, в който работят.

Правноорганизационни форми на социалните предприемачи в България

Профилите на социалните предприемачи според предпочитаната правноорганизационна форма варират от организации с нестопанска цел, които осъществяват икономическа дейност, до хибридни – имат две отделни юридически лица, регистрирани по двата закона – Търговския закон и Закона за юридическите лица с нестопанска цел.

Предпочитана правноорганизационна форма



¹ В рамките на проучването са проведени интервюта с 14 социални предприемачи от България.

Какви проблеми засягат и какво въздействие търсят социалните предприемачи?

Повече от половината интервюирани работят в посока повишаване качеството на образованието като основен неотложен социален проблем, а 40% от тях – по намаляването на риска от бедност и социално изключване.

Важно е да споменем, че нито един от тях няма конкретна методология за измерване на социалното въздействие. Въпреки че са убедени в полезното ѝ въздействие върху инициативите им при взаимоотношенията с донори и инвеститори, по-голямата част от предприемачите споделят, че не могат да отделят усилия и ресурси за разработване на тази част от инвестиционната си готовност.

Социални проблеми и целево въздействие



Области на дейност

Областите на дейност на социалните предприемачи варират в широки граници²:



разработване на образователни материали



провеждане на обучения и менторство за млади хора с ниска професионална квалификация и умения



осигуряване на възможности за заетост на хора с увреждания или на хора от маргинализирани групи



програми и обучения за насърчаване на здравословен начин на живот



лобиране и застъпничество



търсене на начини за промяна на системата за хора от уязвими групи или хора в неравностойно положение.

Повечето социални предприятия работят на национално равнище.

Заинтересовани страни

Междусекторните партньорства са характерни за по-малко от половината от социалните предприятия. Идентифицираните примери включват предимно взаимодействие с институции, представляващи различни местни или държавни органи, както и с търговски компании.

Рискове

Най-често посочваното предизвикателство от социалните предприемачи за устойчивостта на техните инициативи е в сферата на оперативния капацитет (човешките ресурси & ноу-хау).

Бизнес модели

Преобладаващ е делът на социалните предприятия, които предоставят услуги на своите клиенти. Едва една трета от тях предоставят продукти. И двата типа компании работят на местния пазар, но плановете им за разрастване са в различни направления – достигане до международния пазар или разширяване на продуктовата линия.



Годишните им обороти са между 45 хил. и 440 хил. лв.

Пазарното покритие на компаниите варира от местен до международен обхват. Една трета от тях работят на местния пазар, като в момента тези компании планират да разраснат дейностите си към други региони на страната. Други (почти 50%) работят на национално ниво. Макар и чувствително по-нисък (20%), е делът на компании, които вече оперират международно или са в етап на тестване на възможности за това.

Методи за генериране на приходи

Що се отнася до моделите за осигуряване на приходи, за повечето ориентирани към бизнеса социални предприятия е типично 100% от приходите да идват от продажби.

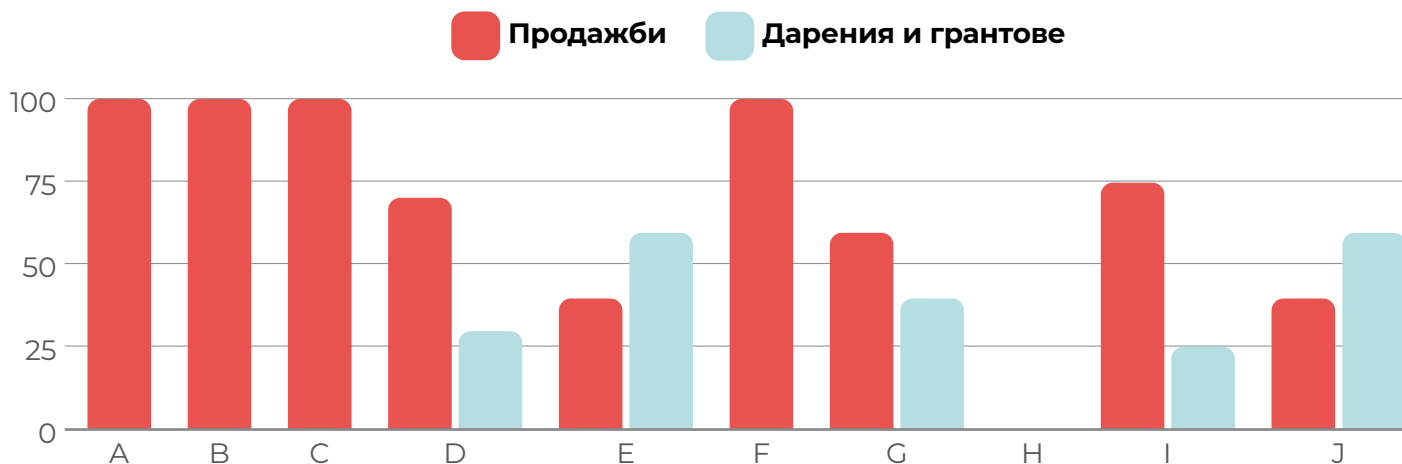
Сегментът на компаниите, поддържащи хибриден тип финансиране, е по-малък –

² Категориите отговарят на дефинирания обхват на проучването.

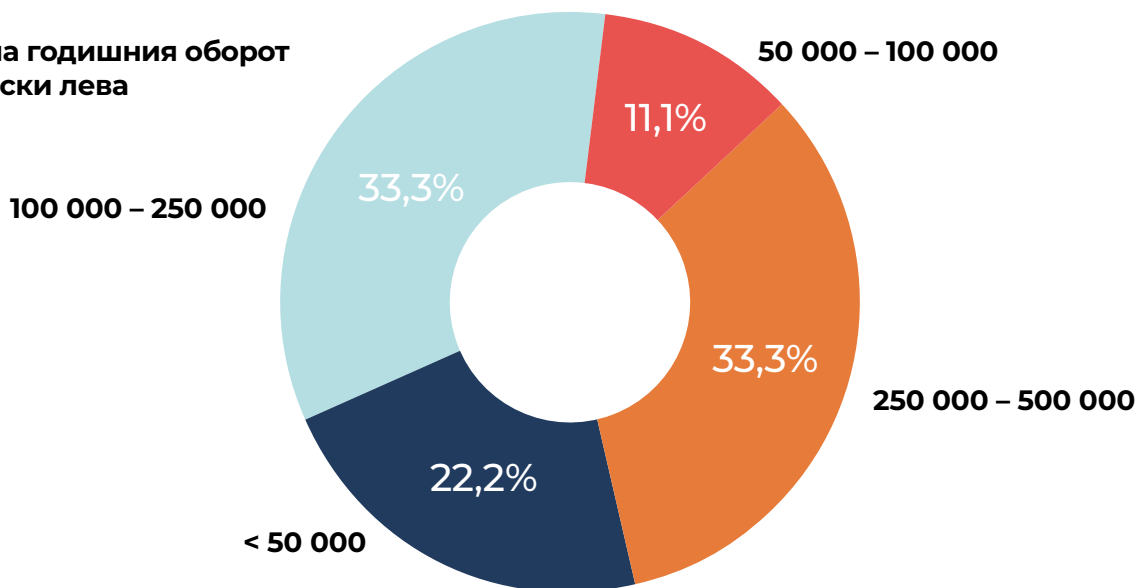
комбинация от обществено и частно финансиране и приходи от стопанска дейност.

Процентът на неподлежащото на възстановяване финансиране варира много в зависимост от амбициите и способностите на организацията.

Структура на потоците от приходи в % на социалните предприемачи, участвали в проучването



Обхват на годишния оборот в български лева



Нефинансофи нужди



Недостиг на човешки ресурс и оперативен капацитет



Преразглеждане на бизнес модела



Управлениски процеси



Анализ на структурата на пазара и аудиторията



Оборудване и материални съоръжения

Инвестиционни възможности

За какво е необходим външен инвеститор на социално предприятие:

100%	за разработване на тяхната програма, продукт или услуга
70%	за осъществяване на тяхната програма, продукт или услуга
50%	за наемане на повече персонал
30%	за наемане на нов офис
30%	за по-добро оборудване на съществуващия офис
10%	за повишаване на заплатите на вече наетия персонал
10%	за да работят на пълен работен ден в организацията си

Обемът на търсените инвестиции варира от 15–20 хил. през 30 хил. и 100–150 хил. до 1 млн. лв.

Опит с невъзвръщаеми финансови инструменти

Всички интервюирани социални предприемачи са използвали неподлежащи на възстановяване финансови инструменти – по-голямата част от тях в самото начало на създаването на техните инициативи като начален капитал.

Предоставените средства са били предимно под формата на безвъзмездно финансиране от различни източници – ЕС, национални и местни фондове или частни фондации.

Повече от две трети са успели да се развият по-нататък към по-устойчиви модели и нямат нужда от външно финансиране.

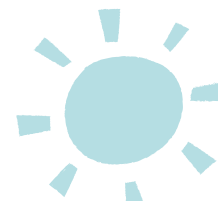
Тип инструмент	Най-честа настояща употреба	Най-честа очаквана употреба (следващите 2 години)
Собствено финансиране	- Разработване на продукт или услуга (100%) - Заплати (100%) - Научноизследователска и развойна дейност (70%)	- Капиталови разходи (30%) - Разработване на продукт или услуга (30%)
Безвъзмездно подпомагане	- Заплати (90%) - Научноизследователска и развойна дейност - Маркетинг (20%)	- Заплати (30%) - Дейност по разрастване (40%) - Маркетинг (40%) - Научноизследователска и развойна дейност (40%)
Кредит/дълг	Разработване на продукт (30%)	- Разработване на продукт/услуга (40%) - Дейност по разрастване (30%) - Капиталови разходи (30%)
Дялово финансиране	- Капиталови разходи (20%) - Разработване на продукт/услуга (30%)	- Капиталови разходи (20%) - Разработване на продукт/услуга (30%)

Връзвърщаеми финансови инструменти

Общите познания на социалните предприемачи за наличните на пазара подлежащи на възстановяване финансови инструменти са добри, но сравнително малък дял от тях са проучили доколко подходящи са тези инструменти за техните потребности.

Двама от тях са кандидатствали за кредити за закупуване на собственост, необходима за по-доброто установяване и развитие на

дейността. Размерът на кредитите варира между 200 хил. и 1.6 млн. лв. (за период от 10 години). Едната организация се е обърнала към банкова институция, а другата – към фонда JESSICA.



Само една от организациите, участвали в проучването, е успяла да подпише договор със съответната финансираща институция (банка).

Няколко са другите компании, които имат опит с възвръщаеми финансови инструменти в по-малък мащаб (напр. 40 хил. лв.).

Всички интервюирани социални предприемачи са склонни да търсят партньорства сред представителите на рисковия капитал, а не толкова сред банките, като само една от компаниите има успешен реализиран вече опит с дялови инвеститори, три други споделят за подготовка в посока преговори с такива.

Бариири пред използването на възвръщаеми финансови инструменти

Два са основните типа препятствия пред употребата на възвръщаеми финансови инструменти:

- Единият е свързан със собствената преценка за готовността за разрастване.
- Вторият тип препятствия, ясно заявен от половината компании, се отнася до липсата на увереност в собствената им способност да обслужват кредит.

Особеност е, че над половината от социалните предприемачи се занимават с кампанийни или сезонни проекти. Това е препятствие в осигуряването на значителен финансов ресурс, тъй като банките изискват регулярност в изплащането на заемите.

Обща нагласа и бариири пред възвръщаемите финансови инструменти:

- подходящи са за продукти, но не и за услуги (половината от интервюираните);
- липса на увереност относно обслужването на традиционен дълг/заем;
- неравномерен оборот;
- голяма зависимост от външни фактори, които оказват влияние върху пазара (напр. COVID-19);
- ниска ликвидност на компаниите;
- нисък процент на финансова автономност, извършване на дейност с ограничени ресурси с цел да се обезпечат основните потребности, без да се осигурява възможност за създаване на резерв;
- отсъствие на финансов продукт, който да е специално насочен към потребностите на социалните предприемачи и който да отчита техните специфики;
- отчитане на риска, тъй като финансовите задължение предполагат бизнес модел с нисък процент на риск.

Приложимост на финансовите инструменти

Често споделяното от изследваните предприемачи мнение е, че **банковите инструменти** не отговарят на спецификите на социалните предприятия по две основни причини:

- липса на достатъчна финансова грамотност у предприемачите;

- липса на гъвкави, благоприятни условия, които да отчитат специфичните характеристики на социалните предприемачи, работещи с конкретни целеви групи.

И все пак предприемачите използват този вариант, когато им е необходим капитал за разработване на нови продукти или за разширяване на продуктовите линии във връзка с икономически дейности, които подпомагат социалната им мисия.

Предпочитаният вариант за над 30% от респондентите са представителите на рисковия капитал.

Голям дял от социалните предприемачи на различен етап от развитието си познават добре различните видове инструменти за безвъзмездно финансиране и ги използват.

Идеалният възвръщаем финансов инструмент за социални предприемачи

Повечето интервюирани посочват ниския лихвен процент като основна характеристика.

Над 30% от интервюираните споделят концепцията за хибриден инструмент:

”Хибриден инструмент, безвъзмездно подпомагане в съчетание с нисколихвен кредит, в зависимост от постигнатите резултати от безвъзмездното финансиране.”

”В идеалния свят щеше да има фонд, подобен на традиционните фондове, който да оценява не само финансовата, а и социалната възвръщаемост. Този фонд би осигурявал пакет (финансов инструмент) – програми за безвъзмездно подпомагане, кредити, инвестиции и менторство, които да се управляват от експерти и успешни предприемачи.”



Как изглежда регулаторната рамка и какви са основните движещи сили в сектора?

Регулаторната рамка, която е в сила в момента в България, нито помага, нито пречи на активните социални предприемачи.

Настоящото определение, изисквания и начин за създаване на социално предприятие във вида, определен от българския закон, се считат за неефективни, а повечето предприемачи на практика не използват тази регистрация. В повечето анализирани случаи регулаторната рамка не предоставя ефективна подкрепа на бъдещите социални предприемачи. Регулаторната рамка, която е в сила, обаче не пречи на жизнените и активни организации с бизнес мислене да изпълняват мисията си.

Два основни профила

Към момента няма хибридна форма при основаване на социални предприятия. Това е ключова предпоставка за профилирането на социалните предприятия в България. Отличават се два основни профила:



Социални предприятия, основани като организация с нестопанска цел (ОНЦ);



Социални предприятия, основани като бизнес.

Разграничението между тези два профила се концентрира много повече върху управленския екип, неговата

нагласа и подхода, който използва, за да създаде устойчивост, отколкото върху правноорганизационната форма на юридическото лице. По този начин от неправителствения сектор възникват два основни профила на социални предприемачи:

- Първият се фокусира върху разработването на по-ориентирани към клиентите продукти и услуги, които могат да допринесат както за по-доброто позициониране на техния бизнес, така и за изпълнението на тяхната социална мисия. В повечето случаи това се отнася за социални предприятия, основани като бизнес или като неправителствени организации, които са осъществили успешно прехода към бизнес управление.
- Вторият профил се фокусира върху дейностите с нестопанска цел, като тези социални предприятия работят по-активно върху повишаване на обществената информираност чрез кампании и събития, които могат да привлекат допълнително финансиране и повече човешки ресурси (доброволци, подкрепа от експерти и др.). Това са предимно социални предприятия, основани като ОНЦ, и/или такива, регистрирани като бизнеси, но все още управлявани като ОНЦ и разчитащи предимно на безвъзмездно финансиране.

Основният недостатък е обвързан с това, че повечето социални предприятия, създадени като ОНЦ, се основават на проекти, което е резултат от използването на безвъзмездно финансиране. Това от своя страна обикновено води до резултати на проектни начала, а не до устойчивост.

Основаните като ОНЦ социални предприятия използват безвъзмездното финансиране като инвестиция в икономическата си дейност. Понякога трудното разграничаване между ОНЦ и стопанската дейност, както и „близките връзки“ с първоначалната ОНЦ пречат на новооснованото социално предприятие да търси търговски финансови инструменти (напр. финансиране чрез дълг, дялово финансиране).

Тъй като са с „нагласата за ОНЦ“, основаните като ОНЦ социални предприятия имат нужда от по-дълъг период от време за промяна на нагласата и изграждане на бизнес умения. Така, докато са в преходната фаза между етапа на нестопанска дейност и стопанския сектор, тези организации остават извън обхвата на инвеститорите и възможностите за финансиране в България.

Фактори за успех

Доказано е, че социално предприятие, което първоначално е регистрирано като стопански субект, има по-добър шанс за успех в бъдеще, измерен по способността му да докаже устойчивост и потенциал за възстановяване на разходите.

Успехът не се състои толкова в това да се намери „неудовлетворената социална потребност“, а по-скоро е продукт на комбинацията от:



намиране на успешен бизнес модел;



ежедневно, добре издържано от гледна точка на бизнеса изпълнение на бизнес модел;



екип от предприемачи с мислене, насочено към бизнеса.

Възможностите

Според банкови експерти и експерти по микрофинансиране социалните предприятия трябва да се концентрират върху по-устойчив, добре издържан от гледна точка на бизнеса подход към работата, в рамките на който те могат да създават приходи от стопанска дейност. Някои банки биха били склонни да отпускат кредити на социални предприемачи при условие, че те отговарят на изискванията на банката за потенциал за погасяване и са в състояние да осигурят поне някакви (частични) обезпечения.

Тенденцията сред дружествата за рисково финансиране е да се финансират социални предприятия, стига те да имат доказана история за постигане на ръст, възможност за разрастване и ясен план за бъдеща рентабилност.

Основните фактори, които оформят развитието на сектора

- Преходът от социално предприятие с „нагласа на ОНЦ“ към такова с бизнес нагласа се оценява като най-важния „оформящ фактор“ за сектора.
- Друг основен „оформящ фактор“ за успех е търсеният фокус върху възможността за разрастване на бизнес модела.



- Доказан ръст на приходите, възможност за разрастване на бизнес модела и ясен план за бъдеща рентабилност са ключовите предпоставки за привличане на дялово финансиране, кредити или корпоративно (КСО) финансиране.
- По-добрата регулаторна рамка за безвъзмездното финансиране има по-слабо въздействие, тъй като основният източник за успеха е способността на социалните предприемачи да създават приходи и да постигат устойчивост.
- Когато става въпрос за ориентираните към бизнеса социални предприятия, подкрепата от държавата има най-слабо въздействие.

Какво ни казва практиката за финансовата и нефинансовата подкрепа на социални предприемачи?

Видове възвръщаеми финансови инструменти за социални предприемачи в България и ЕС

Основната цел при създаване на силна инвестиционна стратегия за подкрепа за социалнопредприемачески инициативи е намирането на баланс между очакванията за социално въздействие и за финансова възвръщаемост. Една балансирана инвестиционна стратегия трябва, от една страна, да отговаря на потребностите на социалното предприятие, и от друга, да не ограничава групата на

потенциалните предприятия, отговарящи на инвестиционните критерии, до степен, че да не може да се поддържа устойчив поток от сделки.

Финансовите инструменти, прилагани за подкрепа на социални предприемачи, на европейско ниво включват: безвъзмездно финансиране, дългови инструменти и дялово финансиране.

Адаптирането на тези финансови инструменти към спецификата на социалните предприятия обаче поставя ред предизвикателства. Те са свързани с хибридната природа на социалните предприятия, напр. хибридни бизнес модели, съчетаващи приходи от търговска дейност и субсидии, безвъзмездно подпомагане или дарения, динамични правноорганизационни форми и разпоредби, породени от младостта на сектора, постоянен стремеж за постигане на баланс между въздействие и финансови цели, който води до предизвикателни за управление бизнес модели, често с относително ниска рентабилност.

Съществуват различни иновативни практики за справяне с тези предизвикателства, които да подобрят съотношението между риск, потенциал за въздействие и финансова възвръщаемост на инвестиции:



Употребата на набор от хибридни финансови инструменти, които съчетават характеристиките на дълг, инвестиционен капитал и безвъзмездно финансиране;



Иновативни подходи към набирането на капитал и/или иновативни бизнес модели за финансиране и управление на традиционни финансови инструменти на финансиране;



Създаване на партньорства между доставчици на финансиране и на синергии между различни финансови продукти, за да се гарантира, че организациите със социална цел имат достъп до необходимия вид финансиране на точния етап от своето развитие.

Дълг

„Дългови инструменти са кредити, които инвеститори в постигането на въздействие могат да отпускат на организации със социална цел, като начисляват определен процент лихва.“³

Дългът е вторият най-често използван вид капитал след безвъзмездното подпомагане.

Дълговите инструменти могат да бъдат:

- Обезпечени и необезпечени кредити;
- Заеми за оборотни средства;
- Ипотеки и облигации, по-конкретно облигации със социално въздействие.

Най-често **кредитите**, предоставени на социални предприятия, са средносрочни и дългосрочни заеми с обичаен срок между 3 и

7 години за средносрочните и до 25 години за дългосрочните кредит.

Финансовият инструмент комбинира социална и финансова възвръщаемост за инвеститора с възможност за проследяване на финансовата стабилност поради очакването за редовни плащания в рамките на фиксиран период за финансиране и изплащане.

С цел да се пригоди този финансов инструмент към спецификите на социалния сектор лихвата може да се изчислява така, че да гарантира достъпност, а не да отразява нивото на риска. Финансов инструмент от този тип е кредит при облекчени условия (soft loan), който осигурява на организациите със социална цел нулев лихвен процент или лихвен процент, по-нисък от пазарния.

За кого са подходящи кредитите?

Кредитите предлагат гъвкав капитал без промяна на собствеността и са подходящи за организации с високо ниво на предвидимост на приходите, включително и социални предприятия в етап на ранен растеж, които вече имат постоянни и предвидими приходни потоци и работят на основата на бизнес модели, насочени към създаването на собствени приходи от търговска дейност.

Предизвикателствата и как да се справим с тях ?

Банковите гаранции като допълнителен инструмент към дълга се очертават като ефективен начин за намаляване на риска

³ EVPA (Европейска организация за венчър филантропия) (2017 г.) Financing for Social Impact – Financial Instruments Overview (Финансиране за постигане на социално въздействие – преглед на финансовите инструменти), с. 1.



при кредитирането и за повишаване на достъпността на дълговия капитал за по-широк кръг от социални предприятия. Предходен опит с осигуряването на гаранции сочи, че най-добрият процент за покриване на риска е в диапазона от 50 до 80%.

Дялово финансиране

„Инструментите за дялово финансиране са договори, чрез които инвеститори в социално въздействие (impact investor) предоставят финансиране на организации със социална цел и в замяна придобиват права на собственост върху част от бизнесите на организацията със социална цел.“⁴

Най-често срещаният вид право на собственост, към който инвеститорите се стремят, е чрез придобиване на дялове. Това осигурява на инвеститора по-голям контрол върху успеха или провала на организацията заради дела му като собственик.

Според европейския мониторинг на социалните предприятия дяловото финансиране заема трето място в класирането на предпочитаните видове финансиране.

За кого са подходящи?

Дяловото финансиране е по-подходящо от дълговото финансиране за социални предприятия с по-висок риск, които не могат да докажат необходимите финансови резултати за получаване на кредит.

Предизвикателствата и как да се справим с тях?

Поради ниската ликвидност на социалните предприятия те разполагат с ограничена възможност за обратно изкупуване на дяловете на инвеститора. Освен това броят на потенциалните последващи купувачи на дяловете за собственост на първоначалния инвеститор е ограничен. Също така липсва механизъм за остойностяване и препродаване на дяловете.

Най-осезаемите предизвикателства са свързани с нивото на финансова грамотност на организацията и наличието на структура, която да дава възможност за емитиране на дялове или плащане на дивидент.

В този случай подкрепата е основно насочена към социални предприятия с по-висок потенциал за финансова възвръщаемост. На практика повечето социално насочени фондове за рисков капитал в Европа се стремят към активи под управление на стойност над ~30 млн. евро, което също увеличава стимулите за инвестиции с по-висока стойност. Този модел е неподходящ за пазари, където няма търсене от страна на големи инвеститори, а освен това няма и социални предприятия с такъв огромен капитал.

Един от начините за намаляване на предизвикателствата е разнообразяване на таксите, свързани с управлението на фонда. Те осигуряват механизъм за покриване на някои от еднократните допълнителни разходи за стартиране на фонда и/или компенсиране на по-високите оперативни разходи за предоставяне на по-интензивна нефинансова

⁴ EVPA (Европейска организация за венчър филантропия) (2017 г.) Financing for Social Impact – Financial Instruments Overview (Финансиране за постигане на социално въздействие – преглед на финансовите инструменти), с. 1.

подкрепа. Друг подход е въвеждането на такса за постигнат резултат, която се изплаща на управляващия инвестицията при създаването на положителна възвръщаемост по критериите за социално въздействие.

Друг вариант е и използването на алтернативни подходи за осигуряване на достъп до дялово финансиране за социалните предприятия.

- Бизнес ангелите могат да бъдат по-гъвкави в инвестициите си в сравнение с фондовете, защото те инвестират собствените си средства.

- Платформите за колективно финансиране предоставят техническо решение за запълване на празнината между размера на предлагането и търсенето, като свързват инвеститорите със социални предприятия, които са готови за получаване на инвестиция.

Хибридни финансови инструменти с характеристики на дълг и дялово финансиране

Тези инструменти обикновено се прилагат, за да се съчетаят възможностите за финансова възвръщаемост с по-гъвкави варианти за погасяване.

Финансиране тип „мечанин“

Вид:

„Хибрид между дълг и дялово финансиране, който обикновено се използва за финансиране на разрастването на организацията.“⁵

Полза:

Нивото на гъвкавост, което се допуска при разработването на сделката по начин, който да отразява конкретните финансови потребности и капацитет на организацията със социална цел, от една страна, а от друга – очакванията на инвеститора.

Подходящ за:

Хибридни социални предприятия, които съчетават потоци приходи от дейност и приходи отвън.

⁵ EVPA (2017 г.) Financing for Social Impact – Financial Instruments Overview, с. 2.



Конвертируеми кредити (или конвертируем дълг)

Вид:	„Кредити, които могат да бъдат преобразувани в дялово финансиране.“ ⁶
Полза:	Изисква погасяване, но при определени условия то преминава под формата на дялове в собствеността вместо като изплащане на капитал.
Подходящ за:	Социални предприятия в ранен етап на развитие, когато е прекалено рано за оценка за определяне на цената на дяловете.

Споразумения за споделяне на приходите (финансиране, основано на възнаграждения за права)

Вид:	„Хибридни финансови инструменти, при които инвеститорът отпуска средства назаем на организация срещу бъдещи потоци приход.“ ⁷ Комбинира кредит с изплащане на лихва и допълнителна възвръщаемост на инвестицията под формата на дял от създадените приходи.
Полза:	Повишава потенциала за финансова възвръщаемост за инвеститора като начин за компенсиране на по-високия риск, свързан с отпускането на капитал на организацията.

⁶ EVPA (2017 г.) Financing for Social Impact – Financial Instruments Overview, с. 2.

⁷ EVPA (2017 г.) Financing for Social Impact – Financial Instruments Overview, с. 2.

Хибридни финансови инструменти с характеристики на дълг и безвъзмездно подпомагане

Най-често прилаганите варианти са безвъзмездно подпомагане, което подлежи на възстановяване (или конвертируемо такова) и опростими кредити.

Безвъзмездно подпомагане, което подлежи на възстановяване

Вид:	Споразумение, при което отпуснатият назаем на социалното предприятие капитал може да се преобразува в безвъзмездно подпомагане, в случай че организацията не е в състояние да изпълни предварително договорените цели.
Ползи:	Увеличава достъпа до финансиране, тъй като се справя с едно от най-големите предизвикателства пред нагласите, които пречат на социалните предприятия да разглеждат възвръщаемите финансови инструменти като алтернатива – липсата на увереност, че ще се справят с погасителните вноски.
Подходящ за:	Социални предприятия, които не могат да докажат необходимите финансови възможности за дълг.

Опростим кредит

Вид:	При успех кредитът се преобразува в безвъзмездно подпомагане, като така се осигурява силен стимул за социално въздействие.
Ползи:	Ясно и подробно съгласуване между инвеститора и предприятието, в което се инвестира, на базата на условията и ключовите показатели за ефективност, които трябва да се постигнат, за да се отмени погасяването на кредита.



Други добри практики

Схеми от типа „плащане за успех“

- Фокусът е върху въздействието на възвръщаемостта на инвестицията. Те свързват плащанията с постигането на целевото социално въздействие с фокус върху конкретни резултати.
- По-подходящи са за организации, които или се концентрират върху превенция, и/или са много иновативни и изискват последователен подход от типа „създаване – измерване – учене“.

Облигациите за социално въздействие

- Специфична форма на схема от типа „плащане в зависимост от постигнатите резултати“, в която се разчита на партньорство между множество заинтересовани страни.
- Това са споразумения, чрез които общественият сектор или държавният орган се ангажира с плащане за постигане на по-добри социални резултати.⁸
- Предполага трета страна, социален инвеститор, който предварително да осигури капитал.
- Ако предприятието успее да постигне целевите социални резултати, възлагащият орган (напр. държавна агенция) изплаща вложенията на инвеститора.

Интегриран капитал

- Вид: Координирано използване на различни форми на парични средства (дялово финансиране, кредити, безвъзмездно подпомагане, гаранции и т.н.), често от различни източници на финансиране, за да се подкрепи развиващо се предприятие.⁹
- Ползи: Дава възможност на различни заинтересовани страни да подкрепят развитието на социалното предприятие на различни етапи от предприемаческото му пътуване. Този вид инструмент ускорява напредъка на социалното предприятие чрез целенасочени етапи на финансиране, като създава съгласувана инфраструктура за финансиране.
- Подходящ за: Социални предприятия с обещаващи иновативни решения, които имат потенциал за значително въздействие, но се нуждаят от дългосрочни, „търпеливи“ инвестиции.

Финансиране на социални предприемачи в България

Информацията за тази част от проучването е от две интервюта с представители на финансови институции, които имат опит при предоставянето на капитал на социални предприятия в България – СИС Кредит и UniCredit Bulbank. И двете институции предоставят капитал тип „дълг“. СИС Кредит дава достъп до микрокредити на стойност до 25 хил. евро, а в UniCredit правят

⁸ Varga, E. and M. Hayday (2019). A recipe book for social finance. Second edition: A practical guide on designing and implementing initiatives to develop social finance instruments and markets, European Commission, p. 82.

⁹ Varga, E. and M. Hayday (2019). A recipe book for social finance. Second edition: A practical guide on designing and implementing initiatives to develop social finance instruments and markets, European Commission, p. 82.

индивидуална преценка на сумата на капитала, който отпускат за всяко социално предприятие.

Предизвикателства и поуки от практиката в България

- Потокът на сделките може да бъде укрепен допълнително чрез повишаване на информираността относно потенциала на дълговия капитал за социални предприятия.
- Допълнителното подпомагане на социални предприятия за развитие на финансово устойчиви бизнес модели има потенциала да повиши допустимостта им за финансиране чрез дълг.
- Съществува взаимовръзка между широкия фокус по отношение на целите на инвеститора за социално въздействие и необходимите ресурси за управление и проследяване на възвръщаемостта на свързаните с въздействие инвестиции по сделките – колкото по-широк е фокусът, толкова повече ресурси са необходими за управлението на инициативата и измерването на нейното въздействие.
- Търсят се варианти, които могат да направят продуктите за дългово финансиране по-достъпни за социалните предприемачи.

Важни фактори при създаването на финансов инструмент за социални предприемачи

- Нивото на развитие и профил на социалните предприятия, към които е насочен финансовият инструмент:

индивидуалният подход при адаптирането на финансовия инструмент към социалния предприемач ще осигури цялостна изпълнимост на финансовата схема.

- Инвестиционните цели: инвестиции във въздействие или инвестиции с въздействие – дали инвеститорът първоначално се мотивира от целта да постигне социално въздействие, или от възможността да постигне финансова възвръщаемост на ниво пазар в съчетание с добавена стойност.
- Поносимото количество риск, време и ресурси, които могат да бъдат посветени на предоставянето на финансовия инструмент, преди да се стигне до момент, при който да има възможност за възвръщаемост.



Автори:

Юрий Вълковски | Стояна Стоева | Светлан Станоев | Христина Попова

Искате ли да развиваме заедно екосистемата на социално предприемачество в България? Включете се в общността „Предприемачи за промяна“!

РЕГИСТРИРАЙТЕ СЕ ТУК!

Като част от общността вие ще имате достъп до:



Събития с международни експерти



Инструменти, проучвания и полезна информация



Мрежа и контакти със социални предприемачи, инвеститори и други заинтересовани страни.

Пълните доклади от проучването ще намерите на

www.valleyofgrowth.bg

Проект „Преодоляване на Долината на смъртта: Обща рамка на нов финансов инструмент за социални предприемачи в етап на растеж в България“ се финансира от Програмата на Европейския съюз за заетост и социални иновации „EaSI“.

Информацията, съдържаща се на този уебсайт, не отразява непременно официалната позиция на Европейската комисия.

ПРОЕКТЪТ Е
ФИНАНСИРАН ОТ:



КООРДИНАТОР
НА ПРОЕКТА:



ПАРТНЬОРИ:



UniCredit Bulbank

Forbes



АСОЦИИРАНИ
ПАРТНЬОРИ:

