



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

მაია გიორბელიძე

**ინკლუზიური ბიზნესის სოციალური ზემოქმედების შეფასება
საქართველოში**

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად
წარმოდგენილი სადისერტაციო ნაშრომი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი დავით სიხარულიძე

თბილისი
2018 წელი

შინაარსი

თავი 1. ინკლუზიური ბიზნესის სოციალური ზემოქმედების შეფასების ლიტერატურული მიმოხილვა.....	15
1.1 სოციალური საწარმოს არსი და მნიშვნელობა.....	15
1.2 მსოფლიოში არსებული მიდგომები სოციალური მეწარმეობის მიმართ	24
1.3 სოციალური მეწარმეობის სამართლებრივი რეგულირება.....	29
1.4 სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდები.....	40
თავი 2. სოციალური მეწარმეობის გარემო და მხარდამჭერი მექანიზმები საქართველოში.....	68
2.1 სოციალური საწარმოს იურიდიული ფორმები.....	68
2.2 სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი სისტემები.....	72
თავი 3. სოციალური საწარმოების საქმიანობის რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზი.....	81
3.1 კვლევის ანალიზი და მეთოდები	81
3.2 კვლევის შეზღუდვები.....	91
თავი 4. სოციალური საწარმოების კვლევის შედეგები	93
4.1 სიდრმისეული ინტერვიუების ანალიზი.....	93
4.2 საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების მოკლე მიმოხილვა	98
4.3 სოციალური საწარმოების კონკრეტული შემთხვევების ანალიზი.....	120
4.4 სოციალური საწარმოების რაოდენობრივი კვლევის ანალიზი	136
4.5 საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების “სოციალურობის” ანალიზი.....	141
4.6 სოციალური საწარმოების როლი ქვეყნის მდგრად განვითარებაში.....	147
დასკვნები და წინადადები.....	170
გამოყენებული ლიტერატურა	181
დანართები	187
დანართი 1. ჩაღრმავებული ინტერვიუს სახელმძღვანელო კითხვარი ძირითადი ინფორმირებული პირებისათვის	187
დანართი 2: ჩაღრმავებული ინტერვიუს სახელმძღვანელო კითხვარი სოციალური საწარმოებისათვის	190

ცხრილი 1: სოციალური მეწარმეობის მიდგომებს შორის არსებული მსგავსებები და განსხვავებები.....	26
ცხრილი 2: სოციალური ზემოქმედების შეფასების ზოგადი მეთოდოლოგიები	46
ცხრილი 3: სოციალური ზემოქმედების შეფასების კონკრეტული მეთოდოლოგიები	49
ცხრილი 4: სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების აღწერა.....	67
ცხრილი 5: კვლევის მეთოდის შერჩევა.....	83
ცხრილი 6: სიღრმისეული ინტერვიუები ინფორმირებულ პირებთან	86
ცხრილი 7: კვლევაში ჩართული სოციალური საწარმოები	88
ცხრილი 8: კვლევის მეთოდოლოგიისა და ინსტრუმენტის შეჯამება	89
ცხრილი 9: მონაცემთა შეგროვების, მართვისა და ანალიზის ეტაპები და მეთოდები	92
ცხრილი 10: სოციალური საწარმოები და იურიდიული ფორმა.....	122
ცხრილი 11: შედეგების შეჯამება მეტა-მატრიცის ფორმატში	127
ცხრილი 12: სოციალური საწარმოს კავშირი მდგრადი განვითარების შესაბამის მიზანთან	150
ნახაზი 1: სოციალური საწარმოს მდებარეობა სექტორების მიხედვით.....	19
ნახაზი 2: სოციალური საწარმოს მდებარეობა სექტორების მიხედვით.....	19
ნახაზი 3: სოციალური საწარმოების იურიდიული ფორმები ევროპაში	32
ნახაზი 4: სოციალური საწარმოების როლი ეკონომიკაში.....	37
ნახაზი 5: სოციალური საწარმოს მიმართულებები.....	39
ნახაზი 6: სოციალური ზემოქმედების დონეები და მათი დამოკიდებულება სტრატეგიულ მიზნებთან	42
ნახაზი 7: სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების ჩამოყალიბება	44
ნახაზი 8: სოციალური საწარმოების იურიდიული ფორმის მიხედვით.....	136
ნახაზი 9: სოციალურ საწარმოთა ასაკი.....	137
ნახაზი 10: შემოსავლის წყაროები	138
ნახაზი 11: სოციალური საწარმოს მოგება.....	139
ნახაზი 12: მდგრადი განვითარების მიზნების ეროვნული ჩარჩო დოკუმენტი და სოციალური საწარმოების საქმიანობის შესაბამისობა საქართველოს მისადაგებულ ამოცანასთან	169

შესავალი

საკითხის აქტუალობა

საქართველოში სოციალური მეწარმეობა უკანასკნელი წლების მანძილზე უფრო და უფრო მეტად ვითარდება და პოპულარობას იძენს მოსახლეობას შორის. სოციალური მეწარმეობა არის ორგანიზებული სამეწარმეო საქმიანობა სოციალური ზრუნვის, სოციალური ადაპტაციის, სიღარიბის შემცირებისა და დაძლევის, საზოგადოების მოწვევლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის, საგანმანათლებლო, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურის, სპორტის, გარემოს დაცვის სფეროებში, რომლის მიზანი არ არის უპირატესად მოგების მიღება და პარტნიორობა, მეპაიეთა ან აქციონერთა შორის განაწილება.

სოციალური მეწარმეობა გავრცელებული და მზარდი ფენომენია ევროპაში; მათ განიცადეს ეტაპობრივი ინსტიტუციონალიზაცია და პოლიტიკური აღიარება, მათ შორის სპეციალური სამართლებრივი ფორმების განვითარების გზით. შეიძლება ითქვას, რომ ევროპაში მოქმედი სოციალური საწარმოების უმეტესობა მოქმედებს მესამე სექტორის ტრადიციულ სამართლებრივ გარემოში. ისინი იქმნებიან ასოციაციების სახით იმ ქვეყნებში, სადაც კანონი ამ სექტორს საშუალებას აძლევს გარკვეულ დონეზე აწარმოოს პროდუქტების და სერვისების გაყიდვა ბაზარზე.

ევროპაში 1996 შეიქმნა ევროპული კვლევითი ცენტრი, რომელიც უზრუნველყოფს სოციალური მეწარმეობის ირგვლივ თეორიული და პრაქტული ცოდნის ბაზის შექნას. მანვე შეიმუშავა სოციალური და ეკონომიკური კრიტერიუმები, რომლებსაც უნდა აკმაყოფილებდეს სოციალური საწარმო. ესენია:

ეკონომიკური კრიტერიუმები:

- ✓ საქონლის ან მომსახურების უწყვეტი წარმოება / მიწოდება;
- ✓ დამოუკიდებლობის ხარისხი;
- ✓ ეკონომიკური რისკის გარკვეული ხარისხი;
- ✓ დამოკიდებულება ანაზღაურებადი სამუშაოს მიმართ.

სოციალური კრიტერიუმები:

- ✓ ნათელი მიზანი, რომელიც ფოკუსირებულია საზოგადოების კეთილდღეობაზე;
- ✓ ინიციატივას მხარს უნდა უჭერდეს მოქალაქეთა გარკვეული ჯგუფი;

- ✓ გადაწყვეტილების მიღების ძალაუფლება არ უნდა ეფუძნებოდეს კაპიტალის მფლობელობას;
- ✓ საერთო გარემო, რაც უზრუნველყოფს დაინტერესებულ მხარეთა მაღალ ჩართულობას;
- ✓ მოგების შეზღუდული განაწილება

სოციალური მეწარმობის და სოციალური საწარმოების თავისუბურებებიდან გამომდინარე, მსოფლიოში განსხვავებენ ოთხო ტიპის მიდგომას – ორ ამერიკულს და ორ ევროპულს. მიუხედავად იმისა, რომ ხშირად ხდება აღნიშნული მიდგომების აღრევა, ისინი განსხვავებული რაკურსით განმარტავენ სოციალური მეწარმობის ასპექტებს.

სოციალური ინოვაციების მოაზროვნეთა სკოლა – მოაზროვნეთა ინოვაციების სკოლა ორიენტირებულია სოციალურ მეწარმეებზე, როგორც ინდივიდებზე, რომლებიც სოციალურ პრობლემებს და სოციალურ საჭიროებებს აგვარებენ ინოვაციური მეთოდებით. ერთ-ერთი უკანასკნელი კვლევის მიხედვით, “სკოლა ორიენტირებულია სოციალური პრობლემების გადაჭრის ახალი და უკეთესი გზების ძიებაზე” (Dees and Battle Anderson, 2006:41). სოციალური მეწარმეების აღნიშნულს ახერხებენ კომერციული ან არაკომერციული საწარმოს დაფუძნების გზით.

სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლა – სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლის ფარგლებში, კვლევის საგანს წარმოადგენს საწარმო, რომელიც განხილულია, როგორც არასამეწარმეო, არაკომერციული ორგანიზაცია, რომელიც შემოსავალს იღებს სოციალური მისიის შესრულებით. მომსახურების მიწოდების სტაბილურობის უზრუნველსაყოფად, აღნიშნული სკოლა ორიენტირებულია სუბსიდიებისა და გრანტებისგან დამოუკიდებელი შემოსავლის სხვადასხვა წყაროს შემქნაზე. დაფინანსების თემის გარდა, სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლა წახალისებს უკეთეს ბიზნეს-მეთოდების გამოყენებას, როგორც არაკომერციული ორგანიზაციის ეფექტურობის გაუმჯობესების განმაპირობებელ გზას.

EMES მიდგომა- სოციალური საწარმოების კვლევის ევროპული ქსელი (Emergence of Social Enterprise in Europe (EMES)) 1996 წელს შეიქმნა და მის შემადგენლობაში შედგიან მკვლევარები, რომლებიც იკვლევენ სოციალური საწარმოს ფენოფენს და ქმნიან ფართო განმარტებას, რომელიც ასახავს განსხვავებულობას ევროპის ქვეყნებს

შორის. EMES ქსელი განსაზღვრავს სოციალური საწარმოების მახასიათებლებს. სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლის მსგავსად, EMES ქსელისათვისაც დაკვირვების ობიექტს წარმოადგენს საწარმო. მის მიხედვით, სოციალური საწარმოს უპირველეს მიზანს საზოგადოებისათვის სარგებლის მოტანა წარმოადგენს, იგი ჩამოყალიბებულია მოქალაქეთა ჯგუფის მიერ, აქვს ავტონომიურობის მაღალი ხარისხი, არის მონაწილეობრივი ბუნების და გადაწყვეტილების მიღების ძალაუფლება არ არის დამოკიდებული კაპიტალის ფლობაზე. ზოგადად, ამ მიდგომის ქვეშ გვხვდება შემდეგი ტიპის ორგანიზაციები: ასოციაციები, კოოპერატივები და ფონდები.

ბრიტანული მიდგომა. EMES ქსელის მიერ შემოთავაზებული ფართო განმარტების მიუხედავად, სოციალური მეწარმეობის ბრიტანული მიდგომა განსხვავდება ამერიკული ტრადიციებისაგან და გვთავაზობს თავისებურ ხედვას. 1990-იანი წლების ბოლოს ლეიბორისტული პარტია ხელისუფლებაში მოვიდა, პროაქტიულად ცდილობდა სამოქალაქო საზოგადოების, საჯარო სექტორისა და კერძო სექტორს შორის პარტნიორობის სტიმულირებას. ქვეყნის მასშტაბით სოციალური საწარმოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობის მიზნით, ბლერის მთავრობამ ჩამოაყალიბა სოციალური საწარმოების კოალიცია და შექმნა სავაჭრო და საწარმოო დეპარტამენტში სოციალური საწარმოების განყოფილება. აღნიშნულმა დეპარტამენტმა სოციალური საწარმო განსაზღვრა, როგორც “უპირატესად სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესი, რომელიც მოგების ინვესტირებას ახდენს საზოგადოების საჭიროებების გადასაჭრელად და ნარჩენი მოგების განაწილება არ ხდება მეწილეებს და მესაკუთრეებს შორის”.

რაც შეეხება საქართველოს, 2015 წლის ივლისში, პარლამენტში შეტანილ იქნა საკანონმდებლო წინადადება, რომელიც მიზნად ისახავდა სოციალური მეწარმეობის ინსტიტუციონალიზაციისა და სოციალური მეწარმეობის განვითარების მხარდაჭერის სამართლებრივი საფუძვლების შექმნას, საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი საკითხების გადაწყვეტას ბიზნეს მეთოდებისა თუ სუბიექტების გამოყენებით, რომელთა მთავარი მიზანი უპირატესად საზოგადოებრივი სიკეთის შექმნაა და არა მოგების განაწილება.

ინიციატივის მიხედვით, სოციალური მეწარმეობა თავისი არსით გულისხმობს სოციალური პრობლემების მოგვარებას ბიზნეს მიდგომებით. რიგ შემთხვევებში

სოციალური საწარმო უზრუნველყოფს ახალი სერვისების ან პროდუქტების განვითარებას და მიწოდებას იმ სფეროებში, სადაც ბიზნეს ინტერესები ნაკლებია, ხოლო სახელმწიფო დაფინანსება არასაკმარისი. სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერის სამართლებრივი საფუძვლის შექმნა ხელს შეუწყობს არა მხოლოდ სოციალური მეწარმეობის განვითარებას, არამედ განაპირობებს სოციალური პასუხისმგებლობის დონის ამაღლებას და ხელისუფლებას მისცემს საშუალებას ბიზნესთან და არასამთავრობო სექტორთან ერთად ოპტიმალური საშუალებებით მიაღწიოს საზოგადოებრივად სასარგებლო მიზნებს.

საქართველოში ინკლუზიური ბიზნესის ჩამოყალიბება ახლა მიმდინარეობს. უკვე არსებობს რამოდენიმე სოციალური საწარმო, რომლებიც ფუნქციონირებენ წლების განმავლობაში. თუმცა, ჯერჯერობით, არ ჩატარებულა რაიმე კვლევა, რომელიც გაზომავდა ამ საწარმოების მიერ შექმნილ სოციალურ და ეკონომიკურ ღირებულებას და დაადგენდა, თუ რამდენად „სოციალურია“ სოციალური საწარმო.

ინკლუზიური ბიზნესის ჩამოყალიბებასთან ერთად, შემუშავებულ იქნა აღნიშნული საწარმოების მიერ სოციალური ღირებულების შექმნის პროცესისა და შედეგების გაზომვის მეთოდოლოგიები, თუმცა ამ საკითხზე მომუშავე მკვლევარები ვერ თანხმდებიან ერთ უნიფიცირებულ მოდელზე. დღეისათვის ფართოდ გამოყენებულ მეთოდებს შორის გამოირჩევა - „ინვესტიციაზე სოციალური უკუგების“ (Social Return On Investment – SROI) მოდელი, რომელსაც სოციალური შედეგები გადაჰყავს ფულად განზომილებაში. იგი არ ახდენს სოციალურ და ფინანსურ ღირებულების დაჯამებას. მას აგრეთვე არ აქვს ადგილი ორგანიზაციის მოგება/ზარალის უწყისში. იგი მხოლოდ აღწერს სოციალური ღირებულების უკუგებას ჩადებულ ფინანსურ ინვესტიციაზე. მეორე მეთოდი, რომელიც ფართოდ გამოიყენება მსგავსი ტიპის კვლევისას არის „დონორთა კომიტეტი საწარმოების განვითარებისათვის - DCED (The Donor Committee for Enterprise Development), რომელიც საშუალებას იძლევა გაიზომოს საწარმოების მიერ განხორციელებული სოციალური აქტივობების ღირებულება.

არსებობს კიდევ უამრავი სხვა მეთოდი („სოციალური აუდიტი და ანგარიშგება“, „გამარტივებული SROI“ და ა.შ), რომელიც გამოვლინდება ლიტერატურული მიმოხილვის შემდეგ და რომელიც გაანალიზდება კვლევის შემდგომ ეტაპებზე.

ასევე, სოციალურ საწარმოებზე საუბრისას, აუცილებელია მათი საქმიანობის განხილვა მდგრადი განვითარების კონცეფციასთან მიმართებაში. ზოგადად,

მდგრადი განვითარება მოიცავს საკუთარი მოთხოვნების იმგვარად დაკმაყოფილებას, რომ არ შეექმნას საფრთხე მომავალი თაობების შესაძლებლობებს. კონცეფცია ეფუძნება სოციალურ, ეკონომიკურ და ეკოლოგიურ ასპექტებს.

მდგრადი განვითარების ფენომენზე დიდი ხნის მანძილზე მიმდინარეობდა მსოფლიო მასშტაბით დისკუსია და მეცნიერები მსჯელობდნენ, როგორ შეეძლოთ გაეზომათ “მდგრადი განვითარება”. გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია ამ კუთხით პოისონერს წარმოადგენს და შეიმუშავა “მდგრადი განვითარების” მიზნები, რომლებიც 2001-2015 წლებში ცნობილი იყო ათასწლეულის განვითარების მიზნები, ხოლო 2015 წლის სექტემბერში, საქართველო შეუერთდა მსოფლიოს ქვეყნებს, რომლებმაც ერთობლივად მიიღეს მდგრადი განვითარების დღის წესრიგი 2030 წლისათვის. აღნიშნული დღის წესრიგი მოიცავს მდგრადი განვითარების 17 მიზანს, რომელიც სიღარიბის აღმოფხვრას, ფართოდ გავრცელებული უთანასწორობის შესუსტებას და კლიმატის გლობალური ცვლილების წინააღმდეგ ბრძოლას ემსახურება.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოში არ ხდება არც-ერთი მეთოდოლოგიის გამოყენება და საერთოდ, ტერმინს „სოციალური ღირებულება“/“სოციალური ზეგავლენა“ თავისებურად განმარტავენ.

სადისერტაციო ნაშრომი მიზნად ისახავს საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების შესწავლას რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგიის გამოყენებით. ასევე, წინამდებარე დოკუმენტი მოიცავს სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასებას. ნაშრომის მიზნებიდან გამომდინარე, სოციალური ზემოქმედების განმარტება შეიძლება შემდეგი სახით ჩამოყალიბდეს: “ბიზნეს საქმიანობის (განურჩევლად მისი მიზნობრიობისა) ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი შედეგების (პოზიტიური და ნეგატიური) ანალიზი, მონიტორინგი და მართვა.

სადისერტაციო ნაშრომის მიზანია საქართველოში არსებული სოციალური საწარმოების საქმიანობის ეფექტიანობის შეფასება.

ძირითადი მიზნიდან გამომდინარე, კვლევის ამოცანებია:

- ✓ სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული ქართული და უცხოური ლიტერატურის ანალიზი;

- ✓ სოციალური საწარმოების ეფექტიანობის ანალიზის კვლევის მეთოდოლოგიური საფუძვლების შემუშავება;
- ✓ სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასების ინსტრუმენტების შემუშავება;
- ✓ ინკლუზიური ბიზნესის ფუნქციონირების ანალიზი და ხელისშემშლელი ფაქტორების გამოვლენა;
- ✓ საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების საქმიანობის მონოგრაფიული გამოკვლევა (კონკრეტული შემთხვევების გამოვლენა);
- ✓ ქვეყნის მდგრად განვითარებაში სოციალური საწარმოების როლის განსაზღვრა;
- ✓ სოციალური საწარმოების ეფექტიანობის გაზრდის მიზნის რეკომენდაციების შემუშავება.

კვლევის საგანი და ობიექტი

კვლევის საგანს წარმოადგენს საქართველოში მოქმედი ინკლუზიური ბიზნესის საქმიანობა ხოლო, კვლევის ობიექტია საწარმოები, რომლებიც ახორციელებენ სოციალური აქტივობებს, ქმნიან სოციალური სარგებელსა და ღირებულებას.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველი

სადისერტაციო ნაშრომი ეფუძნება როგორც სამაგიდუ/კაბინეტურ, ისე საველე კვლევების ზოგად მეთოდოლოგიურ საფუძვლებს. კვლევების ძირითად წყაროს წარმოადგენს მსოფლიოში ცნობილ მეცნიერთა ნაშრომი, ანალიტიკური დოკუმენტები, მათ მიერ მომზადებული ანგარიშები. რაც შეეხება საველე კვლევებს, ნაშრომის მომზადებას გამოყენებულ იქნა როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი კვლევის მეთოდები. საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების კვლევის პირველად ინფორმაციის წყაროს წარმოადგენდა დისერტაციის ფარგლებში განხორციელებული კვლევის შედეგები. კვლევის თავდაპირველ ეტაპზე სტრატეგიციზირებული შერჩევითი განაწილების პრინციპით შეირჩევა ორგანიზაციები, რომელთაც დაეგზავნებათ კითხვარი და მიღებული შედეგების გაანალიზების საფუძველზე მომზადდა კვლევის ანგარიში. კვლევის მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს თვისობრივი და რაოდენობრივი კვლევა, რომელიც ეფუძნება ლიტერატურულ მიმოხილვას, ჩადრმავებულ ინვერვიუებს, კონკრეტული შემთხვევების ანალიზს და რაოდენობრივი მონაცემების ანალიტიკას.

სადისერტაციო ნაშრომის მეცნიერული სიახლე

სადისერტაციო ნაშრომის ზოგადი მეცნიერული სიახლე საქართველოში მოქმედი სოციალური საქარმოების საკითხების კომპლექსურ, სისტემურ ანალიზში მდგომარეობს. ხშირ შემთხვევაში ეს საკითხი დანაწევრებულად განიხილება და ფრაგმენტულად ხდება განვითარების სურათის წარმოდგენა. წარმოდგენილი ნაშრომი კი მრავალწახნაგოვნად მიმოიხილავს საწარმოების ფუნქციონირების ასპექტებს და წარმოადგენს შესაბამის ანალიზს.

კონკრეტული მეცნიერული სიახლეები უკავშირდება შემდეგ მიმართულებებს:

- ქართულ ენაზე შემუშავებულია სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის ირგვლივ არსებული ქართული და უცხოური ლიტერატურის ანალიზი, რაც მსგავსი ტიპის ანალიზის ერთ-ერთ პირველ მცდელობას წარმოადგენს საქართველოს მასშტაბით;
- საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების რაოდენობრივი კვლევის შედეგების საფუძველზე, შესრულებულია ინკლუზიური ბიზნესის საქმიანობის მრავალწახნაგოვანი ანალიზი;
- გამოვლენილია საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების კონკრეტული შემთხვევები;
- კვლევის ფარგლებში შესწავლილი ინკლუზიური ბიზნესის მონოგრაფიული გამოკვლევის საფუძველზე, შემუშავებულია მეტა-მატრიცა, რაც საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების საქმიანობის ანალიზს ახდენს სხვადასხვა მახასიათებლების მიხედვით;
- შესწავლილია საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების როლი ქვეყნის მდგრადი განვითარების პროცესში და გაანალიზებულია გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნების ჩარჩო დოკუმენტში ჩამოთვლილი ამოცანებისა და ინდიკატორების მიხედვით;
- შეფასდა სოციალური საწარმოების “სოციალურობა” EMES ქსელის მიერ ჩამოყალიბებული სოციალური საწარმოს კრიტერიუმებთან მიმართებაში;
- შემუშავდა რეკომენდაციები სოციალური საწარმოების საქმიანობის ეფექტიანობის გაზრდის მიზნით.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა.

სადისერტაციო ნაშრომში მოცემული კვლევის თეორიული დებულებები, უცხოური გამოცდილების ანალიზი, ჩატარებული კვლევის შედეგები და დასკვნები შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარებისა და მათი საქმიანობის ეფექტურობის გაზრდის მიზნით.

დისერტაციაში წარმოდგენილი პრაქტიკული კვლევები და ანალიზის შედეგები არგუმენტირებულ საფუძველს წარმოადგენს თავად საწარმოებისთვის, პოლიტიკის შემქმნელებისა და სოციალური მეწარმეობის საკითხებზე მომუშავე ორგანიზაციებისათვის მომავალ ნაბიჯების დასაგეგმად.

გარდა ამისა, დოკუმენტში ჩამოყალიბებული ლიტერატურული მიმოხილვა შეიძლება საფუძველად დაედოს “სოციალური მეწარმეობის” ან მასთან მიახლოებული დისციპლინის სასწავლო კურსს.

ნაშრომის აპრობაცია და პუბლიკაცია

დისერტაცია განხილული იქნა ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის საერთაშორისო ბიზნესის კათედრის სხდომაზე.

გარდა ამისა, კვლევის შედეგები დოქტორანტმა წარმოადგინა შემდეგ კონფერენციებზე:

- სტუდენტთა 75-ე საერთაშორისო კონფერენცია, ივ. ჯავახიშვილის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2015 წ- მოხსენება “სოციალური საწარმოების ზეგავლენა ეკონომიკის განვითარებაზე” – I ადგილი.
- ივ. ჯავახიშვილის სახელობის სამეცნიერო ფორუმი, 2016წ – მოხსენება “სოციალური საწარმოების ეკონომიკის განვითარებაზე ზეგავლენის ანალიზი”.
- 5th EMES International Research Conference on Social Enterprise, Helsinki, 2015 – Presentation “Social Impact Assessment of Inclusive Businesses in Georgia”.
- 12th International Conference on Management Finance and Entrepreneurship, Istanbul, 2017- Presentation “State of the Art of Social Enterprises Operating in Georgia “.

კვლევის შედეგების ზეპირ პრეზენტაციებთან ერთად, სადოქტორო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში დოქტორანტმა გამოაქვეყნა შემდეგი სამეცნიერო ნაშრომები, როგორც ქართულ, ისე ინგლისურ ენებზე:

- „სოციალური საწარმოების ეკონომიკის განვითარებაზე ზეგავლენის ანალიზი“- თსუ-ს 75-ე საფაკულტეტო სამეცნიერო კონფერენციის შერჩეული ნაშრომების კრებული, 2015წ. თბილისი.
- “საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების კონკრეტული შემთხვევების ანალიზი”, ჟურნალი “ეკონომიკა”, 2018წ- ISSN 2587-4713
- “State of the Art of Social Enterprises Operating in Georgia, Maya Giorbelidze”, Proceedings of 12th International Conference on Management, Finance & Entrepreneurship (ICMFE-2017) -ISSN 2311-6269
- “Contemporary Challenges Facing Social Enterprises (Case of Georgia)”, Proceedings of IV International Scientific and Practical Conference, Vadym Hetman Kyiv National Economic University - ISBN 978-966-926-228-8

მნიშვნელოვან გარემოებას წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ დოქტორანტი გახლავთ სოციალური საწარმოების კვლევის საერთაშორისო ქსელის წევრი და მკვლევარის სტატუსით ჩართულია ევროპის მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების ასოციაციის (European Cooperation in Science and Technology- COST) მიერ დაფინანსებული “Empowering next generation of researchers (EMPOWER) 2017-2022” პროექტში. აღნიშნული ინიციატივის ფარგლებში, კვლევის განხორციელება ხდება სოციალური მეწარმეობის თემატიკის ირგვლივ მსოფლიოს 28 ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოში.

ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა

სადისერტაციო ნაშრომის ტექსტის ძირითადი ნაწილი შეადგენს 178 გვერდს. იგი შედგება შედგება შესავლის, ოთხი ძირითადი თავის, თოთხმეტი ქვეთავისა და დასკვნისაგან. გარდა ძირითადი ნაწილისა, თემას დართული აქვს გამოყენებული ლიტერატურის სია და დანართები.

სადისერტაციო ნაშრომი “ინკლუზიური ბიზნესის სოციალური ზემოქმედების შეფასება საქართველოში” ეძღვნება სოციალური მეწარმეობის საკითხებს და

კონკრეტულად ორიენტირებულია საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების ეფექტიანობის შეფასებაზე.

შესავალში განხილულია სოციალური საწარმოების მზარდი როლი ქვეყნის ეკონომიკაში როგორც საქართველოს, ისე ევროპისა და აშშ-ის მაგალითზე.

პირველ თავში “ინკლუზიური ბიზნესის სოციალური ზემოქმედების შეფასების ლიტერატურული მიმოხილვა” გადმოცემულია სოციალური საწარმოს არსი და მნიშვნელობა ევროპული და ამერიკული მიდგომების გაანალიზების გზით. ლიტერატურის მიმოხილვის ნაწილში გაანალიზებულია სოციალური მეწარმეობის თემაზე არსებული ქართული და უცხოური ლიტერატურა, თანამედროვე მიდგომები და კვლევები. აღნიშნულ თავში, ასევე, განხილულია მსოფლიოში არსებული კანონმდებლობის მიმოხილვა ინკლუზიურ ბიზნესთან მიმართებაში და ანალოგიური კუთხით შესწავლილია საქართველოს საკანონმდებლო ბაზა. პირველი ქვეთავი, აგრეთვე, მოიცავს ინფორმაციას სოციალური საწარმოების ზემოქმედების შეფასების მეთოდებთან დაკავშირებით და თითოეული მიდგომა სიღრმისეულად არის განხილული.

მეორე თავი “სოციალური მეწარმეობის გარემო და მხარდამჭერი მექანიზმები საქართველოში” მიმოიხილავს სოციალური საწარმოს დაფუძნებისას იურიდიული ფორმის სხვადასხვა ალტერნატივებს. კერძოდ, ჩამოთვლილია თითოეული სამეწარმეო და არასამეწარმეო იურიდიული ფორმის დადებითი და უარყოფითი მხარეები სოციალური მეწარმეობის ჭრილში. გარდა ამისა, ამავე თავში განხილულია სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი მექანიზმები, რომელიც სხვადასხვა სახელმწიფო, კერძო თუ არასამთავრობო სექტორის მიერ ხორციელდება.

მესამე თავში “სოციალური საწარმოების საქმიანობის რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზი” ასახავს ინკლუზიური ბიზნესის ეფექტიანობის შეფასების მეთოდოლოგიურ საფუძვლებს. კერძოდ, განხილულია “კონკრეტული შემთხვევის” კვლევის თეორიული ასპექტები და მოყვანილია მსოფლიოში ცნობილი მეცნიერების მითითებები აღნიშნული მეთოდის გამოყენების უპირატესობების და ნაკლოვანებების შესახებ. ასევე, საუბარია მონაცემების შეგროვების, დამუშავებისა და ანალიზის ტექნიკებზე და მეტა-მატრიცის, როგორც ანალიზის ინსტრუმენტის, შემუშავებაზე. აღნიშნულ თავში, ასევე, მიმოხილულია რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია, სანდოობის კოეფიციენტი და შერჩევის ცდომილება. (კვლევის სანდოობის

კოეფიციენტად განისაზღვრა 95%, ხოლო შერჩევის ცდომილებამ შეადგინა 8.66%). გარდა ამისა, მითითებული, რომ სოციალურ საწარმოთა კვლევის რაოდენობრივი კომპონენტის ფარგლებში გამოყენებული იქნა თვითადმინისტრირებადი ინტერვიუს ტექნიკა და კვლევის მიზნებისათვის შემუშავდა ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი, რომელიც მოიცავდა ისეთ სახიკეთებს, როგორცაა სტრუქტურული მონაცემები საწარმოს მისიაზე, ზომასა და დასაქმებულთა რაოდენობაზე კატეგორიების მიხედვით (ქალი, კაცი, ახალგაზრდა, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირი, იძულებით გადაადგილებული პირი), დაფუძნების გარემოებები, ბაზარზე ქცევა, მმართველობის სტრუქტურა, ღირებულებები, დაინტერესებული მხარეები და მათთან თანამშრომლობა, საწარმოს მომავალი გეგმები, კომუნიკაცია. ყოველივე ზემოაღნიშნულთან ერთად გაანალიზებულია კვლევის შეზღუდვებიც.

მეოთხე თავი “სოციალური საწარმოების კვლევის შედეგები” სიღრმისეულად ასახავს ინკლუზიური ბიზნესის 12 კონკრეტულ შემთხვევას და მათ ანალიზს მეტამატრიცის მეშვეობით. ამ ნაწილში ასახულია სოციალური საწარმოების რაოდენობრივი კვლევის ანალიზი, საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების “სოციალურობის” ანალიზი და შესწავლილია საწარმოების როლი ქვეყნის მდგრად განვითარებაზე.

თავი 1. ინკლუზიური ბიზნესის სოციალური ზემოქმედების შეფასების ლიტერატურული მიმოხილვა

1.1 სოციალური საწარმოს არსი და მნიშვნელობა

თანამედროვე მსოფლიოში აქტიურად მიდის მსჯელობა სოციალური მეწარმეობის საკითხებზე, კერძოდ თუ ვინ რას მოიაზრებს ამ ტერმინის უკან და როგორია სოციალური მეწარმეობის და სოციალური საწარმოების წარმატებული მაგალითები. თუმცა, ჯერჯერობით არ არსებობს ერთიანი მიდგომა და განმარტება თავად ცნებისა „სოციალური საწარმო“/“სოციალური მეწარმეობა“.

სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შესაფასებლად, საჭიროა განისაზღვროს ისეთი ტერმინები, როგორცაა “სოციალური საწარმო” და “მეწარმეობა”. აღნიშნული ტერმინები დაკავშირებულია ერთმანეთთან, თუმცა მათ შორის არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავებები (Thompson, 2008¹). Diochon და Anderson² (2009) აღნიშნავენ, რომ არსებობს სოციალური საწარმოს სამი განმარტება იმის გათვალისწინებით, თუ რა წარმოადგენს მისი საქმიანობის მთავარ ფოკუსს: სამეწარმეო საქმიანობა, ინდივიდუალები თუ პროცესები. ავტორი მიუთითებს, რომ სწორედ ეს უკანასკნელი საკითხები განასხვავებს ზემოაღნიშნულ ტერმინებს. იგი მიიჩნევს, რომ სოციალური საწარმო ყოველთვის დაკავშირებულია ეკონომიკურ/სამეწარმეო ერთეულთან ან ორგანიზაციასთან (მაგ. Phills და სხვები, 2008³; Westley და Antadze, 2010⁴). სოციალური მეწარმე არის საჭირო იმისათვის, რომ

¹ Thompson, J. L. (2008). “Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached?: A summary of issues and discussion points.” *Social Enterprise Journal*, Vol. 4, No. 2, pp. 146–161

² Diochon, M., Anderson, A. R. (2009). “Social enterprise and effectiveness: a process typology.” *Social Enterprise Journal*, Vol. 5, No. 1, pp. 7–29.

³ Phills, J. A., Deiglmeier, K., Miller, D. T. (2008). “Rediscovering social innovation”. *Stanford Social Innovation Review*, Vol. 6, No. 4, pp. 34–43.

⁴ Westley, F., Antadze, N. (2010). “Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact.” *Innovation Journal*, Vol. 15, No. 2, pp. 1–19.

დაიწყო ფუნქციონირება სოციალურმა საწარმომ (Roper და Cheney, 2005⁵), თუმცა, სოციალური მეწარმე შეიძლება იყოს აქტიური ორგანიზაციის გარეშეც; საქმიანობდეს პროექტული პრინციპებიდან გამომდინარე (მაგ. Galera და Borzaga, 2009⁶; Bloom და Chatterji, 2009⁷). სოციალური მეწარმეობა მოიცავს სოციალური საწარმოს აქტივობებს/პროცესებსა და სოციალური მეწარმეებს. წარმოდგენილი ნაშრომი ფოკუსირებულია სოციალური ზემოქმედების შეფასებაზე იმ სოციალური საწარმოებისა, რომლებიც ორგანიზაციულად ახორციელებენ სოციალურ მეწარმეობრივ აქტივობებს.

თავდაპირველად ტერმინი “სოციალური საწარმო” გამოიყენეს Nihilesh Dholakia, Ruby R. Dholakia, (1975⁸) თავიანთ ნაშრომში. ისინი მოიაზრებდნენ “ნებისმიერ საწარმოს, რომლის ფლობის და ფუნქციონირების ფორმა გახლდათ კოლექტიური”. Drucker (1979⁹) პირველად შემოიტანა “სოციალური საწარმოს” კონცეფცია კორპორაციების ეთიკური პასუხისმგებლობების ადვოკატირებისას (Trivedi, 2010a¹⁰ –ზე დაფუძნებით). Banks-მა (1972¹¹) პირველად აღნიშნა ტერმინი “სოციალური მეწარმე” სოციალური ცვლილების მიმართულებით.

აკადემიურ ლიტერატურაში სოციალური მეწარმეობის პირველი ჩამონათვალი გამოჩნდა 1994 წელს და წყაროთა რაოდენობა 2002 წლიდან მკვეთრად გაიზარდა (Douglas, 2008¹²).

⁵ Roper, J., Cheney, G. (2005). “The meanings of social entrepreneurship today.” *Corporate Governance*, Vol. 5, No.3, pp. 95–104.

⁶ Galera, G., Borzaga, C. (2009). “Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation.” *Social Enterprise Journal*, Vol. 5, No. 3, pp. 210–228.

⁷ Bloom, P. N., Chatterji, A. K. (2009). “Scaling Social Entrepreneurial Impact.” *California Management Review*, Vol. 51, No. 3, pp. 114–133.

⁸ Dholakia, N., Dholakia, R. R. (1975). “Marketing Planning in a Social Enterprise.” *European Journal of Marketing*, Vol. 9, No. 3, pp. 250–258.

⁹ Drucker, P. (1979). *The Practice of Management*. Pan Books, London.

¹⁰ Trivedi, C. (2010a). “A social entrepreneurship bibliography.” *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 19, No. 1, pp. 81–85.

¹¹ Banks, J. A. (1972). *The Sociology of Social Movements*. MacMillan, London.

¹² Douglas, H. (2008). “Creating Knowledge: A Review of Research Methods in Three Societal Change Approaches.” *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol. 20, No. 2, pp. 141–163.

“სოციალურ მეწარმეობასთან” მიმართებაში, ჯეფ სკოლი ამბობს, რომ არსებობდა მკვეთრი განსხვავება ჩრდილო ამერიკულ და ევროპულ მიდგომებს შორის. კერძოდ, ჩრდილო ამერიკული ხედვის მიხედვით, სოციალური მეწარმეობა უპირატესად მიიჩნევა სოციალური პრობლემების ბიზნეს გადაწყვეტას (ვიწრო კონცეფცია) და შესაბამისად, ორიენტირებული იყო სოციალური მეწარმეობის სპექტრის სოციალური საწარმოების ნაწილზე (მაგ. Austin და სხვა, 2006ა;¹³ Brincerhoff, 2000¹⁴; Boschee და McGlurg, 2003¹⁵). ხოლო ევროპული მიდგომა მოიცავდა სოციალური მეწარმეობის შესწავლას სოციალური ეკონომიკის კონტექსტში და დაინტერესებული იყო კოოპერატივებით (Borzaga და Defourny, 2001¹⁶; Spear და Bidet, 2005¹⁷; Nyssens, 2006¹⁸). ფართო, ევროპული კონტექსტით, სოციალური მეწარმეობა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც შემდეგი: სოციალური მეწარმეობა მოიცავს სამეწარმეო ან არასამეწარმეო სექტორში სოციალური მიზნისკენ ორიენტირებულ ინოვაციურ ქმედებებს (Austin და სხვა 2006ბ¹⁹, Dees, 1998²⁰, Townsend და Hart, 2008²¹). ვიწრო განმარტების საფუძველზე (ძირითადად გავრცელებული აშშ-ში), სოციალური მეწარმეობა დაკავშირებულია ორგანიზაციასთან ან საწარმოსთან, რომელიც ახორციელებს სოციალურ მისიას სამეწარმეო, შემოსავლის მომტანი სტრატეგიებით. (მაგ. Boschee, 2001²², Oster და სხვა,

¹³ Austin, J., Gutierrez, R., Ogliastris, E., Reficco, R. (Eds) (2006a). *Effective Management of Social Enterprises*. Harvard: David Rockefeller Centre Series on Latin American Studies

¹⁴ Brincerhoff, P. (2000). *Social Entrepreneurship: The art of Mission-Based Venture Development*. John Wiley & Sons, New York.

¹⁵ Boschee, J., McGlurg, D. (2003). *Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions*. Institute for Social Entrepreneurs, Minnesota.

¹⁶ Borzaga, C., Defourny, J. (Eds.) (2001). *The Emergence of Social Enterprise*. Routledge, New York.

¹⁷ Spear, R., Bidet, E. (2005). “Social Enterprises for Work Integration in 12 European Countries: A Descriptive Analysis.” *Annals of Public and Cooperative Economics*, Vol. 76, No. 2, pp. 195–231.

¹⁸ Nyssens, M. (Ed.) (2006). *Social Enterprise – At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Routledge, London/New York

¹⁹ Austin, J., Stevenson H., Wei-Skille, J. (2006b). “Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30, No. 1, pp. 1–22.

²⁰ Dees, J. G. (1998). “Enterprising non-profits.” *Harvard Business Review*, January-February, pp. 54–67.

²¹ Townsend, D. M., Hart, T. A. (2008). “Perceived Institutional Ambiguity and the Choice of Organizational Form in Social Entrepreneurial Ventures.” *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 32, No. 4, pp. 685–700.

²² Boschee, J. (2001). “Eight basic principles for nonprofit entrepreneurs.” *Nonprofit World*, Vol. 19, No. 4, pp. 15–18.

2004²³; Tracey და Phillips, 2007²⁴). ხოლო, დიდი ბრიტანეთის ვაჭრობისა და მრეწველობის დეპარტამენტი შემდეგნაირ განმარტებას გვთავაზობს „სოციალური საწარმო არის ბიზნესი, რომელის უპირველესი მიზანია სოციალური ხასიათისა და ახდენს მოგების რეინვესტირებას თემში ან ბიზნესში, ამ სოციალური მიზნების მისაღწევად. მისი მამოძრავებელი არ არის მოგების ზრდა მეწილეებისა და მფლობელებისათვის.“.

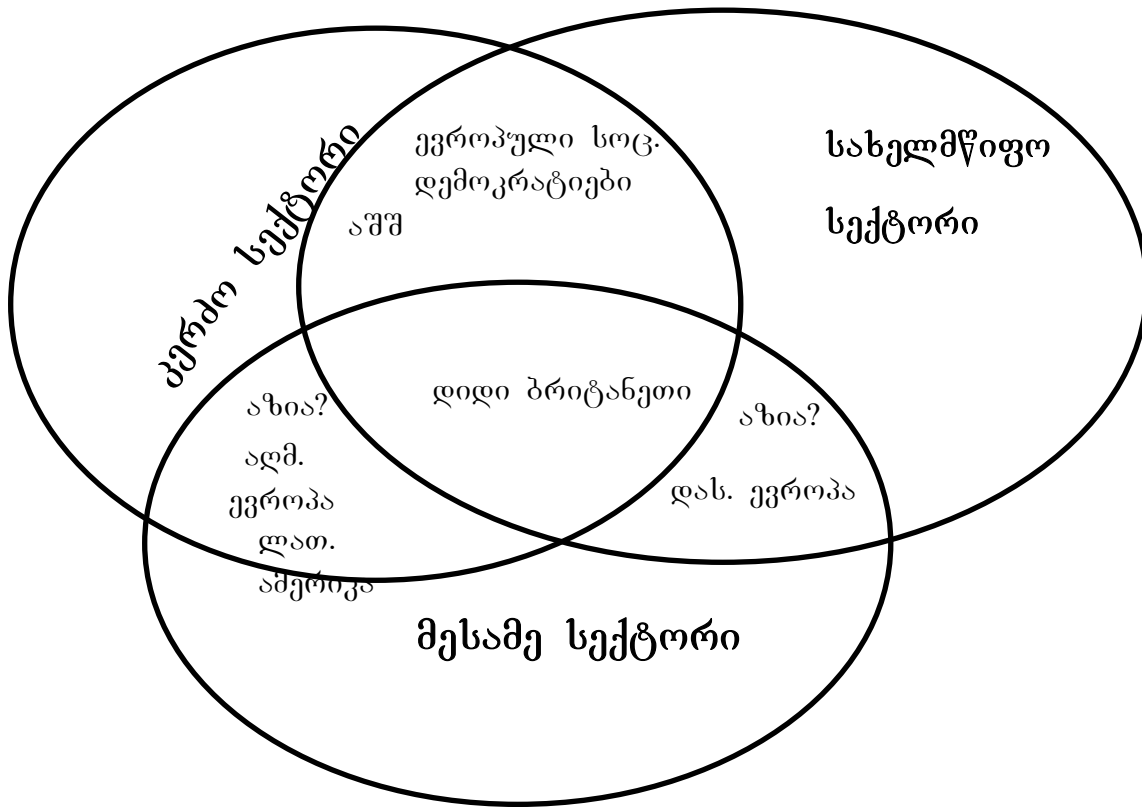
განმარტებებში მითითებული ზემოაღნიშნული განსხვავებები აგრეთვე ასახულია კერლინის /Kerlin (2006²⁵ და 2009²⁶) მიერ, რომელიც სოციალური საწარმოს მოდელს ათავსებს სამოქალაქო საზოგადოებასა და სახელმწიფოს შორის ევროპაში, ხოლო ამერიკის შეერთებულ შტატებში უფრო მეტად ბაზარზე-ორიენტირებულს. რაც შეეხება იმას, თუ სად მდებარეობს სოციალური საწარმო აზიაში, ავტორები კამათობენ, რომ იგი უნდა განთავსდეს კერძო და სახელმწიფო სექტორებს შორის (Kerlin, 2009) ან სახელმწიფო და მესამე სექტორს შორის (Nicholls, 2008).

²³ Oster, S. M., Massarsky, C. W., Beinhacker, S. L. (2004). *Generating and sustaining non-profit earned income. A guide to successful enterprise strategies.* Jossey-Bass, San Francisco, CA.

²⁴ Tracey, P., Phillips, N. (2007). “The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education.” *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 6 No. 2, pp. 264–271.

²⁵ Kerlin, J. A. (2006). “Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences.” *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, Vol. 17, No. 3, pp. 247–263.

²⁶ Kerlin, J. A. (2009). “A Comparison of Social Enterprise models and Contexts.” In J. A. Kerlin (Ed), *Social Enterprise: A Global Comparison*, (pp. 184–200). Tufts University Press.



ნახაზი 1: სოციალური საწარმოს მდებარეობა სექტორების მიხედვით

წყარო: Nicholls 2008:5 და Kerlin 2009: 191

ევროპაში 1996 შეიქმნა ევროპული კვლევითი ცენტრი, რომელიც უზრუნველყოფს სოციალური მეწარმეობის ირგვლივ თეორიული და პრაქტული ცოდნის ბაზის შექმნას. მანვე შეიმუშავა სოციალური და ეკონომიკური კრიტერიუმები, რომლებსაც უნდა აკმაყოფილებდეს სოციალური საწარმო. ესენია:

ეკონომიკური კრიტერიუმები:

- ✓ საქონლის ან მომსახურების უწყვეტი წარმოება / მიწოდება;
- ✓ დამოუკიდებლობის ხარისხი;
- ✓ ეკონომიკური რისკის გარკვეული ხარისხი;
- ✓ დამოკიდებულება ანაზღაურებადი სამუშაოს მიმართ.

სოციალური კრიტერიუმები:

- ✓ ნათელი მიზანი, რომელიც ფოკუსირებულია საზოგადოების კეთილდღეობაზე;
- ✓ ინიციატივას მხარს უნდა უჭერდეს მოქალაქეთა გარკვეული ჯგუფი;
- ✓ გადაწყვეტილების მიღების ძალაუფლება არ უნდა ეფუძნებოდეს კაპიტალის მფლობელობას;

- ✓ საერთო გარემო, რაც უზრუნველყოფს დაინტერესებულ მხარეთა მაღალ ჩართულობას;
- ✓ მოგების შეზღუდული განაწილება

ევროპასა და აშშ-ში საკმაოდ ხანდაზმული ფენომენი – „სოციალური საწარმო“, საქართველოში არც ისე დიდი ხნის წინ დაინერგა. სოციალური მეწარმეობის განვითარება დაკავშირებულია კაპიტალიზმის სპეციფიკასთან. კაპიტალისტურ სახელმწიფოებში საზოგადოება ტრადიციულად იყოფა კერძო და საჯარო სექტორებად. განვითარებული ქვეყნების პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ არ არსებობს ამ სექტორების არანაირი კომბინაცია, რომელსაც შეუძლია სრულად მოიცვას საზოგადოების ყველა ფენა მისი სოციალ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების პროცესში. ყოველთვის შეიძლება დარჩეს „სიცარიელე“, რომელსაც ვერ ავსებს ვერც კერძო და ვერც საჯარო სექტორი. მაგალითად, ეკონომიკურად არააქტიური მოსახლეობის სოციალ-ეკონომიკური მდგომარეობა, გარემოსდაცვითი და ეკოლოგიური პრობლემები და ა.შ. ამ პრობლემების მოგვარება, ყველაზე უკეთ, საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს ძალუძთ. საუბარია ისეთ ორგანიზაციებზე, რომელთა საქმიანობის მიზანს წარმოადგენს არა მოგების მიღება, არამედ გარკვეული სოციალური ჯგუფის სოციალური პირობების გაუმჯობესება. თუმცა, სოციალური მეწარმეობა არ გამორიცხავს მოგების გადანაწილების პროცესს და ის შეიძლება აღვიქვათ როგორც საშუალება, უმთავრესი მიზნის მისაღწევად.

რა არის სოციალური მეწარმეობა: ჩვეულებრივი ბიზნესისაგან განსხვავებით, რომლის ძირითადი ამოცანა მოგების მიღებაა, სოციალური მეწარმე ცდილობს მოგება მიმდინარე საერთო პრობლემების გადაწყვეტასთან უშუალოდ, პირდაპირ მიაბას და მას დაუქვემდებაროს. მისთვის მოგება მნიშვნელოვანი მოტივაციაა, მაგრამ უმთავრესი არსებული საზოგადოებრივი პრობლემების სტრუქტურული გადაჭრა და პრობლემების გამომწვევი კონტექსტის შეცვლაა. სოციალური მეწარმე ამისათვის ხშირად ინოვაციურ და ნოვატორულ მიდგომებს იყენებს და სამეწარმეო პრინციპებს ეყრდნობა. სოციალური მეწარმე არა მხოლოდ ეხმარება სხვებს, არამედ აძლიერებს მათ განათლების, ახალი უნარ-ჩვევების გადაცემის, ახალი კონტექსტების შექმნით. ამიტომაც გახდა ასეთ მიდგომები საინტერესო განვითარებაზე მომუშავე ორგანიზაციებისთვისაც, რადგანაც იგი დახმარების ფულის ეფექტური ინვესტირების საშუალებას იძლევა.

სოციალური მეწარმეობა შესაძლოა ყველა მხრიდან წამოვიდეს. შეიძლება ასეთი იდეები ინდუსტრიის ლიდერებთან დაიბადოს (მაგალითად ჯეფრი სკოლი, E-bay-ს პირველი პრეზიდენტი), შესაძლოა ადგილზე, თემის დონეზე განვითარდეს, ან მრავალი სხვადასხვა ფაქტორების დამთხვევით წარმოიშვას.

სოციალური მეწარმეები ხელს უწყობენ არსებული სოციალური წესრიგის გაუმჯობესებას. სხვა სიტყვებით, ეს სამოქალაქო სექტორის ორგანიზაციების ბიზნეს პრინციპებზე ორგანიზებაა. მაგალითად: X სათემო ორგანიზაციას შეუძლია თემში არსებული სიღარიბის დაძლევაზე ორი განსხვავებული მიდგომით იმუშაოს: მას შეუძლია საჯარო განცხადებები აკეთოს და შეეცადოს მთავრობის ყურადღება ამ რეგიონის პრობლემებს მიაპყროს. თუმცა, ასევე შეუძლია, ამავე თემის მხარდაჭერა ადგილობრივი პროდუქციის წარმოებასა და გაყიდვაში და ამაში თანამედროვე ბიზნესის, მარკეტინგისა თუ საზოგადოებრივი ურთიერთობების მეთოდების ეფექტური გამოყენება. აი ამის კარგი მაგალითი: Conserve India/Fashion Against Poverty. ეს ორგანიზაცია დელის (ინდოეთი) ერთ-ერთ ყველაზე დარბ კვარტალში მუშაობს, აგროვებს ნაგავს (პოლიეთილენის პარკები და სხვა) და მათი გადამუშავებით (ისინი ტერმინ upcycling იყენებენ) მაღალი მოდისათვის ჩანთებსა და საფულეებს აწარმოებენ.

სოციალური მეწარმე შინაგანად “უკმაყოფილო ადამიანია.” ბიზნეს ინსტინქტებთან ერთად მას ფართო სოციალური ინტერესები და ამბიციებიც აქვს. ამიტომაც იგი ცდილობს პრაქტიკული მიდგომების მოფიქრებას და დანერგვას, რათა მიმდინარე პრობლემები გადაჭრას. პრაქტიკულად მნიშვნელოვანი ინოვაცია კი რთული საქმეა.

სოციალური მეწარმისათვის მნიშვნელოვანია ზოგადი სოციალურ-პოლიტიკური კონტექსტი, რომლის გარეშეც იგი ვერ განვითარდება. სოციალური მეწარმეობა რამოდენიმე მნიშვნელოვან ფუნდამენტს ეფუძნება. პირველი, ეს თავისუფლებაა: დიქტატურისა თუ ტოტალიტარიზმის პირობებში რთულია ის უნარები და ცოდნა შეიძინო რაც ამ საქმეს სჭირდება. მეორეს მხრივ, სოციალური მეწარმეობა ადვილად ეთვისება როგორც უფრო თავისუფალ და ავტონომიურ გარემოებებს, ისე შედარებით დიდი მთავრობების კონტექსტებს. მეორე ეს სოციალური პასუხისმგებლობაა, რისთვისაც აუცილებელია გარკვეული სამოქალაქო კულტურისა და თვითშეგნების არსებობა. სოციალური მეწარმეობისთვის აუცილებელია თვითმმართველობისა და თვითორგანიზების გარკვეული ტრადიცია, რადგანაც თუკი ორგანიზება პრობლემების გადაჭრისათვის არ არის საზოგადო კულტურის ნაწილი, მაშინ

სოციალურ მეწარმეობასაც არ ექნება კარგი გასაქანი. ინოვაციის, საკითხების კრიტიკული ანალიზის უნარის, გნებავთ კულტურის გარეშე შეუძლებელია კარგი, საინტერესო, ახლებული იდეების წარმოქმნა და გაშლა. დასასრულს, სოციალური მეწარმეობისთვის მნიშვნელოვანია პრაქტიკული, პრაგმატული აზროვნების უნარი და საჭირო ცოდნის მარაგი. სწორედ ამ უნარებს იყენებენ სოციალური მეწარმეები საზოგადო პრობლემებთან მუშაობისას.

მსოფლიო მასშტაბით 40მლნ ადამიანი არის დასაქმებული სოციალური მეწარმეობის სექტორში. ევროკავშირის ქვეყნებში 2 მილიონზე მეტი სოციალური საწარმო არის რეგისტრირებული (სულ რეგისტრირებულ ბიზნესთა 10%). უკანასკნელი მონაცემებით, ევროპაში 14.5 მლნ ადამიანი, დაახლოებით სამუშაო ძალის 6.5%, დასაქმებულია სოციალურ ეკონომიკაში. აღნიშნული პროცენტული მაჩვენებელი უფრო მაღალია ევროპის ძველ წევრებში, როგორცაა შვედეთი, ბელგია, იტალია, საფრანგეთ და ჰოლანდია და დასაქმებულთა პროცენტული მაჩვენებელი აღნიშნულ სექტორში მერყეობს 9% -11%-ს შორის (მონზონ, 2012:46)²⁷.

ჰარვარდის სკოლის ეკონომისტი მაიკლ პორტერი სოციალურ მეწარმეობას აღწერს, როგორც ეკონომიკური სისტემის ცვლილების მამოძრავებელ ძალას (კატალიზატორს) იმ მიმართულებით, რომელიც განაპირობებს სოციალურ და ეკონომიკურ ცვლილებას²⁸.

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის მიერ შემუშავებული „სოციალური მეწარმეობის“ მხარდამჭერი საკანონმდებლო ინიციატივაში ჩამოყალიბებული განმარტების მიხედვით, სოციალური მეწარმეობა არის ორგანიზებული სამეწარმეო საქმიანობა სოციალური ზრუნვის, სოციალური ადაპტაციის, სიღარიბის შემცირებისა და დაძლევის, საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის, საგანმანათლებლო, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურის, სპორტის, გარემოს დაცვის სფეროებში, რომლის მიზანი არ არის

²⁷ Economic Impact of Social Enterprises in the Republic of Serbia- Statistical Office of the Republic of Serbia – Belgrade, 2014

²⁸ Michaela Driver, 2012, An Interview With Michael Porter: Social Entrepreneurship and the transformation of Capitalism, Academy of Management Learning & Education, 2012, Vol. 11, No. 3, 421–431.

უპირატესად მოგების მიღება და პარტნიორთა, მეპაიეთა ან აქციონერთა შორის განაწილება, რომელიც:

ა) შექმნილია სოციალური მიზნების მისაღწევად სოციალური ზრუნვის, სოციალური ადაპტაციის, სიღარიბის შემცირებისა და დაძლევის, საზოგადოების მოწვევლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის, საგანმანათლებლო, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურის, სპორტის, გარემოს დაცვის სფეროებში;

ბ) ეწევა სამეწარმეო საქმიანობას და მისი შემოსავლების დიდ ნაწილს შეადგენს სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად მიღებული შემოსავლები;

გ) მოგების არანაკლებ 70%-ის რეინვესტირებას ახორციელებს წესდებით გათვალისწინებული სოციალური მიზნების მიზნების მიღწევისათვის წარმოებულ საქმიანობაში;

დ) იმართება დემოკრატიულ პრინციპების დაცვით და წესდებისა და საწესდებო მიზნების ცვლილება დასაშვებია ხმათა არანაკლებ 80%-ის უმრავლესობით;

ე) პირდაპირ ან არაპირდაპირ არ არის დაკავშირებული ან დაქვემდებარებული სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოსადმი²⁹.

²⁹ საკანონმდებლო წინადადება - "სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ" კანონპროექტისა და თანმდევი კანონპროექტების შესახებ

12 მსოფლიოში არსებული მიდგომები სოციალური მეწარმეობის მიმართ

ამ თავში განხილულია ორი მერიკული სკოლის და ორი ევროპული მიდგომა. მიუხედავად იმისა, რომ ხშირად ხდება აღნიშნული მიდგომების აღრევა, ისინი განსხვავებული რაკურსით განმარტავენ სოციალური მეწარმეობის ასპექტებს. თავდაპირველად აღწერილია თითოეული მიდგომის შინაარსი ცალ-ცალკე, ხოლო ქვე-თავის ბოლოს შეჯამებულია ასპექტები მატრიცის სახით.

სოციალური ინოვაციების მოაზროვნეთა სკოლა – მოაზროვნეთა ინოვაციების სკოლა ორიენტირებულია სოციალურ მეწარმეებზე, როგორც ინდივიდებზე, რომლებიც სოციალურ პრობლემებს და სოციალურ საჭიროებებს აგვარებენ ინოვაციური მეთოდებით. ერთ-ერთი უკანასკნელი კვლევის მიხედვით, “სკოლა ორიენტირებულია სოციალური პრობლემების გადაჭრის ახალი და უკეთესი გზების ძიებაზე” (Dees and Battle Anderson, 2006:41³⁰). სოციალური მეწარმეების აღნიშნულს ასერხებენ კომერციული ან არაკომერციული საწარმოს დაფუძნების გზით.

სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლა – სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლის ფარგლებში, კვლევის საგანს წარმოადგენს საწარმო, რომელიც განხილულია, როგორც არასამეწარმეო, არაკომერციული ორგანიზაცია, რომელიც შემოსავალს იღებს სოციალური მისიის შესრულებით. მომსახურების მიწოდების სტაბილურობის უზრუნველსაყოფად, აღნიშნული სკოლა ორიენტირებულია სუბსიდიებისა და გრანტებისგან დამოუკიდებელი შემოსავლის სხვადასხვა წყაროს შემქნაზე. დაფინანსების თემის გარდა, სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლა წახალისებს უკეთეს ბიზნეს-მეთოდების გამოყენებას, როგორც არაკომერციული ორგანიზაციის ეფექტურობის გაუმჯობესების განმაპირობებელ გზას.

EMES მიდგომა- სოციალური საწარმოების კვლევის ევროპული ქსელი (Emergence of Social Enterprise in Europe (EMES)) 1996 წელს შეიქმნა და მის შემადგენლობაში შედგიან მკვლევარები, რომლებიც იკვლევენ სოციალური საწარმოს ფენოფენს და ქმნიან ფართო განმარტებას, რომელიც ასახავს განსხვავებულობას ევროპის ქვეყნებს შორის. EMES ქსელი განსაზღვრავს სოციალური საწარმოების მახასიათებლებს.

³⁰ Dees and Battle Anderson (2006), pp41

სოციალური საწარმოების მოაზროვნეთა სკოლის მსგავსად, EMES ქსელისათვისაც დაკვირვების ობიექტს წარმოადგენს საწარმო. მის მიხედვით, სოციალური საწარმოს უპირველეს მიზანს საზოგადოებისათვის სარგებლის მოტანა წარმოადგენს, იგი ჩამოყალიბებულია მოქალაქეთა ჯგუფის მიერ, აქვს ავტონომიურობის მაღალი ხარისხი, არის მონაწილეობრივი ბუნების და გადაწყვეტილების მიღების ძალაუფლება არ არის დამოკიდებული კაპიტალის ფლობაზე. ზოგადად, ამ მიდგომის ქვეშ გვხვდება შემდეგი ტიპის ორგანიზაციები: ასოციაციები, კოოპერატივები და ფონდები.

ბრიტანული მიდგომა. EMES ქსელის მიერ შემოთავაზებული ფართო განმარტების მიუხედავად, სოციალური მეწარმეობის ბრიტანული მიდგომა განსხვავდება ამერიკული ტრადიციებისაგან და გვთავაზობს თავისებურ ხედვას. 1990-იანი წლების ბოლოს ლეიბორისტული პარტია ხელისუფლებაში მოვიდა, პროაქტიულად ცდილობდა სამოქალაქო საზოგადოების, საჯარო სექტორისა და კერძო სექტორს შორის პარტნიორობის სტიმულირებას. ქვეყნის მასშტაბით სოციალური საწარმოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობის მიზნით, ბლერის მთავრობამ ჩამოაყალიბა სოციალური საწარმოების კოალიცია და შექმნა სავაჭრო და საწარმოო დეპარტამენტში სოციალური საწარმოების განყოფილება. აღნიშნულმა დეპარტამენტმა სოციალური საწარმო განსაზღვრა, როგორც “უპირატესად სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესი, რომელიც მოგების ინვესტირებას ახდენს საზოგადოების საჭიროებების გადასაჭრელად და ნარჩენი მოგების განაწილება არ ხდება მეწილეებს და მესაკუთრეებს შორის”.

ზემოაღნიშნულ მიდგომებს შორის მსგავსებები და განსხვავებები ასახულია ქვემოთ ცხრილში.

სოციალური მეწარმეობის მიდგომებს შორის არსებული მსგავსებები და განსხვავებები

	ამერიკული ტრადიცია		ევროპული ტრადიცია	
მახასიათებლები	სოციალური ინოვაციის სკოლა	სოციალური საწარმოს სკოლა	EMES მიდგომა	ბრიტანული მიდგომა
დაკვირვების ერთეული	ინდივიდუალური	საწარმო	საწარმო	საწარმო
მისიასა და მომსახურებას შორის კავშირი	პირდაპირი	პირდაპირი/არაპირდაპირი	პირდაპირი	პირდაპირი/არაპირდაპირი
იურიდიული სტრუქტურა	არანაირი შეზღუდვა	არაკომერციული	ცოტაოდენი შეზღუდვა	არანაირი შეზღუდვა
ინოვაცია	პრეპრეკვიზიტი	არ არის ხაზგასმული	არ არის ხაზგასმული	არ არის ხაზგასმული
მოგების განაწილება	არანაირი შეზღუდვა	შეზღუდვა	მცირე შეზღუდვა	მცირე შეზღუდვა
შემოსავალი	არ არის ხაზგასმული	პრეპრეკვიზიტი	არ არის ხაზგასმული	მნიშვნელოვანი
მმართველობა	არ არის ხაზგასმული	არ არის ხაზგასმული	მრავალხრივი ჩართულობა სავალდებულოა	მრავალხრივი ჩართულობა რეკომენდირებულია

ცხრილი 1: სოციალური მეწარმეობის მიდგომებს შორის არსებული მსგავსებები და განსხვავებები წყარო: Brigitte Hoogendoorn "Social Entrepreneurship in the Modern Economy" (2011)

დაკვირვების ერთეული. სოციალური ინოვაციების სკოლა მეწარმეს მნიშვნელოვან როლს ანიჭებს. ამის ილუსტრაციას წარმოადგენს ბილ დეიტონის შემდეგი ციტატა: ხალხს ეს სფერო ესმის როგორც ანეგდოტი და არა, როგორც თეორია. ამიტომ ის, ვისაც ჩვენ გადავწყვეტთ რომ ავარჩიოთ, იქცევა ანეგდოტად იმისა, რასაც ჩვენ ვგულისხმობთ სოციალურ საწარმოდ. სხვა მიდგომებისთვის საწარმო წარმოადგენს დაკვირვების ცენტრალურ ერთეულს და ყურადღება გადადის ინდივიდებიდან მეწარმეთა ჯგუფებზე. გარდა ამისა, სოციალური საწარმოს ინიციატორი განსხვავდება სხვადასხვა მიდგომებს შორის. ინოვაციური სკოლის ჩარჩოში სოციალური საწარმოს ინიცირება ძირითადად მიბმულია ერთ პიროვნებასთან, მაშინ როცა EMES მიდგომის ჩარჩოში ინიციატორს წარმოადგენს მოქალაქეთა ჯგუფი. დანარჩენი ორი მიდგომა ნაკლებადაა გასაგები ამ თვალსაზრისით და ცალკეული პირებს, მოქალაქეთა ჯგუფებს ან იურიდიულ პირებს შეუძლიათ მოგვევლონ სოციალური საწარმოს ინიციატორებად.

კავშირი მისიასა და მომსახურებას შორის. მეორე განსხვავება - ეს არის კავშირი მისიასა, საქონელსა და მომსახურებას შორის. სოციალური საწარმოს სკოლის ჩარჩოსა და ბრიტანული მიდგომაში, პირდაპირი კავშირი მისიასა და საქმიანობას შორის არ არის საჭირო. წარმოდგენილი საქონელი და მომსახურება შეიძლება ან იყოს კავშირში, ან არა. აღნიშნული განაპირობებს მოქნილობას კომერციული საწარმოს დაფუძნებისას. სხვა ორ მიდგომაში არსებობს კავშირი ან ცენტრალურად არის დამოკიდებულები მისია და მომსახურება ერთმანეთთან.

სოციალური ინოვაციების სკოლა და ბრიტანული მიდგომა არ ზღუდავენ იურიდიულ სტრუქტურას. სოციალური საწარმოს სკოლა ექსკლუზიურად განიხილავს არაკომერციულ ორგანიზაციებს. EMES მიდგომის ჩარჩოში მნიშვნელოვანია საწარმოს დამოუკიდებლობის ხარისხი, ძირითადი ყურადღება ენიჭება იურიდიული ფორმის გარკვეულ შეზღუდვებს. სოციალური საწარმოები არ უნდა იმართებოდნენ პირდაპირ ან არაპირდაპირ სახელმწიფო ორგანოების ან სხვა ორგანიზაციების მიერ.

ინოვაცია რა თქმა უნდა არის ინოვაციური სკოლის განსაკუთრებული მიდგომა. ინოვაციურობის დონე წარმოადგენს ერთ-ერთ მთავარ კრიტერიუმს გადაწყვეტილების მიღების დროს სოციალური საწარმოს მხარდაჭერის

თაობაზე. სხვა მიდგომები აღიარებენ შემოქმედების აუცილებლობას, ინოვაციურობას, მაგრამ არც ერთ სხვა მიდგომაში ინოვაციურობა არ წარმოადგენს ფუნდამენტურ პრინციპს.

მოგების განაწილება. სოციალური ინოვაციების მეწარმეს აძლევს თავისუფლებას მიზნის მისაღწევად. ეს ნიშნავს, რომ არ არსებობს შეზღუდვები მოგების განაწილების მხრივ. პირიქით, სოციალური მეწარმეობის სკოლისთვის გადანაწილების შეზღუდვა წარმოადგენს ერთ-ერთ ფუნდამენტალურ პრინციპს და ეს სკოლა ანიჭებს არაკომერციულ სტატუსს. სოციალური საწარმოები EMES და ბრიტანული მიდგომები მოიცავს საწარმოების ტიპებს, რომლებზეც ვრცელდება საერთო შეზღუდვები და ასევე ისეთი ტიპის ორგანიზაციებს, რომელთაც შეუძლიათ მოგების განაწილება შეზღუდულ პირობებში. მსგავსი ტიპის საწარმოები მოიცავს კოოპერატივებსაც, რომლებსაც შეუძლიათ მოგების განაწილება შეზღუდულ პირობებში,

მიღებული შემოსავალი. სოციალური საწარმოს სკოლა და ბრიტანული მიდგომა (შედარებით ნაკლები ხარისხით) ხაზს უსვავენ კომერციული შემოსავლის ზრდის მნიშვნელობას გრანტებისა და სუბსიდირების მიუხედავად, მდრადობისა და ფინანსური სიცოცხლისუნარიანობა უზრუნველსაყოფად. EMES მიდგომის ჩარჩოში „ფინანსური სიცოცხლისუნარიანობა დამოკიდებულია პირობებზე და საჭირო რესურსების უზრუნველყოფაზე საწარმოს მისიების მხარდასაჭერად“ (Nyssens, 2006: 12³¹). სიცოცხლისუნარიანობა არ არის დამოკიდებული საწარმოს მიერ მიღებული შემოსავლის რაოდენობაზე. შესაბამისად, ამ მიდგომის მიხედვით, შემოსავლის მიღება არ წარმოადგენს მნიშვნელოვან პრობლემას.

მმართველობა. მართვა წარმოადგენს მნიშვნელოვან თემას EMES მიდგომის მიხედვით. მრავალმხრივი ჩართულობა დაინტერესებული პირებისა, დემოკრატიული მმართველობა და საწარმოების ერთობლივი ხასიათი ამ მიდგომის ფუნდამენტურ ასპექტებს წარმოადგენს. ბრიტანული მიდგომის მიხედვით,

³¹ Nyssens, M. (Ed.) (2006). Social Enterprise – At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society, Routledge, London/New York

მმართველობა ითვლება მნიშვნელოვან თემად, მაგრამ პირდაპირი ან არაპირდაპირი მონაწილეობა დაინტერესებული მხარეებისა შეიძლება იცვლებოდეს საწარმოს სამართლებრივი სტრუქტურის შესაბამისად. ეს არ არის ფუნდამენტალური ბრიტანული მიდგომისთვის ისე, როგორც ეს არის EMES-სთვის.

1.3 სოციალური მეწარმეობის სამართლებრივი რეგულირება

სოციალური მეწარმეობა გავრცელებული და მზარდი ფენომენია ევროპაში. მათ გაიარეს ეტაპობრივი ინსტიტუციონალიზაცია და პოლიტიკური აღიარება, მათ შორის სპეციალური სამართლებრივი ფორმების განვითარების გზით. შეიძლება ითქვას, რომ ევროპაში მოქმედი სოციალური საწარმოების უმეტესობა მოქმედებს მესამე სექტორის ტრადიციულ სამართლებრივ გარემოში. ისინი იქმნებიან ასოციაციების სახით იმ ქვეყნებში, სადაც კანონი ამ სექტორს საშუალებას აძლევს გარკვეულ დონეზე აწარმოოს პროდუქტების და სერვისების გაყიდვა ბაზარზე.

იმ ქვეყნებში, სადაც კანონი უფრო მკაცრია და ზღუდავს მესამე სექტორის ეკონომიკურ საქმიანობას (მაგალითად, ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებში) სოციალური საწარმოები იქმნება კოოპერატივების სახით. გარდა ამ ორი ფორმისა, სხვადასხვა ქვეყანამ შექმნა სოციალური საწარმოების ახალი სამართლებრივი ფორმები. ამ ფორმებს სხვადასხვა დონის წარმატება ხვდათ წილად. იტალიაში, ახალი კოოპერატიული სამართლებრივი ფორმა - სოციალური კოოპერატივი - შეიქმნა 1991 წელს, რომლის მიზანი იყო სოციალური სერვისის მიწოდება და მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმება. იტალიაში, სოციალური კოოპერატივები გახდა სოციალური მეწარმეობის ძირითადი ფორმა. კანონის ამოქმედებიდან, ამ ორგანიზაციების ზრდის წლიური მაჩვენებელი 15-30%-ია. 2003 წლისთვის, ქვეყანაში იყო 6500-7000 სოციალური კოოპერატივი, რომელიც ასაქმებდა 200 000 ადამიანს (ქვეყანაში დასაქმების 1%) და სარგებელი მოჰქონდა 1.5 მილიონი ადამიანისთვის³². სხვა ქვეყნებშიც გაიზიარეს იტალიის მაგალითი.

პორტუგალიამ შექმნა სოციალური სოლიდარობის კოოპერატივი, რომელთა მიზანი იყო მოწყვლადი ჯგუფების და სოციალურად დაუცველი თემების დახმარების გზით, მათი ქვეყნის ეკონომიკაში ინტეგრაცია. თუმცა, იტალიური სოციალური

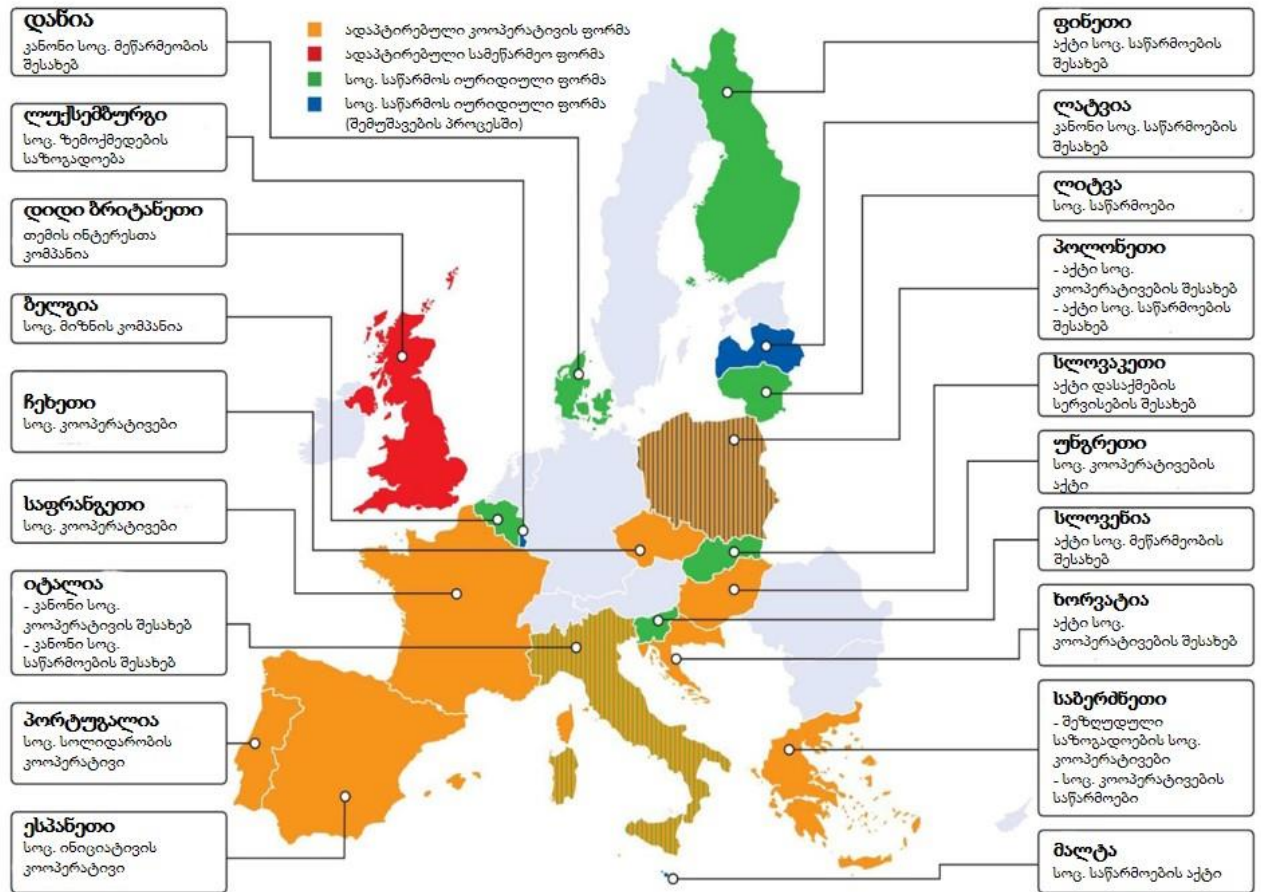
³² Wilda N. Manek- Italian Social Cooperatives

კოოპერატივებისგან განსხვავებით, პორტუგალიური სოციალური სოლიდარობის კოოპერატივები სუსტად არიან ინტეგრირებულნი სოციალურ კონტექსტთან, რაც, ძირითადად, გამოწვეულია ამ კოოპერატივების პროცესის მართვის ე.წ. ზემოდან-ქვემოთ პრინციპით. საფრანგეთში სოციალური საწარმოების მაგალითი არის არსებული კოლექტიური ინტერესის კოოპერაციული საზოგადოებები, რომელიც პირველად 2001 წელს შეიქმნა. თუმცა ასეთი ტიპის საწარმოები კარგად ვერ განვითარდნენ რაც გამოწვეული იყო, ერთის მხრივ, მისი დაფუძნების გართულებული პირობებით და, მეორეს მხრივ, არსებული ტრადიციული ასოციაციების სიძლიერით. 2007 წლის აგვისტოს შემდეგ შეიქმნა მხოლოდ 97 კოლექტიური ინტერესის კოოპერაციული საზოგადოება. 1995 წლიდან ბელგიაში ამოქმედდა ახალი ფორმა - „სოციალური მიზნის კომპანია“. ამ სამართლებრივი ფორმის ჩარჩოებში შესაძლებელია მოქმედებდეს ნებისმიერი კომერციული ტიპის კომპანია ან კოოპერატივი. თუმცა დიდი წარმატება არც ამ ტიპს ხვდა წილად, გამომდინარე იმ რთული მოთხოვნებიდან, რასაც ეს იურიდიული ფორმა აყენებს.

იტალიაში ცოტა ხნის წინ ამოქმედდა კანონი, რომელიც აფართოებს საზოგადოებრივი ინტერესის ორგანიზაციების ტიპების ჩამონათვალს, რაც ქმნის საფუძველს, რომ უფრო მეტი ორგანიზაცია იყოს მოაზრებული, როგორც სოციალური საწარმო. ამ კანონმდებლობის თანახმად, სოციალური საწარმო არის არამომგებიანი ორგანიზაცია, რომელიც პერმანენტულად და პრინციპულად აწარმოებს, ავრცელებს და აწოდებს პროდუქტებსა და სერვისებს სოციალური სარგებლისთვის. მიუხედავად ამისა, ეს მიდგომა იტალიური ორგანიზაციების უმეტესობისთვის მიმზიდველი არ აღმოჩნდა. მათ ისევ გააგრძელებს სოციალური კოოპერატივების ფორმით არსებობა. ამის მიზეზი შესაძლებელია იყოს ის, რომ ამ იურიდიულ ფორმას აქვს გარკვეული ხარვეზები და ის ჯერ კიდევ დახვეწის პროცესშია, ასევე ის, რომ მესამე სექტორის ორგანიზაციების წარმომადგენლებმა, განსაკუთრებით კარგად განვითარებულმა სოციალური კოოპერატივების მოძრაობამ, გამოხატეს ძალიან მცირე ინტერესი ამ იურიდიული ფორმის მიმართ. „საზოგადოებრივი ინტერესის კომპანია“ არის ახალი ფორმა, რომელიც შეიქმნა გაერთიანებულ სამეფოში იმ საწარმოთათვის, რომელთაც სურთ გამოიყენონ თავიანთი შემოსავლები სოციალური მიზნებისათვის. იგი შეიქმნა რათა შეავსოს სახელმწიფო სერვისები ისეთ სფეროებში როგორცაა: მზრუნველობა ბავშვებზე, საზოგადოებრივი ტრანსპორტი, დასვენება.

კანონით ასეთი ტიპის საწარმოებს არ აქვთ არანაირი ფინანსური შეღავათი. უბრალოდ ეს იურიდიული ფორმა არის უფრო მოქნილი და რეგულირების მხარეც უფრო გამარტივებული აქვს. „საზოგადოებრივი ინტერესის ორგანიზაციაში“ საგადასახადო შეღავათების არქონას აკომპენსირებს მოგების გარკვეული ოდენობის გადანაწილების შესაძლებლობა. ასეთი საწარმოების მასშტაბი ძალიან ფართოა: დაწყებული სოფლის მალაზიებით დამთავრებული მსხვილი კომპანიებით. მას შემდეგ რაც კანონი შევიდა ძალაში, 1176 ასეთი ტიპის საწარმო დაარსდა.

გაერთიანებული სამეფოსგან განსხვავებით, სოციალური მეწარმეობის ახალი იურიდიული ფორმები ჯერ კიდევ სუსტად გამოიყენება ბელგიაში, საფრანგეთსა და პორტუგალიაში. იმისათვის, რომ ახალი საკანონმდებლო ბაზა უფრო მიმზიდველი იყოს, მან უნდა განდევნოს ძველი საკანონმდებლო ბაზა და დაანახოს ახალი კანონმდებლობის სარგებელი არსებულ ორგანიზაციებს. სხვა ფაქტორებმა ასევე შეიძლება გარკვეული როლი ითამაშოს. იმისათვის რომ დავეხმაროთ სოციალური მეწარმეობის განვითარებას, აუცილებელია ადეკვატური სახელმწიფო პოლიტიკა, რომელიც ანგარიშს უწევს ორგანიზაციის დამსახურებას სოციუმის წინაშე და არ არის მხოლოდ არამომგებიანი ორგანიზაციებისთვის, როგორც ევროკავშირის უმრავლეს ქვეყნებში. თუმცა, გაერთიანებული სამეფოს გამოცდილება, სადაც არანაირი საგადასახადო შეღავათები არ აქვთ სათემო ინტერესის კომპანიებს, ამტკიცებს რომ სოციალური საწარმოების განვითარება შესაძლებელია შეღავათების გარეშეც.



ნახაზი 3: სოციალური საწარმოების იურიდიული ფორმები ევროპაში

წყარო: Defourny და Nyssens, 2008a; Ducci და სხვა 2002; Galera და Borzaga, 2009; Kerlin, 2010; Les და Kolin, 2009, Liveng, 2008; Nyssens, 2006; Nyssens, 2009

2014 წლის 16-17 იანვარს სტრასბურგში შედგა 2000 სოციალური მეწარმის და სოციალური საწარმოს მხარდამჭერთა სამუშაო შეხვედრა, სადაც განხილულ იქნა ევროპაში სოციალური ეკონომიკის მრავალფეროვანი გამოცდილება და სადაც დამტკიცდა ხედვა, რომ სოციალურმა საწარმოებმა უდიდესი როლი უნდა შეასრულონ ევროპის სამომავლო განვითარებაში; გამოიკვეთა ახალი იდეები და აქტივობები გონივრული, მდგრადი და ინკლუზიური ზრდის პოტენციალის გახსნისათვის³³.

რაც შეეხება საქართველოს, 2015 წლის ივლისში, პარლამენტში შეტანილ იქნა საკანონმდებლო წინადადება, რომელიც მიზნად ისახავდა სოციალური მეწარმეობის

³³ Strasburg Declaration, 2014 Jan., http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm , 05.05.2018

ინსტიტუციონალიზაციისა და სოციალური მეწარმეობის განვითარების მხარდაჭერის სამართლებრივი საფუძვლების შექმნას, საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი საკითხების გადაწყვეტას ბიზნეს მეთოდებისა თუ სუბიექტების გამოყენებით, რომელთა მთავარი მიზანი უპირატესად საზოგადოებრივი სიკეთის შექმნაა და არა მოგების განაწილება.

ინიციატივის მიხედვით, სოციალური მეწარმეობა თავისი არსით გულისხმობს სოციალური პრობლემების მოგვარებას ბიზნეს მიდგომებით. რიგ შემთხვევებში სოციალური საწარმო უზრუნველყოფს ახალი სერვისების ან პროდუქტების განვითარებას და მიწოდებას იმ სფეროებში, სადაც ბიზნეს ინტერესები ნაკლებია, ხოლო სახელმწიფო დაფინანსება არასაკმარისი. სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერის სამართლებრივი საფუძვლის შექმნა ხელს შეუწყობს არა მხოლოდ სოციალური მეწარმეობის განვითარებას, არამედ განაპირობებს სოციალური პასუხისმგებლობის დონის ამაღლებას და ხელისუფლებას მისცემს საშუალებას ბიზნესთან და არასამთავრობო სექტორთან ერთად ოპტიმალური საშუალებებით მიაღწიოს საზოგადოებრივად სასარგებლო მიზნებს.

საკანონმდებლო პაკეტის მიხედვით, სოციალური საწარმოს სტატუსი უნდა მიენიჭოს შემდეგ სუბიექტებს:

1. საქართველოში რეგისტრირებული სამეწარმეო იურიდიული პირები (შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება და კოოპერატივი) მოიპოვებენ სოციალური საწარმოს სტატუსს თუკი აკმაყოფილებენ შემდეგ პირობებს:

ა) საწარმოს წესდებაში გაცხადებული აქვს სოციალური მიზნების უპირატესობა მოგების მიღებისა და განაწილების მიზანზე და ამომწურავად აქვს ჩამოთვლილი საქმიანობათა ჩამონათვალი სოციალური მეწარმეობის სფეროდან;

ბ) განაწილებას ექვემდებარება საწარმოს მოგების არაუმეტეს 30 %;

გ) საწარმოში გადაწყვეტილების მიღების პროცესი არ არის დამოკიდებული წილისა თუ აქციების ოდენობაზე, ამასთან წესდებით განსაზღვრულია, რომ ამ პუნქტის "ა" და "ბ" ქვეპუნქტებით გათვალისწინებულ გადაწყვეტილება მიიღება არანაკლებ ხმების 80%-ის უმრავლესობით.

2. სოციალური საწარმოს სტატუსი ექვემდებარება რეგისტრაციას მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრში.
3. თუ სოციალური საწარმო სტატუსის რეგისტრაციიდან 5 წლის განმავლობაში შეიცვლის სოციალური საწარმოს სტატუსის განსაზღვრასთან დაკავშირებული ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული კრიტერიუმებიდან ერთს მაინც, საჯარო რეესტრი საკუთარი ინიციატივით, დაინტერესებული პირის ან საგადასახადო ორგანოს განცხადებით აუქმებს სოციალური საწარმოს სტატუსს.
4. სოციალური საწარმოს სტატუსის რეგისტრაციიდან 5 წლის გასვლამდე სტატუსის რეგისტრაციის გაუქმების შემთხვევაში საწარმოს (და მის პარტნიორებს, მეპაიეებს და აქციონერებს სოლიდარულად - თუკი საწარმოს აქტივები არ იქნება საკმარისი) კრედიტორის მოთხოვნისას წარმოეშობა ვალდებულება დააბრუნოს ის (ფულადი სახსრები და/ან ქონება), რომელიც სოციალური საწარმოს სტატუსთან დაკავშირებული შეღავათის გამო მიიღო საწარმომ, პარტნიორმა, მეპაიემ ან აქციონერმა.
5. თუ სოციალური საწარმოს სტატუსის რეგისტრაციიდან 5 წლის განმავლობაში პარტნიორები, აქციონერები ან მეპაიეები მიიღებენ გადაწყვეტილებას სოციალური საწარმოს სტატუსის რეგისტრაციის გაუქმების, საწარმოს ლიკვიდაციის, გაკოტრების, რეორგანიზაციის, გაყოფის ან მიერთების თაობაზე, ეს პროცედურები ვერ დასრულდება თუკი საწარმო ან მისი პარტნიორები კრედიტორთა მოთხოვნის არსებობისას არ დააბრუნებენ იმ სიკეთეს (ფულად სახსრებს და/ან ქონებას), რომელიც შეღავათის გამო მიიღო საწარმომ სოციალური სტატუსის ქონის პირობებში.
6. საქართველოში რეგისტრირებული არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი, რომელიც სამეწარმეო საქმიანობას ეწევა განსაზღვრულ სფეროებში ითვლება სოციალურ საწარმოებად.
7. არასამეწარმეო (არაკომერციულ) იურიდიულ პირს აქვს უფლება მოითხოვოს სოციალური საწარმოს სტატუსის რეგისტრაცია. ამ შემთხვევაში მასზე არ ვრცელდება ამ მუხლით საწარმოებისათვის დადგენილი მოთხოვნები და შეზღუდვები.

8. სახელმწიფოს, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ დაფუძნებული სამეწარმეო და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი არ არის სოციალური საწარმო.

გარდა ამისა, საკანონმდებლო პაკეტში ასევე მითითებულია სოციალური საწარმოების წესდებასთან დაკავშირებული საკითხები, კერძოდ:

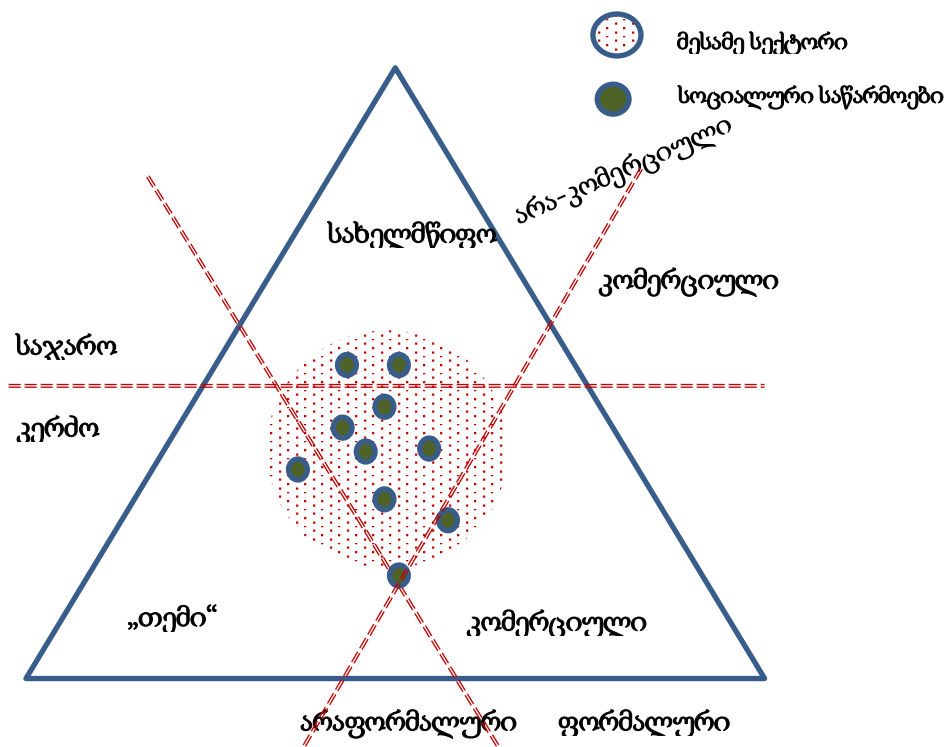
- სოციალური საწარმოს წესდებასთან დაკავშირებით გამოიყენება „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის დებულებები ამ კანონით განსაზღვრული თავისებურებების გათვალისწინებით.
- სოციალური საწარმოს სტატუსის რეგისტრაციისთვის წარდგენილი სოციალური საწარმოს წესდება უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ ძირითად საკითხებს:
 - o სოციალური მიზნების უპირატესობა მოგების მიღებისა და განაწილების მიზანზე;
 - o საქმიანობის მიმართულებებსა და კონკრეტულ ჩამონათვალს ამ კანონის მე-3 მუხლით განსაზღვრული სოციალური მეწარმეობის სფეროდან;
- გ) მოგების განაწილების წესი და ოდენობა, რომელიც არ უნდა აღემატებოდეს 30%-ს;
 - o ამ პუნქტის "ა"-ს პუნქტებით გათვალისწინებულ საკითხებზე, აგრეთვე საწარმოს ლიკვიდაციის, გაკოტრების, რეორგანიზაციის, გაყოფის ან მიერთების თაობაზე გადაწყვეტილებების მიღება საწარმოს პარტნიორთა, აქციონერთა ან მეპაიეთა მიერ ხმათა არანაკლებ 80%-ის უმრავლესობით.

ასევე, ჩამოყალიბებულია სახელმწიფოს მიერ სოციალური მეწარმეობის ხელშემწყობი ღონისძიებები:

- სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროექტებისა და პროგრამების შემუშავება და მონაწილეობა;
- სოციალური საწარმოების მიერ შეღავათიანი საკრედიტო რესურსებისა და გრანტის მიღების შესაძლებლობის უზრუნველყოფა;
- გ) თანაბარ პირობებში სოციალური საწარმოებისთვის, მათ მიერ წარმოებული პროდუქტისა თუ მომსახურებისთვის პრიორიტეტის მინიჭება;

აგრევე, საინტერესოა ის ფაქტი, რომ სახელმწიფო კანონმდებლობიდან გამომდინარე, სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული ტიპის სოციალური საწარმოები გვხვდება:

- ✓ უშუალო დამსაქმებელი (თავისი ფორმით სოციალური საწარმო შეიძლება იყოს უშუალოდ დამსაქმებელი და მისი ფუნქციაც, როგორც სოციალური საწარმო, ამ შემთხვევაში არის მარგინალური ჯგუფების დასაქმება);
- ✓ მარგინალური მოსახლეობის ჯგუფების წარმოებული პროდუქციის მომხმარებელი (არიან სოციალური საწარმოები, რომლებიც თავის თავს ხედავენ, როგორც მარგინალური ჯგუფების მიერ წარმოებული პროდუქციის მომხმარებლად. ამით ისინი ეხმარებიან ამგვარ ჯგუფებს წარმოებული პროდუქციის გასაღებაში);
- ✓ დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის პროდუქციის/სერვისის გამყიდველი (სოციალური საწარმოები ეხმარებიან დაბალშემოსავლიან მოსახლეობასა მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის მომხმარებლამდე სათანადო ფორმით მიტანაში);
- ✓ დამხმარე ორგანიზაცია (ძალიან ხშირად საზოგადოებრივი ორგანიზაციები აფუძნებენ დამხმარე ორგანიზაციას ან საწარმოს, რომლის სამართლებრივი ფორმაც შესაძლებელია იყოს ნებისმიერი, რაც იმ ქვეყნის, სადაც ეს ორგანიზაცია მოღვაწეობს, კანონმდებლობის ფარგლებში თავსდება და ამ დამხმარე ორგანიზაციის საშუალებით აწარმოებს საკუთარ ეკონომიკურ საქმიანობას, ხოლო მიღებულ მოგებას მოახმარს ორგანიზაციის ძირითად მიზნებს). შესაძლებელია საზოგადოებრივმა ორგანიზაციამ შიგნით აწარმოოს რაიმე სახის ეკონომიკური საქმიანობა, რომლის უპირველესი მიზანიც იქნება ორგანიზაციის ფინანსური მდგრადობა და მისი დამოუკიდებლობა. ამ შემთხვევაშიც მიღებული მოგება მოხმარდება ორგანიზაციის მიზნებსა და მისიას).



ნახაზი 4: სოციალური საწარმოების როლი ეკონომიკაში

წყარო: პესტოფი (1998 & 2005)

სოციალური საწარმოების უმრავლესობა საფუძველს იღებს მესამე სექტორიდან და ისინი ამ ცხრილზე მდებარეობენ ე.წ. გამყოფ ხაზთან. ერთის მხრივ, საწარმოები ორიენტირებულები არიან მოგების მაქსიმიზაციაზე და მეორეს მხრივ, სოციალური მისიისა და დემოკრატიული ღირებულებებისაკენ მიისწრაფვიან. რა თქმა უნდა, სოციალური საწარმოები ბაზარზე ორიენტირებულები არიან, თუმცა მათთვის უმთავრესს სოციალური მიზანი წარმოადგენს.

ნახაზის ცენტრში გამოსახულ ერთ-ერთ წრეს აგრეთვე წარმოადგენს სოციალური საწარმოს ტიპი - კოოპერატივი, რომელიც არის ნებაყოფლობით წევრობაზე დაფუძნებული ორგანიზაცია. მისი წევრები ეწევიან სასოფლო სამეურნეო საქმიანობას და საერთო ეკონომიკური ინტერესი აერთიანებთ. დღესდღეობით საქართველოში რეგისტრირებულია 3497 კოოპერატივი, რომელიც ამუშავებს 20,000-ზე მეტს. ჯერჯერობით აღნიშნული კოოპერატივები საქმიანობას ახორციელებენ მხოლოდ 1 წელია, ამიტომ მათი ეკონომიკური შედეგის შეფასება ნაადრევია. თუმცა, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე ვასკენით, რომ 2014 წელს კოოპერატივების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება უდროს 200,000 ლარს.

ნათელია, რომ კაპიტალისტური წყობის პირობებში საჯარო და კერძო სექტორები სრულად ვერ უზრუნველყოფენ საზოგადოების ყველა ფენის სოციალ-ეკონომიკური და ეკოლოგიური პრობლემების მოგვარებას. ამიტომ, დროთა განმავლობაში გააქტიურდა ე.წ. მესამე სექტორი, რომელიც ცდილობს იმ სიცარიელის შევსებას, რომელიც კერძო და საჯარო სექტორებს შორის რჩება. მესამე სექტორს წარმოადგენს საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, რომელთა აქტივობის მიზანს არ წარმოადგენს მოგების განაწილება მესაკუთრეებს შორის. ასეთი ორგანიზაციების მიზანია საზოგადოების გარკვეული ნაწილის (ბენეფიციარების) სოციალ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება. ე.ი. საქმე გვაქვს სოციალურ წარმოებასთან.

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური მეწარმეობა დაფუძნებულია სოლიდარობის პრინციპებზე, ეს არ წარმოადგენს ქველმოქმედებას მისი ტრადიციული გაგებით. უმეტეს შემთხვევაში, სოციალურ საწარმოში დასაქმებული არიან მისი საქმიანობის ბენეფიციარები. სოციალური მეწარმეობა ჩამოყალიბდა და განვითარდა XIX საუკუნეში აშშ-სა და დასავლეთ ევროპის სახელმწიფოებში. მისი განვითარების ხარისხი დამოკიდებულია საზოგადოების თვითშეგნების დონეზე. საერთაშორისო გამოცდილება იმაზე მეტყველებს, რომ ამ სექტორის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორებია საზოგადოებრივი ჩართულობის დაბალი დონე და სამართლებრივი უზრუნველყოფა. იგივე პრობლემებმა იჩინა თავი საქართველოს შემთხვევაშიც. სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის აუცილებელია ერთის მხრივ, საზოგადოების სამოქალაქო ჩართულობის ზრდა და მეორეს მხრივ, ამ სექტორის საკანონმდებლო რეგულირების მოწესრიგება. ეს უკანასკნელი წარმოადგენს სახელმწიფოს უშუალო პრეროგატივას. აუცილებელია მოგვარდეს სოციალური საწარმოების სტატუსთან და დაბეგვარსთან დაკავშირებული საკითხები. იმდენად, რამდენადაც სოციალური მეწარმეობის ბენეფიტი არის საზოგადოების ეკონომიკური განვითარება და დასაქმება ზრდა, მნიშვნელოვანია სახელმწიფოში გატარდეს ისეთი რეფორმები, რომლებიც ხელს შეუწყობს ამ სექტორის მდგრად განვითარებას.

Defourny და Nyssen³⁴ აღნიშნავენ, რომ სოციალური საწარმოს ფენომენის საზღვრები არ არის ნათელი და თითოეული ორგანიზაცია ქმნის სოციალურ, ეკოლოგიურ და

³⁴ Defourny, J., Nyssens, M. (2008a). "Social enterprise in Europe: recent trends and developments." *Social Enterprise Journal*, Vol. 4, No. 3, pp. 202–228.

ფინანსურ ღირებულებას ე.წ. შერეული ღირებულების კონცეფციის ფარგლებში (blended value concept, Emerson და სხვა, 2003³⁵; Chell, 2007³⁶). შესაბამისად, შეიძლება განხორციელდეს სოციალური ზემოქმედების შეფასება ყველა იმ ორგანიზაციისა, რომელიც ორიენტირებულია სოციალური მიზნის მიღწევაზე. ნახაზი 4 აღწერს სოციალური საწარმოს მიმართულებებს:

ტრადიციული არაკომერციული	ტრადიციული + შემოსავალ	სოციალური საწარმო	სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესი	კორპორაცია + CSR	ტრადიციული კომერციული საწარმო
--------------------------	------------------------	-------------------	-----------------------------------	------------------	-------------------------------



ნახაზი 5: სოციალური საწარმოს მიმართულებები

წყარო: ადაპტირებულია Kim, 2008; Etchart და Davis, 1999; Alter, 2006; Nicholls, 2006; Borza და სხვა, 2009

Ridney-Duff³⁷ მიიჩნევს, რომ საჭიროა განხორციელდეს მხოლოდ იმ საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასება, რომელთა უმთავრეს მიზანს სოციალური შედეგის მიღწევა წარმოადგენს. საკუთარი როლისა და წვლილის გასაზრდელად, სოციალურ საწარმოს ესაჭიროება, როგორც კომერციული, ისე სოციალური ღირებულების შექმნა (Di Domenico და სხვა, 2009³⁸). კომერციულმა მეწარმეებმა შეიძლება შექმნან სოციალური ღირებულება კერძო მოგების მიღების პროცესში, ხოლო სოციალურმა მეწარმეებმა სოციალური ღირებულების შექმნისას შეიძლება მიიღოს კომერციული შედეგი. შესაბამისად, არ არის სასურველი განხორციელდეს იმ საწარმოების შეფასება, რომელთათვისაც სოციალური შედეგი მხოლოდ გვერდით ეფექტს წარმოადგენს.

³⁵ Emerson, J., Bonini, S., Brehm, K. (2003). The Blended Value Map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation.

³⁶ Chell, E. (2007). “Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process.” International Small Business Journal, Vol. 25, No. 1, pp. 5–26.

³⁷ Ridley-Duff, R. (2008). “Social enterprise as a socially rational business.” International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 14, No. 5, pp. 291–312.

³⁸ Di Domenico, M. L., Haugh, H., Tracey, P. (2010). “Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises.” Entrepreneurship Theory and Practice.

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური საწარმოები უკვე ათეული წლების მანძილზე ფუნქციონირებენ მსოფლიო მასშტაბით, მაინც მწირი ინფორმაცია არსებობს მათი ეფექტურობის დასამტკიცებლად და შესაფასებლად.

1.4 სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდები

სოციალური ზემოქმედების შეფასების ისტორია საწყის იღებს 1970--80-იან წ.წ. თუმცა ამ კონცეფციის მნიშვნელობამ ცვლილება განიცადა.

სოციალური ზემოქმედების შეფასება (SIA) ზოგჯერ გამოიყენება როგორც კონკრეტული მეთოდოლოგია და ზოგჯერ მეთოდოლოგიისგან დამოუკიდებლად იმ მიზნების შესასრულებლად, რაც კანონებით და რეგულაციებით არის მოთხოვნილი, კერძოდ პოლიტიკური დოკუმენტების ან მსხვილი ინფრასტრუქტურული პროექტების გათვალისწინებით (ძირითადად 90-იანი წ.წ. წინ და მომდევნო პერიოდში). სოციალური ზემოქმედების შეფასების (SIA) მიზნის ირგვლი დისკუსიები დაიწყო 80-იან წ.წ.; განსხავებული ხედვა წარმოჩნდა მათ შორის ვინც SIA აღიქვამს როგორც ფორმალური მოკვლევის პროცესს კონკრეტულ საკანონმდებლო ფარგლებში და მათ შორის ვინც SIA განიხილავს, როგორც თემების გაძლიერების საშუალებას, რომლებიც რესურსების ზეგავლენის ქვეშ იმყოფებიან (Howitt 1989³⁹). მეოცე საუკუნეში SIA –ს ყველაზე საერთო მიზანი აღნიშნულ იქნა Burdge (2003b⁴⁰) ანგარიშში. ამ ანგარიშის მიხედვით, SIA –ს მიზანს წარმოადგენს ინდივიდების და თემების, ისევე როგორც მთავრობის და კერძო სექტორის ორგანიზაციების დახმარება, რათა მათ გააცნობიერონ და მომზადებულად შეხვდნენ - მოსახლეობა და თემები – სხვადასხვა პოლიტიკის, გეგმების, პროგრამების და პროექტების შედეგად გამოწვეული დაგეგმილი თუ დაუგეგმავი სოციალური ცვლილების შესაძლო სოციალურ შედეგებს. (Burdge 2003b).

³⁹ Howitt, R. (1989). "Social Impact Assessment and resource development: issues from the Australian experience." Australian Geographer, Vol. 20, No. 2, pp. 153– 166.

⁴⁰ Burdge, R. J. (2003b). "The practice of social impact assessment – background." Impact Assessment and Project Appraisal, Vol. 21, No. 2, pp. 84–88.

SIA – ს ისტორია შესაძლებელია სოციალური ზემოქმედების სხვა ფორმებისგან განცალკევებით იქნას განხილული. ფრეინდერბერგი (Freudenburg, 1986⁴¹) თავის ნაშრომში გვთავაზობს SIA–ს ისტორიის მოკლე მიმოხილვას ამერიკის შეერთებულ შტატებში. ამ კონცეფციის აქტიურ ფაზაში შესვლა უკავშირდება 1969 წლის ეროვნული გარემოსდაცვითი პოლიტიკის აქტის ხელმოწერას (NEPA). ეროვნული გარემოსდაცვითი პოლიტიკის აქტის (NEPA) ძალით, ფედერალურ სააგენტოს მიეცა უფლება ქმედებათა განხორციელებაზე რომელიც ”მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ადამიანის გარემოს ხარისხზე”, უპირველესი ამოცანა იყო დაბალანსებული, ინტერდისციპლინარული და საზოგადოებისთვის მისაწვდომის შეფასების მომზადება ღინისძიებებით გამოწვეულ იმ ზემოქმედებასა და შედეგებზე – შეფასება, რომელიც ამჟამად ცნობილია, როგორც გარემოზე ზემოქმედების შეფასება (EIA). ევროკავშირის (EU) გარემოსდაცვითი პოლიტიკა ვითარდება 70-იანი წ.წ. (Jackson და სხვა., 2001⁴²) გარემოზე ზემოქმედების შეფასების არსიდან, რომელიც ევროპაში მომდინარეობს ევროკავშირის (EU) გარემოზე ზემოქმედების შეფასება (EIA) დირექტივიდან (CEC, 1985) და გადადის უფრო გეგმიურ-პროგრამულ დონეზე სტრატეგიულ გარემოსდაცვით შეფასებაზე (SEA), რომელიც მოთხოვნილია ევროკავშირის (EU) სტრატეგიულ გარემოსდაცვითი შეფასების (SEA), დირექტივით (CEC, 2001) (Glasson და Cozens, 2011⁴³).

სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების შესწავლამდე, საჭიროა განისაზღვროს ტერმინის “ზემოქმედების” მნიშვნელობა. ეკონომიკური და სოციალური შედეგი მოიაზრებს არა მხოლოდ მოგებას, არამედ მიზანს სოციალურ და გარემოსდაცვით სფეროებში (O’Donohoe და სხვა, 2010)⁴⁴. ზოგიერთი კვლევა სოციალურ ზემოქმედებას/შედეგს ჰყოფს სხვადასხვა დონეებად. მაგალითად, Jones

⁴¹ Freudenburg, W. R. (1986). “Social impact assessment.” *Annual review of sociology*, Vol.12, pp. 451–478.

⁴² Jackson, M. (2010). “Matching rhetoric with reality: The challenge for Third Sector involvement in local governance.” *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 30, Nos. 1–2, pp. 17–31.

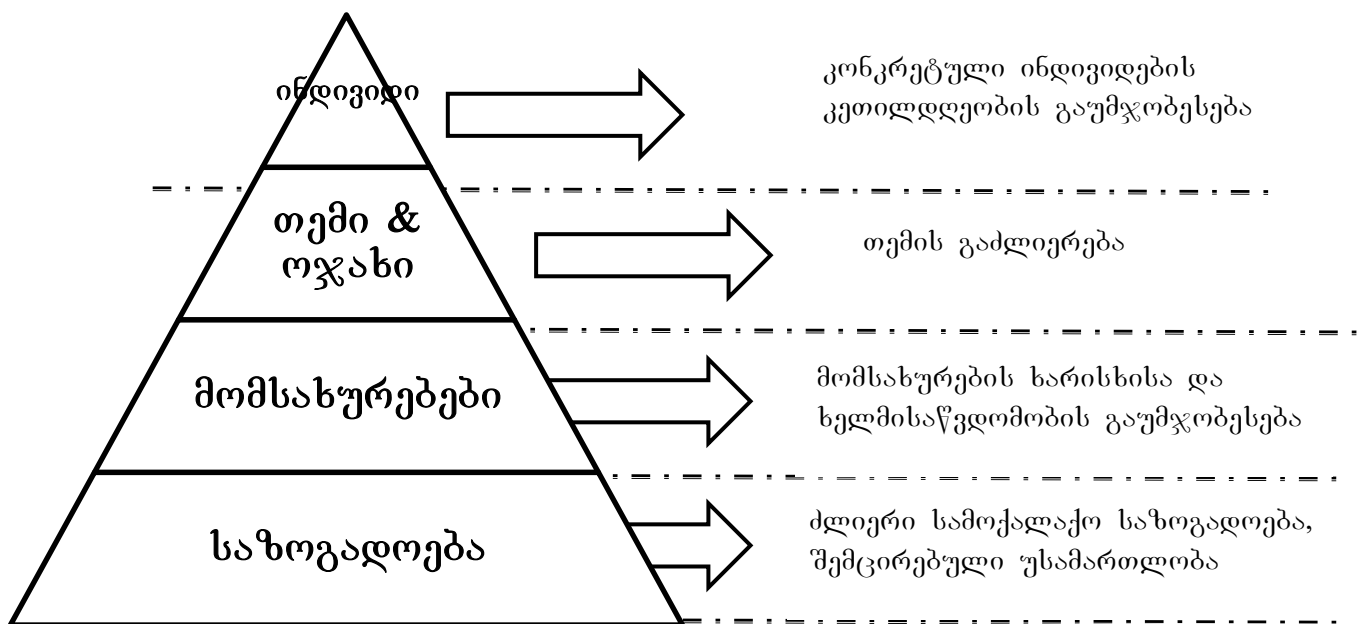
⁴³ Glasson, J., Cozens, P. (2011). “Making communities safer from crime: An undervalued element in impact assessment.” *Environmental Impact Assessment Review*, Vol. 31, No. 1, pp. 25–35.

⁴⁴ O’Donohoe, Nick, Christina Leijonhufvud, Yasemin Saltuk, Antony Bugg-Levine and Margot Brandenburg. (2010) “Impact Investments: An Emerging Asset Class” J. P. Morgan Global Research. 29 November

და სხვა (1996⁴⁵) განსაზღვრავს სოციალურ ზემოქმედებას/შედეგს, როგორც რაიმე კონკრეტული პროექტის/აქტივობის განხორციელებისას მიღწეულ შედეგს მოსახლეობისათვის, თემისათვის ან ინდივიდებისათვის. აგრეთვე, საინტერესოა Lumley და სხვა (2005⁴⁶) მოსაზრება სოციალურ ზემოქმედებასთან დაკავშირებით და იგი გვთავაზობს ჩარჩოს, რომლის მიხედვითაც სოციალური ზემოქმედების დონეები დაკავშირებულია ორგანიზაციის სტრატეგიულ მიზნებთან. ეს დონეებია ინდივიდი, ადგილობრივი თემი (მათ შორის ინდივიდის ოჯახი), მათთვის ხელმისაწვდომი მომსახურებები და საზოგადოება (იხილეთ ნახაზი 5).

სოციალური ზემოქმედების დონეები

სტრატეგიული მიზნები



ნახაზი 6: სოციალური ზემოქმედების დონეები და მათი დამოკიდებულება სტრატეგიულ მიზნებთან

წყარო: Lumley, T., Langerman, C., Brookes, M. (2005). "Funding success: NPC's approach to analysing charities." New Philanthropy Capital

⁴⁵ Jones, M. G., Hartog, J. J., Sykes, R. M. (1996). "Social impact assessment – new dimensions in project planning." SPE Health, Safety and Environment in Oil and Gas Exploration and Production Conference, 9–12 June 1996, New Orleans, Louisiana.

⁴⁶ Lumley, T., Langerman, C., Brookes, M. (2005). "Funding success: NPC's approach to analysing charities." New Philanthropy Capital

ზემოქმედების/შედგენის კონცეფტუალიზაცია და გაზომვა განსხვავდება ინსტიტუციების და სფეროების მიხედვით (Wallman-Stokes და სხვა, 2013⁴⁷). შესაბამისად, სოციალური შედეგის გაზომვა მოიცავს ზემოქმედების განსაზღვრას და წარმოჩენას ყველა იმ პროექტის/აქტივობისა, რომელსაც საწარმო ახორციელებს. ამისათვის, სოციალური ზემოქმედების შეფასება შეესაბამება ისეთ პროცესებს, როგორცაა ბიზნეს აქტივობებისა და ამ აქტივობების შედეგად მიღწერული სოციალური ცვლილების პროცესის გამიზნული და არაგამიზნული ეკონომიკური და სოციალური შედეგების (პოზიტიურიც და ნეგატიურიც) ანალიზს, მონიტორინგსა და მართვას (Vanclay, 2003⁴⁸). სადოქტორო ნაშრომის მიზნებიდან გამომდინარე, სოციალური ზემოქმედების შეფასების განმარტება შეიძლება შემდეგი სახით ჩამოყალიბდეს: **“ბიზნეს საქმიანობის (განურჩევლად მისი მიზნობრიობისა) ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი შედეგების (პოზიტიური და ნეგატიური) ანალიზი, მონიტორინგი და მართვა.**

სოციალური ზემოქმედების შეფასების მიზანს წარმოადგენს გადაწყვეტილების მიმღებების დახმარება შეაფასონ ბიზნესის ან პროგრამის მიმდინარე და დასრულებული აქტივობები (Grieco, 2015⁴⁹).

1990-იან წლებში დაიწყო პირველი სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდების ჩამოყალიბება. პირველი ყოვლისმომცველი რაოდენობრივი მეთოდოლოგია-სოციალური უკუგება ინვესტიციაზე (Social Return on Investment-SROI) შეიქმნა 1997 წელს დანახარჯი-სარგებლოანობის ანალიზის საფუძველზე (Grieco, 2015). 1990-იანი წლების ბოლოს კიდევ რამოდენიმე მეთოდი ჩამოყალიბდა (იხილეთ ნახაზი 6), ხოლო 2000 წელს გლობალური ანგარიშგების ინიციატივამ (Global Reporting Initiative) შექმნა თავისი პირველი სახელმძღვანელო, რაც წარმოადგენდა მდგრადობის ანგარიშგების პირველ გლობალურ ჩარჩოს (“the first global framework for comprehensive sustainability

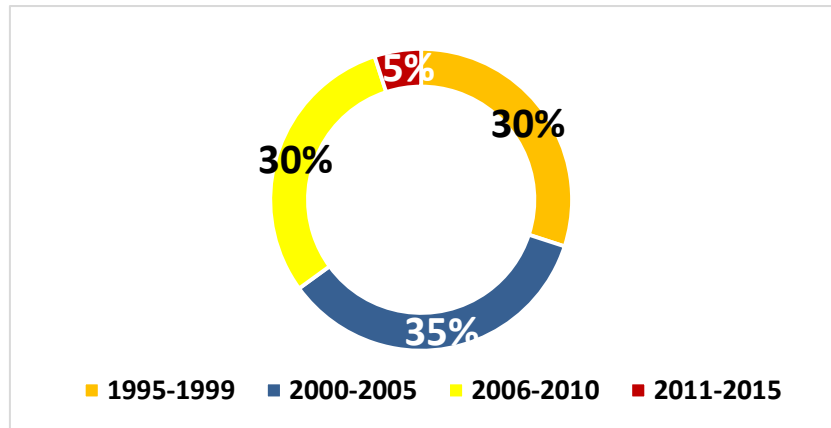
⁴⁷ Wallman-Stokes, C., Hovde, K., McLaughlin, C. & Rosqueta, K. (2013) “What we talk about when we talk about impact”. Center for High Impact Philanthropy; Women Moving Millions. September.

⁴⁸ Vanclay, F. (2003) “International principles for social impact assessment” Impact Assessment and Project Appraisal, 21(1): 5-11.

⁴⁹ Grieco, Cecilia. (2015) Assessing Social Impact of Social Enterprises: Does One Size Really Fit All? Springer Briefs in Business

reporting”- Global Reporting Initiative, 2015). 2006-2010 წლებში შეიქმნა 4 მთავარი მეთოდოლოგია, რომელიც დღეს მსოფლიოში აქტიურად გამოიყენება.

სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების ჩამოყალიბება (%)



ნახაზი 7: სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების ჩამოყალიბება

წყარო: Florman Mark, Klingler-Vidra Robyn, Facada Martim Jacinto (2016) “A critical evaluation of social impact assessment methodologies and a call to measure economic and social impact holistically through the External Rate of Return platform”, W/P# 1602 London School of Economics (LSE)

Olsen და Galimidi (2008⁵⁰) მეთოდოლოგიებს ყოფენ 3 ტიპად: რეიტინგის სისტემები, შეფასების სისტემები და მართვის სისტემები. Florman და სხვა (2016⁵¹) განასხვავებენ მეთოდოლოგიების 2 კატეგორიას: “ზოგადი” – რომლებიც ასახავენ ფართო შედეგს (ისინი ზომავენ 2 ან მეტ სფეროს სოციალური, გარემოსდაცვითი და ეკონომიკური ასპექტებით) და “კონკრეტული” (მაგალითად, ფოკუსირებულია ერთ ან ორ მახასიათებელზე (როგორცაა სიღარიბის შემცირება ან გარემოსდაცვითი შედეგი), სექტორზე ან კონკრეტულად ერთ ჯგუფზე).

⁵⁰ Olsen, S. and B. Galimidi. (2008) “Catalog of Approaches to Impact Measurement”. Social Venture Technology Group with Support of the Rockefeller Foundation.

⁵¹ Florman Mark, Klingler-Vidra Robyn, Facada Martim Jacinto (2016) “A critical evaluation of social impact assessment methodologies and a call to measure economic and social impact holistically through the External Rate of Return platform”, W/P# 1602 London School of Economics (LSE)

სოციალური ზემოქმედების შეფასების ზოგადი მეთოდოლოგიები

დასახელება	წელი	ფოკუსირების სფერო	გამოყენება	ინსტიტუციური კუთვნილება
სოციალური უკუგება ინვესტიციაზე (SROI)	1997	ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი	ორგანიზაციათა ფართო სპექტრი იყენებს SROI-ის ადაპტირებულ ვერსიებს	თავდაპირველად შეიმუშავა Roberts Enterprise Development Fund-მა (REDF)
სოციალური რეიტინგი	1998	სოციალური და ფინანსური, ეთიკური	მიკროსაკრედიტო დონორები და ინვესტორები	Micro-Credit Ratings International Ltd
სოციალური ზემოქმედების შეფასება (SIA)	1999	ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი	გლობალური სოციალური საწარმოს კონკურსის მონაწილეები	Global Social Venture Competition (GSVC)
გლობალური ანგარიშგების ინიციატივის მე-4 სახელმძღვანელო	2000	ეკონომიკური, გარემოსდაცვითი და სოციალური	შეიქმნა, როგორც უფასო ელექტრონული რესურსი	Global Reporting Initiative (GRI)
ადამიანური ზემოქმედების + მოგების ბარათი (Human Impact + Profit Scorecard) (HIP)	2006	ადამიანური, სოციალური, გარემოსდაცვითი, ეკონომიკური	HIP ინვესტორების კორპორაციის კლიენტები (ინვესტორები, კომპანიები, ფონდები, მთავრობა, სააგენტოები)	HIP Investor, Inc

პასუხისმგებლური ინვესტიციის პრინციპები (PRI)	2006 ⁵²	გარემოსდაცვითი, სოციალური და კორპორაციული მმართველობა	ინვესტორებსა და არასამტავრობო ორგანიზაციებს შეუძლიათ გახდნენ ხელმომწერები გარკვეული თანხის გადახდის სანაცვლოდ	გაერო
GIIRS/B რეიტინგ სისტემა	2007	სოციალური და გარემოსდაცვითი	B ლაბორატორიის წევრები (ბიზნეს ქსელები, მიწოდების ჯაჭვის მენეჯერები, მთავრობები და სხვა ერთეულები)	B Lab
IRIS მატრიცა	2009	სოციალური, გარემოსდაცვითი და ფინანსური	ინვესტორებისათვის	Global Impact Investing Network, Acumen Fund, B Lab და Rockefeller Foundation

ცხრილი 2: სოციალური ზემოქმედების შეფასების ზოგადი მეთოდოლოგიები

წყარო: Florman Mark, Klingler-Vidra Robyn, Facada Martim Jacinto (2016) “A critical evaluation of social impact assessment methodologies and a call to measure economic and social impact holistically through the External Rate of Return platform”, W/P# 1602 London School of Economics (LSE)

“ზოგადი მიდგომის” მეთოდოლოგიებისაგან განსხვავებით, “სექტორზე ორიენტირებული” მიდგომები ზომავენ შედეგს ერთი კონკრეტული პარამეტრის მიხედვით (Olsen და Galimidi, 2008). კერძოდ, 4 მეთოდი ეხება მხოლოდ გარემოსდაცვით მიზანს და მას ახორციელებენ სხვადასხვა საშუალებების

⁵² ანგარიშების ჩარჩო გამოიცა 2013 <http://www.unpri.org/whatsnew/pri-unveils-new-reporting-framework/>

გამოყენებით. 8 მეთოდოლოგია შექმნილი იქნა სპეციფიურად ერთი ორგანიზაციისა თუ ჯგუფის გამოსაყენებლად. მაგალითად, სოციალური ღირებულების მატრიცას იყენებენ სოფლად არსებულის საწარმოების კრედიტუნარიანობის შესაფასებლად და მას ექსკლუზიურად ახორციელებს Root Capital. საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის DOTS მეთოდოლოგია ეხება სოციალური, გარემოსდაცვით და ეკონომიკურ ფაქტორებს, თუმცა ამას იყენებს კონკრეტული განვითარების მახასიათებლების შესაფასებლად. ცხრილში შეჯამებულია “კონკრეტული” სოციალური ზემოქმედების მეთოდოლოგიები. აღსანიშნავია, რომ “კონკრეტულში” არ მოიაზრება მხოლოდ ერთ-სექტორზე ორიენტირებული მიდგომები როგორც Olsen და Galimidi (2008) ახასიათებდნენ. არამედ, იგი მოიცავს მეთოდოლოგიებს, რომლებიც ა) ექსკლუზიურად შექმნილი არის ერთი კლიენტისთვის, ინვესტორისთვის ან წევრისთვის ან ბ) აანალიზებენ შედეგს/ზემოქმედებას ერთ სექტორში (მაგ. გარემოსდაცვითი შედეგი).

სოციალური ზემოქმედების შეფასების კონკრეტული მეთოდოლოგიები

დასახელება	წელი	ფოკუსირების სფერო	გამოყენება	ინსტიტუციური კუთვნილება
სოციალური ღირებულების მატრიცა	1999	ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი	Root Capital – აპლიკანტების საკრედიტო რისკისა და სოციალური ზემოქმედების შესაფასებლად	Root Capital
ენერჯეტიკისა და გარემოსდაცვითი ლიდერობის დიზაინის სერთიფიკატი (LEED)	1999	გარემოსდაცვითი	აშშ მწვანე მშენებლობის საბჭო	აშშ მწვანე მშენებლობის საბჭო

დაბალანსებული ბარათები (balanced scorecard)	1999	საფინანსო, ბიზნეს პროცესები, მომხმარებელი, სწავლება და ზრდა	New Profit და მისი პარტნიორები და დონორები	New Profit Inc
Trucost	2000	გარემოსდაცვითი	Trucost და მისი კლიენტები	Trucost
აქსელერატორი/საინვესტიციო მდგარობის შეფასება (Accelerator/Compass Investment Sustainability Assesment)	2000	სოციალური, ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი	AtKisson-ის მომხმარებლები კორპორაციების, თემების, ორგანიზაციებისა და ფონდების შესაფასებლად	AtKisson, Inc
Dalberg midgoma	2001	სოციალური და ფინანსური	Dalberg-ის კლიენტები	Dalberg Global Development Advisors
ეკოლოგიური კვალი	2003	გარემოსდაცვითი	Global Foodprint Network	Ecological Footprint
სიღარიბის ინდექსიდან პროგრესი (PPI)	2005	სიღარიბე	ნებისმიერი კომპანია, ორგანიზაცია	Grameen Foundation
განვითარების პროგრამების შედეგების სისტემა (DOTS)	2005	განვითარება	საერთაშორისო საფინანსო კორპორაცია განვითარების პროგრამების	საერთაშორისო საფინანსო კორპორაცია

			შესაფასებლად	
გარემოსდაცვითი ანგარიშგების სისტემა (EPRS)	2006	გარემოსდაცვა	CaIPERS მისი პარტნიორების ათვის და ინვესტორების ათვის	Environmental Capital Group
საფინანსო, ინოვაციების და რისკების მართვა (Financial, Impact, Innovation and Risk Management-FIIRM)	2009	საფინანსო, გარემოსდაცვითი, სოციალური	სადაზღვევო და ჯანდაცვის კომპანიები, სადაც LeapFrog ახდენს ინვესტირებას	LeapFrog Investments
პროდუქციის სოციალური ზემოქმედების შეფასება (PSIA)	2013	სოციალური	ნებისმიერი კომპანია ან ორგანიზაცია	Roundtable for Social Product Metrics

ცხრილი 3: სოციალური ზემოქმედების შეფასების კონკრეტული მეთოდოლოგიები

წყარო: Florman Mark, Klingler-Vidra Robyn, Facada Martim Jacinto (2016) “A critical evaluation of social impact assessment methodologies and a call to measure economic and social impact holistically through the External Rate of Return platform”, W/P# 1602 London School of Economics (LSE)

საგულისხმოა, რომ თითოეულ ზემოაღნიშნულ მეთოდს აქვს თავისი უპირატესობები და ნაკლოვანებები. მათი ძლიერი და სუსტი მხარეების გამოვლენა დამოკიდებულია კონკრეტულ სიტუაციასა თუ შემთხვევაზე, როდესაც ხდება ამათუიმ მეთოდოლოგიის გამოყენება.

აღსანიშნავია, რომ არსებობს ელექტრონული რესურსი ორგანიზებული ფონდი TRASI⁵³-ის მიერ, რომელიც თავს უყრის მსოფლიოში არსებული სოციალური

⁵³ Compilation of social impact assessment tools - <http://trasi.foundationcenter.org/browse.php>

ზემოქმედების გაზომვის ყველა მეთოდოლოგიას. საინტერესოა ის ფაქტი, რომ ამ ვებ-გვერდის საშუალებით, მომხარებელს საშუალება ეძლევა დაახარისხოს ტექნიკები სასურველი პარამეტრების მიხედვით (მაგ. რა ტიპის ორგანიზაციის შეფასება ხდება, რა წარმოადგენს შეფასების მიზანს, რა სექტორში ხდება შეფასება, და რისი გაზომვა გვსურს (ორგანიზაციული ეფექტურობა თუ სოციალური შედეგი)). აღნიშნული ბაზა მოიცავს 50 კონკრეტულ ტექნიკას და მეთოდს (იხილეთ ცხრილი), რომლებიც სპეციფიურად განკუთვნილია სოციალური სოციალური და ეკონომიკური შედეგების გასაზომვად.

სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების აღწერა

	დასახელება	დამფინანსებელი	აღწერილობა
1	BACO თანაფარდობა	Acumen Fund	მეთოდი ითვლის პოტენციური ინვესტიციის სოციალურ შედეგს და ადარებს მას კონკრეტული სოციალური საკითხის ირგვლივ არსებულ ქველმოქმედების ვარიანტებს. BACO კალკულაცია მოიცავს სამ მთავარ ფაქტორს: ფინანსური სახსრები, საწარმოს ეფექტიანობა და ტექნოლოგიები.
2	დაბალანსებული ბარათები -Balanced Scorecard	New Profit, Inc.	დაბალანსებული ბარათები წარმოადგენს შესრულების მართვის მეთოდოლოგიას, რომელიც აფასებს არაკომერციული ორგანიზაციის ა) სოციალურ შედეგს; ბ) მოსარგებლებს; გ) შიდა პროცესებს; დ)

			სწავლებას და ზრდას და ე) ფინანსურ მაჩვენებლებს
3	პირამიდული ზემოქმედების შეფასების ჩარჩო (BoP)	William Davidson Institute	პირამიდული ზემოქმედების შეფასების ჩარჩო არის მეთოდი, რომელიც ეხმარება ორგანიზაციებს გააუმჯობესონ და შეაფასონ მათი სიღარიბის-შემცირებაზე ორიენტირებული შედეგები. ო მეთოდოლოგია საშუალებას აძლევს მენეჯერებს, რომ განახორციელონ ა) სტრატეგიული ანალიზი შედეგების დასადგენად; ბ) მიმდინარე საქმიანობის შეფასება შედეგების მაჩვენებლების განსასაზღვრად და მათ გასაუმჯობესებლად.
4	მოსარგებლეთა აღქმის ანგარიში – Beneficiary Perception Report (BPR)	ეფექტური ფინანსტროპიის ცენტრი	მეთოდის საშუალებით ხდება პროგრამის მოსარგებლეებისაგან უკუკავშირის შეგროვება
5	დანახარჯი-სარგებლოანობის ანალიზი	Abt Associates	მეთოდი ასახავს დანახარჯებსა და ინვესტიციის სოციალურ შედეგს/ზემოქმედებას მონეტარული თვალსაზრისით. რაოდენობრივი მახასიათებლის განსაზღვრა ხდება მითითებული 3 მეთოდიდან

			ერთ-ერთის ან რამოდენიმეს გამოყენებით: წმინდა მიმდინარე ღირებულება (NPV), სარგებლიანობა-დანახარჯის შეფარდება და უკუგების შიდა მაჩვენებელი
6	ინვესტიციების უკუგების კოეფიციენტის (ROI) აღმწერი	True Impact	კვებზე დაფუძნებული მეთოდი აანალიზებს სოციალური პროგრამების სოციალურ და ბიზნესთან-დაკავშირებული ინვესტიციების უკუგების კოეფიციენტს. იგი საშუალებას აძლევს მომხმარებელს გაანალიზონ მომსახურების ღირებულება და სთავაზობს კონკრეტულ ღონისძიებებს მათი საქმიანობის შედეგების გასაუმჯობესებლად.
7	ჩართულ მხარეთა შედარებითი უკუკავშირი/ Comparative Constituency Feedback	Keystone Accountability	მეთოდი გამოიყენება პროგრამაში ჩართული დაინტერესებული მხარეებისაგან უკუკავშირის მოსაპოვებლად. იგი კითხვარის გამოყენებით აგროვებს მხარეების შეფასებას ორგანიზაციის საქმიანობის ეფექტურობასთან დაკავშირებით.
8	მდგრადობის შეფასების Compass ინდექსი/ Compass Index Sustainability Assessment	AtKisson, Inc.	ეს მეთოდი განსაზღვრავს ორგანიზაციის ოპერაციების მდგრადობის დონეს. Compass აერთიანებს მაჩვენებლებს

			<p>მდგრადობის 4 ძირითადი კომპონენტის მიხედვით: N=ბუნება, E=ეკონომიკა, S=საზოგადოება, და W=კეთილდღეობა; ინსტიტუციური შეფასებისათვის იყენებს მეხუთე კატეგორიას: სინერგია. თითოეულ კატეგორიაში გამოყოფს 5-20 პარამეტრს, რომლის საშუალებათ ითვლება საბოლოო ინდექსი.</p>
9	<p>დანარჯი- სარგებლიანობის ანალიზი</p>	<p>Bill & Melinda Gates Foundation</p>	<p>ინსტრუმენტი აფასებს ინტერვენციის სარგებლიანობასა და დანახარჯებს მონეტარულ ასპექტში. დანახარჯი- სარგებლიანობის ანალიზი შეიძლება იყოს წმინდა სარგებელი, სარგებლისა და დანახარჯის თანაფარდობა ან უკუგების შიდა კოეფიციენტი.</p>
10	<p>დანარჯთა ეფექტურობის ანალიზი</p>	<p>Bill & Melinda Gates Foundation</p>	<p>ეს ინსტრუმენტი ითვლის დანახარჯთა თანაფარდობას არამონეტარულ სარგებელთან ან შედეგთან. ფოკუსირება შეიძლება მოხდეს ერთ კონკრეტული მიმართულების შედეგზე ან შედეგის მრავალ მხარეზე. თუმცა, დანახარჯთა ეფექტურობა გამოითვლება მხოლოდ პროგრამის შედეგის</p>

			ერთ კონკრეტულ მიმართულებაზე ცალ-ცალკე და ხშირ შემთხვევაში მათი შეჯამება არ ხერხდება განსხვავებული საზომი მაჩვენებლებიდან გამომდინარე.
11	Dalberg-ის მიდგომა	Dalberg Global Development Advisors	<p>მეთოდი იყენებს სტრატეგიულ საკონსულტაციო პრინციპებს გლობალური განვითარების მიზნებისა და სოციალური შედეგების გაზომვის მიზნით. იგი შედგება 3 ძირითად ვარიანტისაგან და თითოეული მათგანი ეხება კონკრეტულ სცენარს ან კლიენტს: ა) საწარმოები, რომელთაც სურთ საკუთარი სოციალური ზემოქმედების გახრდა და კომერციული მოგების მიღება; ბ) საწარმოები, რომელთაც სურთ მომგებიანობის გარკვეული დონის შენარჩუნება; გ) საწარმოები, რომლებიც ან აღწევენ ან ვერ აღწევენ კომერციულ მიზნებს, თუმცა სურთ თვით-მდგრადობის შენარჩუნება. ინფორმაციის განახლება ხდება კვარტალურად ან ყოველწლიურად.</p>

12	განვითარების პროგრამების შედეგების სისტემა (DOTS)	საერთაშორისო საფინანსო კორპორაცია (IFC)	საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის მეთოდი საკუთარი განვითარებაზე ორიენტირებული პორტფელის შესაფასებლად. აღნიშნული მეთოდოლოგია ზომავს ინვესტიციების ეკონომიკურ, სოციალურ და გარემოსდაცვით სფეროებში მიღწეულ შედეგებს.
13	ეკოლოგიური კვალი	Global Footprint Network	იგი გამოიყენება პლანეტის ბიოლოგიური შესაძლებლობების შესაფასებლად
14	საქმიანობა-შედეგი პროგრამული უზრუნველყოფა / Efforts to Outcomes (ETO) Software	Social Solutions	ETO არის ინსტრუმენტი, რომელიც ზომავს დაფინანსების შედეგს. იგი გახლავთ შესრულების მართვის პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც ეხმარება გრანტის მიმღებებს აღწერონ თავიანთი საქმიანობა და წარუდგინონ შესაბამისი ანგარიში.
15	“ბრწყინვალეების” მოდელი / Excellence Model	ხარისხის მართვის ევროპული ფონდი	ეს მეთოდი გეთავაზობს თვით-შეფასების ჩარჩოს ორგანიზაციის ძლიერი მხარეების გასაზომად.
16	მოსალოდნები უკუგება	William and Flora Hewlett Foundation	ინსტრუმენტი ითვლის ინვესტიციის უკუგების მოსალოდნელ კოეფიციენტს შემდეგი ფორმულის მიხედვით:

			სარგებელი სრულყოფილ სამყაროში ხ წარმატების მიღწევის ალბათობა ხ ფილანტროფული კონტრიბუცია/დანახარჯი
17	GiveWell მეთოდი	GiveWell	მეთოდი საშუალებას იძლევა განისაზღვროს ამა თუ იმ სფეროში მოქმედ ქველმოქმედთა რაოდენობა და მოხდეს მათი შეფასება.
18	გლობალური ინვესტირების შედეგების რეიტინგის სისტემა / Global Impact Investing Ratings System	B Lab	ინსტრუმენტი აფასებს ორგანიზაციებისა და საინვესტიციო პორტფელის სოციალურ და ეკონომიკურ შედეგს. კომპანიის შედეგების რეიტინგი არის აგრეგირებული რიცხვითი ქულა და თითოეულ კომპანიას აქვს შეფასების ვარსკვლავი კატეგორიების მიხედვით: გარემო, თემი, თანამშრომლები, მომხმარებლები/პროდუქტი და მმართველობა.
19	გლობალური ანგარიშგების ინიციატივის მე-4 სახელმძღვანელო	Global Reporting Initiative	იგი ეხმარება კომპანიებს შეაფასონ საკუთარი პოზიტიური და ნეგატიური შედეგი ეკონომიკის, სოციალურ და გარემოსდაცვით სფეროებში. სახელმძღვანელო განკუთვნილია ყველა ტიპის ორგანიზაციისა და სექტორისათვის.

20	შედგების ჩარჩო	Robert Wood Johnson Foundation	მეთოდი განსაზღვრავს კონკრეტული პროგრამის მოკლევადიან, საშუალოვადიან და გრძელვადიან მიზნებს და იყენებს შეფასების მაჩვენებლებს პროგრესის გასაზომად.
21	შედგების ანგარიშგება და ინვესტირების სტანდარტები / Impact Reporting and Investment Standards (IRIS)	The Global Impact Investing Network (GIIN)	IRIS მეთოდოლოგია გამოიყენება შედეგების გაზომვის სფეროში გამჭირვალობის, სანდოობისა და ანგარიშვალდებულების მხარდასაჭერად. იგი ზომავს ინვესტიციის ფინანსურ, სოციალურ და გარემოსდაცვით შედეგებს და გვთავაზობს ყველაზე ხშირად გამოყენებულ საზომებს სხვადასხვა სექტორებსა და დარგებში.
22	კორპორატიული თემის ინვესტიციების გაზომვა / LBG Measuring and Benchmarking Corporate Community Investment	Corporate Citizenship	ინსტრუმენტი ეფუძნება კორპორაციის თემის ინვესტიციების გაზომვასა და შეფასებას. ინფორმაცია თემის კონტრიბუციის შესახებ გროვდება ელექტრონულად და შემდეგ ხდება მისი ანალიზი მონაწილეთა ჩართულობის დონის განსაზღვრად.

23	სწავლა მოსარგებლეთთან ერთად / Learning with Constituents	Keystone Accountability	მეთოდი გულისხმობს მოსარგებლეთების უკუკავშირის შეგროვებას და მათ დოკუმენტირებას ე.წ. “ცვლილებათა ჟურნალის” ტექნიკის გამოყენებით.
24	შედგენების გაზომვის ჩარჩო / Measuring Impact Framework	მდგრადი განვითარების მსოფლიო ბიზნეს საბჭო	მეთოდი მოიცავს ზედგების გაზომვის ჩარჩოს ბუზინესისათვის. იგი განკუთვნილია სხვადასხვა სექტორისათვის და მას იყენებენ კომპანიები სოციალ შედგეთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებების მისაღების პროცესში.
25	შედგენების ანალიზისა და შეფასების მეთოდოლოგია / Methodology for Impact Analysis and Assessment (MIAA)	Investing for Good	MIAA არის მეთოდოლოგია, რომელიც ასახავს მაჩვენებლების მთელ სერიეს, რომლებსაც ორგანიზაციების იყენებენ ზემოქმედების შესაფასებლად. იგი მოიცავს სამ ძირითად მიმართულებას: 1. მისიის შესრულება; 2. მოსარგებლეთა დამოკიდებულებები/აღქმები; 3. ფართო შედეგი
26	საზომი გზამკვლევი / Metrics Guide	True Impact	მეთოდი საშუალებას აძლევს ორგანიზაციებს შეაფასონ მათი სოციალური აქტივობები გზამკვლევაში მოცემული მაჩვენებლების გამოყენებით.

27	მონიტორინგისა და შეფასების სახელმძღვანელო	CIVICUS World Alliance for Citizen Participation	სახელმძღვანელო განსაზღვრავს პროექტის ან ორგანიზაციის მონიტორინგისა და შეფასების სისტემის აწყობისა და გამოყენების მეთოდოლოგიას.
28	შედეგების რუკა / Outcome Mapping	საერთაშორისო განვითარების კვლევითი ცენტრი	შედეგების რუკა გვთავაზობს მეთოდოლოგიას, რომელიც შესაძლოა გამოყენებულ იქნას დაგეგმარების, მონიტორინგისა და შეფასების მექანიზმების შემუშავების პროცესში.
29	ინვესტიციის პოლიტიკური უკუგების კოეფიციენტი / Political Return on Investment (PROI)	Skyline Public Works	PROI არის ინსტრუმენტი, რომელიც ცდილობს გაზომოს და რაოდენობრივ პარამეტრებში გამოსახოს ორგანიზაციის ინვესტიციის პოლიტიკური უკუგების კოეფიციენტი. იგი გამოიყენება ორგანიზაციის შედეგის შესაფასებლად კონტრიბუციის გაცემამდე ან ქველმოქმედების შემდეგ. ეს ინსტრუმენტი აფასებს ექვს სექტორს: ადვოკატირება, ამომრჩეველი, იდეების გენერირება, ინფრასტრუქტურა, ლიდერობა და მედია.

30	მცირე ორგანიზაციებისათვის ხარისხის უზრუნველყოფის პრაქტიკული სისტემა/ (PQASSO)	ქველმოქმედების შეფასების მომსახურებები	PQASSO არის ხარისხის შეფასების ინსტრუმენტი, რომელიც ეხმარება ორგანიზაციას გახადოს მისი საქმიანობა უფრო ეფექტური და ეფექტიანი.
31	პრო ბონო მენეჯერი/ Pro Bono Manager	True Impact	ეს მოდული, ვებზე დაფუძნებული რესურსი წარმოადგენს ინსტრუმენტს, რომლის საშუალებითაც ხდება ორგანიზაციის ფილატროპული და მოხალისეობრივი საქმიანობების ანალიზი და შეფასება.
32	Pulse	Acumen Fund	Pulse წარმოადგენს ელექტრონულ ინსტრუმენტს, რომელიც საშუალებას აძლევს ინვესტორებს თვალყური ადევნონ მათი დაფინანსებული კომპანიების ფინანსური, ოპერაციული და სოციალური მახასიათებლების რაოდენობრივ პარამეტრებს. იგი მოიცავს ინდივიდუალ კომპანიაზე მორგებულ მატრიცებს ექვსი მიმართულებით: ინვესტორის მისიასთან შესაბამისობა, ფინანსური მდგრადობა, გაფართოების შესაძლებლობა, მართვის უნარი და ბიზნეს მოდელის ეფექტიანობა.

33	სოციალური აუდიტი	სოციალური აუდიტის ქსელი	სოციალური აუდიტი შეიძლება ჩატარდეს სამ დონეზე, თვით-აუდიტის ჩათვლით. აუდიტი იყენებს სოციალურ გათვლებს რათა განისაზღვროს ორგანიზაციის სანდოობა და მისი ზრდის პოტენციალი.
34	სოციალური შემფასებელი / Social evaluator	Social Evaluator	ელექტრონული პროგრამული უზრუნველყოფა ეხმარება ორგანიზაციებს ან პროექტებს/ინვესტიციებს შეაფასონ მათი ზემოქმედების შედეგი თითოეულ სასურველ ასპექტში.
35	სოციალური ზემოქმედების შეფასება (SIA)	გლობალური სოციალური საწარმოების კონკურსი	SIA წარმოადგენს ორგანიზაციების სოციალური ზემოქმედების/შედეგის გაზომვის საშუალებას სოციალური ინვესტორებისათვის. იგი მოიცავს სამ ძირითად ნაბიჯს: “ცვლილებათა თეორიის” საფუძველზე საწარმოს სოციალური ღირებულების შექმნის განსაზღვრა, სოციალური ღირებულების რაოდენობრივ პარამეტრებში გამოსახვა და მომავალი 10 წლის მანძილზე დაგეგმილი სოციალური მიზნების მონეტარულ ასპექტში დათვლა.

36	<p>ადგილობრივი ეკონომიკისათვის სოციალური ზემოქმედების გაზომვა / Social IMPact Measurement for Local Economies (SIMPLE)</p>	<p>ევროპული სოციალური ფონდი, ბრაიტონის უნივერსიტეტი</p>	<p>SIMPLE სოციალური ზემოქმედების გაზომვის მიდგომა წარმოადგენს მეთოდოლოგიას, რომელიც მოიცავს შედეგებზე დაფუძნებით შიდა სტრატეგიულ განხილვას საზოგადოების კეთილდღეობაში შეტანილი წვლილის უკეთ წარმოსახენად და აღსაქმელად.</p>
37	<p>სოციალური შედეგის აღმწერი / Social Impact Tracker</p>	<p>Cúnamh ICT</p>	<p>ეს ინსტრუმენტი ეხმარება ორგანიზაციების შექმნილი სოციალური ღირებულების უკეთ წარმოჩენაში. იგი არის ელექტრონული მონაცემთა ბაზის აპლიკაცია, რომელიც მოიცავს რესურსებს, შედეგებსა და სოციალურ ზემოქმედებას.</p>
38	<p>სოციალური ინვესტირების რისკის შეფასება / Social Investment Risk Assessment (SIRA)</p>	<p>Hunter Consulting LLC</p>	<p>ინსტრუმენტი აწყობილია კითხვარის სახით, რომელიც საშუალებას აძლევს ორგანიზაციებს შეაფასონ სოციალური ღირებულების მიღწევის ალბათობა. იგი მოიცავს სამ ძირითად მიმართულებას: ტაქტიკური მონაცემების გამოყენება, სტრატეგიული მონაცემების გამოყენება და პროგრამული ღირებულება – ამ სამი</p>

			კომპონენტის შერწყმით ხდება რისკისა და ალბათობის განსაზღვრა.
39	სტრატეგიული დაგეგმარება, შეფასება და ცოდნის გაზიარება / SPEAK (Strategic Planning, Evaluation and Knowledge Networking)	Nexus	სისტემა წარმოადგენს ინსტრუმენტს, რომელიც ორგანიზაციებსა და პროექტებს სთავაზობს თვით-შეფასებას, რესურსებისა და შედეგების უკეთ განსაზღვრას და სტრატეგიული მიზნების მიღწევადობის გაზომვას.
40	ინვესტიციის სოციალური უკუგების კოეფიციენტი (SROI)	REDF	შედეგზე-ორიენტირებული მეთოდი, რომელიც მიზნად ისახავს ორგანიზაციების სოციალური, გარემოსდაცვითი და ეკონომიკური შედეგების რაოდენობრივი მაჩვენებლების განსაზღვრას. იგი შედგება 6 მოდულისაგან: საწარმოო ღირებულება, სოციალური მიზნის ღირებულება, შერეული ღირებულება, საწარმოს უკუგების ინდექსი, სოციალური მიზნის უკუგების ინდექსი და შერეული უკუგების ინდექსი.
41	ინვესტიციის სოციალური უკუგების კოეფიციენტი (SROI)	SROI ქსელი	SROI არის მეთოდი, რომელიც მიზნად ისახავს სოციალური მიზნისათვის რაოდენობრივი ნიშნულის მინიჭებას თითოეული შედეგისათვის ღირებულების განსაზღვრით.

42	ინვესტიციის სოციალური უკუგების კოეფიციენტის (SROI) ჩარჩო დოკუმენტი	ESROIN წევრები და სხვები	ეს მეთოდი მოიცავს ინვესტიციის არაფინანსური სედგის გაზომვის სახელმძღვანელოს. იგი შედგები ოთხო ძირითადი ეტაპისაგან: დაგეგმვა, განხორციელება, ანგარიშგება და კორექტირება.
43	გამარტივებული ინვესტიციის სოციალური უკუგების კოეფიციენტი (SROI Lite)	Santa Clara University GSBI™	ამ მეთოდის ფარგლებში თხოვენ მენეჯერებს დაასახელონ ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი შედეგი, რომელიც მათ მიაღწიეს და მისი შექმნის თვითღირებულება.
44	ინვესტიციის სოციალური უკუგების კოეფიციენტის (SROI) - სახელმძღვანელო	SVT ჯგუფი	იგი გვთავაზობს მეთოდოლოგიას, რომელსაც იყენებენ როგორც კომპანიები ისე ინვესტორები. დავთაპირველად ხდება ერთი ან მეტი გაწომვადი “მიღწევადი შედეგის” განსაზღვრა, შემდეგ შესაბამისი ინდიკატორების დასახვა და მისი პროგრესის მონიტორინგ. შეგროვებული ინფორმაცია ისახება SROI მონაცემთა ბაზაში და ხდება მისი ანალიზი.

45	წარმატების შეფასების მონაცემთა შისტემა / Success Measures Data System (SMDS)	NeighborWorks America	არის შედეგზე-დაფუძნებული შეფასების მეთოდი, რომელიც გამოიყენება პროგრამების სრულ-მასშტაბიანი შეფასებისათვის. იგი მოიცავს ინსტრუქციებს, თუ როგორ უნდა მოხდეს მონაწილეობრივი შეფასების დიზაინი, გვთავაზობს მონაცემთა შეგროვების ინსტრუმენტს, სახელმძღვანელო კითხვარებს და ანალიზის ჩარჩოს.
46	B შედეგების რეიტინგული სისტემა	B Lab	B შედეგების რეიტინგული შისტემა არის დინამიური შეფასების ინსტრუმენტი, რომლის საშუალებითაც ხდება სოციალური და გარემოსდაცვითი შედეგების გაზომვა. იგი შედგება ორი ნაწილისაგან. შედეგების შეფასება და შედეგების ანგარიში. შედეგების შეფასების ნაწილი არის უფასო, ვებზე დაფუძნებული პლატფორმ, რომელსაც იყენებენ მცირე და საშუალო ზომის ბიზნესები და რომლის შევსება შესაძლებელია 60-90 წუთში. იგი შედგება 60-200 კითხვისაგან და გაყოფილია 5 სფეროდ: ლიდერობა, თანამშრომლები,

			მომხარებლები, თემი და გარემო. თითოეული მათგანო შედგება 15 ქვე-კატეგორიისაგან. კითხვარის შევსების შემდეგ ხდება ანგარიშის შეჯამებული ვერსიის წარმოდგენა.
47	ფართო სურათი / The Big Picture	მოსახლისეობრივი ორგანიზაციების შოტლანდიური საბჭო	ინსტრუმენტი, რომელიც ორიენტირებულია ორგანიზაციების განვითარებაზე მათი სუსტი და ძლიერი მხარეების გამოვლენით.
48	შუჯოგის შედეგების ჩარჩო და შეფასება / The Shujog Impact Framework and Assessment	Impact Investment Shujog	მეთოდოლოგია, რომელიც გამოიყენება სოციალური საწარმოს სოციალური და გარემოსდაცვითი ზემოქმედების შესაფასებლად.
49	ცვლილებათა თეორია / Theory of Change Community	ActKnowledge	მეთოდოლოგია, რომელიც გამოიყენება ორგანიზაციის მიერ დაგეგმილი სოციალური შედეგების ლოგიკური ჯაჭვის ასაგებად და შემდეგ შესაბამისი ინდიკატორების განსასაზღვრად.
50	მოსახლისეობრივი ინვესტიცი უკუგების კოეფიციენტის აღმწერი / Volunteerism ROI Tracker	True Impact (with Points of Light/HandsOn Network)	ვებზე დაფუძნებული მეთოდი აანალიზებს სოციალური პროგრამების სოციალურ და ბიზნესთან-დაკავშირებული ინვესტიციების უკუგების კოეფიციენტს. იგი საშუალებას აძლევს მომხმარებელს

		განალიზონს მომსახურების ღირებულება და სთავაზობს კონკრეტულ ღონისძიებებს მათი საქმიანობის შედეგების გასაუმჯობესებლად.
--	--	---

ცხრილი 4: სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიების აღწერა

წყარო:

http://trasi.foundationcenter.org/search_results.php?approach_tool=Tools&approach_method=Methods&Eval_Purp_Assessment=Assessment&Who_social_enterprise=Yes&Sector_Specified=General%20sector%20applicability&type_impact_Social=Social&Impact_Impact=Impact&Impact_Outcomes=Outcomes&Impact_Outputs=Outputs

თავი 2. სოციალური მეწარმეობის გარემო და მხარდაჭერი მექანიზმები საქართველოში

2.1 სოციალური საწარმოს იურიდიული ფორმები

საქართველოში სოციალური საწარმოებისათვის არ არის დადგენილი სპეციფიური იურიდიული ფორმა. აქედან გამომდინარე, თეორიულად, შესაძლებელია, რომ ნებისმიერი სამეწარმეო, თუ არასამეწარმეო სუბიექტის ფორმით დაფუძნებულმა სუბიექტმა განახორციელოს სოციალური მეწარმეობა. თუმცა, პრაქტიკაში დომინირებს არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირისა და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების ფორმით დაფუძნებული სოციალური საწარმოები.

მოკლედ, განვიხილოთ ასეთი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების სპეციფიკა:

არასამეწარმეო იურიდიული პირი წარმოადგენს იურიდიული პირის განსაკუთრებულ ფორმას. ა(ა)იპ-ის სხვა იურიდიული პირებისაგან განმასხვავებელი ძირითადი ნიშანი, კერძო სამართლის თვალსაზრისით, არის ის, რომ იგი არ არის კომერციული საქმიანობის საწარმოებლად და მატერიალური სარგებლის მიღების მიზნით შექმნილი ორგანიზაცია.

არასამეწარმეო იურიდიული პირი უფლებამოსილია, განახორციელოს ნებისმიერი საქმიანობა, რაც კანონით აკრძალული არ არის, მიუხედავად იმისა, არის, თუ არა, ეს საქმიანობა მისი სადამფუძნებლო დოკუმენტებით გათვალისწინებული.

მიუხედავად იმისა, რომ არასამეწარმეო იურიდიული პირი, თავისი არსით, არ შეიძლება იყოს კომერციულ საქმიანობაზე ორიენტირებული, მას უფლება აქვს, ეწეოდეს დამხმარე ხასიათის სამეწარმეო საქმიანობას. ასეთი საქმიანობიდან მიღებული მოგება უნდა მოხმარდეს არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის მიზნების რეალიზებას და მისი განაწილება არასამეწარმეო იურიდიული პირის დამფუძნებლებს, წევრებს, შემომწირველებს, აგრეთვე ხელმძღვანელობისა და წარმომადგენლობითი უფლებამოსილების მქონე პირებს შორის დაუშვებელია.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი იმპერატიულად ადგენს, რომ არასამეწარმეო იურიდიული პირი არსებითად არ უნდა გადავიდეს სამეწარმეო საქმიანობაზე, ანუ, მისი ძირითადი აქტივობა და მიზანი არ უნდა შეცვალოს კომერციულმა საქმიანობამ

და მოგების მიღების დანიშნულებამ. არასამეწარმეო იურიდიული პირის შექმნისა და ფუნქციონირების დანიშნულება, პირველ ყოვლისა, არის არაკომერციული ხასიათის საქმიანობა და რაიმე განსაზღვრული მიზნის მისაღწევად მოქმედება. ასეთი ორგანიზაციები, ძირითადად, საზოგადოებისათვის სასარგებლო შედეგების მიღებისთვის იქმნება. ზოგადად, კი,

არასამეწარმეო იურიდიული პირის საქმიანობის მიზანი შეიძლება იყოს ნებისმიერი რამ, რაც კანონით არ არის აკრძალული და არ ეწინააღმდეგება მოქმედ სამართალს.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი არ განმარტავს იმას, თუ რა ითვლება სამეწარმეო საქმიანობაზე არსებითად გადასვლად. თუმცა, ამ დებულების ძირითადი არსი გახლავთ ის, რომ არაკომერციული იურიდიული პირის ფუნქციონირების მთავარი დანიშნულება უნდა იყოს საზოგადოებრივად სასარგებლო მიზნების განხორციელება და არა, მისი ხელმძღვანელების მიერ მოგების მიღება.

ამავე შინაარსით განმარტავს საქართველოს უზენაესი სასამართლო „სამეწარმეო საქმიანობაზე არსებითად გადასვლას“, 2001 წლის 28 ნოემბერს გამოტანილ გადაწყვეტილებაში №3კ/939-01. კერძოდ, სასამართლო აღნიშნავს, რომ როცა სასამართლო ორგანიზაციის რეგისტრაციას აუქმებს დამხმარე სამეწარმეო საქმიანობაზე გადასვლის ნიშნით, „უნდა გაითვალისწინოს ისიც, რომ რეგისტრაციის გაუქმება მხოლოდ მაშინაა დასაშვები, როცა ეს ორგანიზაცია არსებითად გადავიდა სამეწარმეო საქმიანობაზე (კავშირს პრინციპულად აქვს კომერციული საქმიანობის განხორციელების უფლება. ასეთი საქმიანობით მიღებული შემოსავალი მათ მიზნებს უნდა ამართლებდეს). აღნიშნულს კი, მაშინ ექნება ადგილი, როცა დადგინდება, რომ სამეწარმეო საქმიანობით მიღებული მოგება კავშირის წევრებს შორის ნაწილდება: მოცემულ შემთხვევაში, სააპელაციო სასამართლოს არ დაუდგენია, რომ კავშირი არსებითად გადავიდა სამეწარმეო საქმიანობაზე. უფრო მეტიც, სააპელაციო სასამართლოს ისიც კი არ დაუდგენია, კავშირის წესდებაში მითითებული სამეწარმეო საქმიანობა კავშირისათვის დასაშვებ საქმიანობად შეიძლება ჩათვლილიყო, თუ არა და თუ არ ჩაითვლებოდა, რა ნიშნით.“ აღნიშნულიდან გამომდინარე, არასამეწარმეო იურიდიული პირისათვის, სამეწარმეო საქმიანობა უნდა იყოს დამატებითი საქმიანობა, რომლის მიზანი ძირითადი საწესდებო (საზოგადოებრივად სასარგებლო) ფუნქციების ფინანსური უზრუნველყოფაა. ამასთან, არ აქვს მნიშვნელობა, თუ რა პროპორცია იქნება

დამხმარე ეკონომიკური საქმიანობიდან გენერირებულ შემოსავლებსა და გრანტის/შემოწირულობის ფორმით მიღებულ თანხებს შორის.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე დაფუძნებული სამეწარმეო იურიდიული პირია. აღნიშნული კანონის თანახმად, „შპს არის საზოგადოება, რომლის პასუხისმგებლობა მისი კრედიტორების წინაშე შემოიფარგლება მთელი მისი ქონებით. ასეთი საზოგადოების დაფუძნება შეუძლია ერთ პირსაც.“

შპს-ს კაპიტალი დაყოფილია წილებად. წილი არის მიმოქცევადი უფლება.

შპს ორგანიზაციული მოწყობის თვალსაზრისით, საკმაოდ მარტივი და მოქნილი სტრუქტურის იურიდიულ-სამართლებრივი ფორმაა. მისი მართვის, სტრუქტურის, ორგანიზაციული მოწყობის და სხვა საკითხები განისაზღვრება დამფუძნებელთა შეთანხმებით (წესდებით). კანონი შპს-ს სტრუქტურისა და მართვის თვალსაზრისით, მხოლოდ მინიმალურ მოთხოვნებს ადგენს.

შპს-ს პარტნიორთა უფლება-მოვალეობები და წილების თავდაპირველი განაწილების წესი განისაზღვრება საწარმოს წესდებით (პარტნიორთა შეთანხმებით).

მიუხედავად იმისა, რომ ა(ა)იპ და შპს ორგანიზაციული სტრუქტურის, მართვის, მოწყობის, ხელმძღვანელთა და სხვა პირთა უფლება-მოვალეობების მოწესრიგების თვალსაზრისით, საკმაოდ მარტივი და მოქნილი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებია, ვერც ერთი მათგანი ვერ უზრუნველყოფს სოციალურ მეწარმეობის იდეის სრულად განხორციელებას დაბრკოლებების გარეშე.

ა(ა)იპ-ის პრობლემა, ამ თვალსაზრისით, არის ის, რომ საქართველოს კანონმდებლობით, არასამეწარმეო იურიდიული პირი არ განიხილება შემოსავალზე ორიენტირებულ ორგანიზაციად. ასეთ დაწესებულებას ეკრძალება დივიდენდის განაწილება და ამავდროულად, ვერ სარგებლობს საგადასახადო შეღავათებით მოგების რეინვესტირების შემთხვევაში. მისი იურიდიული ფორმა ვერ ქმნის საკმარის გარანტიებს კრედიტორებისთვის, რაც ართულებს სესხზე და ინვესტიციებზე ორგანიზაციის წვდომას. ასეთი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა დადგენილია ყველა ტიპის საზოგადოებრივი ორგანიზაციისათვის, რაც მას ვერ ანიჭებს საზოგადოებრივ აღქმას, რომ ის სოციალური საწარმოა.

ა(ა)იპ-ის მიერ სამეწარმეო საქმიანობის წარმოების შემთხვევაში, ასევე პრობლემას წარმოადგენს გადასახადების გამიჯვნა იმ შემოსავლებზე/ხარჯებზე, რომლებიც სოციალური მიზნებისთვის იქნა მიღებული/გაწეული და რომლებიც დამხმარე ეკონომიკურ საქმიანობას უკავშირდება და ა.შ. მაგალითად, ორგვარი შემოსავლის არსებობის პირობებში (დაბეგვრადი და არადაბეგვრადი), ა(ა)იპებს ურთულდებათ, სწორად გამოითვალონ ის დრო, თუ როდის გამოიყენება ცალკეული რესურსი (მაგ. კონფერენციის დარბაზი) ეკონომიკური საქმიანობისათვის და როდის – საქმიანობისათვის, რომელიც საგადასახადო შეღავათებით სარგებლობს.

რაც შეეხება შპს-ს ასეთი იურიდიულ-სამართლებრივი ფორმა ვერ უზრუნველყოფს სოციალური მიზნების საფუძველშივე ინტეგრირებას. იგი საზოგადოებაში აპრიორი აღიქმება სამეწარმეო სუბიექტად. კანონმდებლობით, შპს არ არის გრანტის მიმღები სუბიექტი. საგადასახადო კოდექსით კი, შპს-ს მიერ გაწეული ხარჯი, რომელიც ეკონომიკურ საქმიანობას არ უკავშირდება (სოციალური ხარჯები) იბეგრება მოგების გადასახადით. შპს, ასევე ვერ სარგებლობს იმ საგადასახადო შეღავათებით, რომელიც სხვადასხვა სოციალურ მიზნებს უკავშირდება. შპს-ს ფორმით დაფუძნებული საწარმოები, ასევე ვერ მონაწილეობენ ისედაც მწირ სახელმწიფო პროგრამებში, რომელიც სოც. მეწარმეობის განვითარებას ისახავს მიზნად.

სოციალური მეწარმეობის განვითარებისათვის ერთ-ერთ იურიდიულ ფორმად შეგვიზღია განვიხილოთ სასოფლო კოოპერატივი. საქართველოს კანონი სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების შესახებ განსაზღვრავს კოოპერატივს, როგორც „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, კოოპერატივის სამართლებრივი ფორმით დაფუძნებულ კერძო სამართლის იურიდიულ პირს, რომელიც ახორციელებს სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობას და რომელსაც ამ კანონის შესაბამისად მინიჭებული აქვს სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივის სტატუსი.

2.2 სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი სისტემები

საქართველოში არ არსებობს სოციალური მეწარმეობის სფეროსა და სოც. მეწარმეების მხარდაჭერაზე უშუალოდ პასუხისმგებელი სამთავრობო უწყება ან სააგენტო. ასევე, არც ერთი მოქმედი სამინისტროს დებულებაში არ არის მოხსენიებული სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული ფუნქცია-მოვალეობები.

საქართველოში, ასევე არ არსებობს სახელმწიფო ან მუნიციპალური ფონდები, რომლებიც სპეციფიურად სოციალური მეწარმეებისათვის გამოჰყოფს სუბსიდიებს, გასცემს სესხებს ან გრანტებს, ან რაიმე ფორმით უზრუნველყოფს მათი შესაძლებლობების ზრდას.

ქვეყანაში, ასევე არ არსებობს ინსტიტუციები, რომლებიც სოციალურ მეწარმეებს სესხების მიღებაში დაეხმარებოდა ან რაიმე ტიპის ფინანსურ გარანტიებს უზრუნველყოფდა მათთვის.

მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო დროს პრაქტიკაში შეიმჩნევა სხვადასხვა უწყებების მხრიდან სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი ცალკეული ინიციატივების განხორციელების ტენდენცია, ასეთ უწყებებს სოციალური მეწარმეობის დასახმარებლად უწევთ თავიანთი უფლებამოსილებების, ზოგადი საბიუჯეტო პროგრამებისა და მრავლისმომცველი პროექტების მორგება სოციალურ საწარმოებზე და ამ ინიციატივების ზოგადი ქოლგის ქვეშ განხორციელება. ქვემოთ, მოკლედ განვიხილავთ ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერაზე ორიენტირებული პროექტების მაგალითებს:

სსიპ „ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდი

საქართველოს საჯარო სექტორში სოციალური მეწარმეობის განვითარებაზე ორიენტირებული პროექტების განხორციელების თვალსაზრისით, უპირობო ლიდერი სსიპ „ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდია“. იგი ამჟამად, საქართველოს სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტროს მიერ დაფუძნებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირია. თუმცა, მისი დაფუძნება 2000 წელს საქართველოს ახალგაზრდობის სახელმწიფო დეპარტამენტის მიერ განხორციელდა.

ფონდის მიზანი ბავშვთა და ახალგაზრდული კავშირების მხარდაჭერა, ახალგაზრდული ინიციატივების წახალისება, მათ მიერ დაგეგმილი პროექტების დაფინანსება, ღონისძიებების ორგანიზება და განხორციელებაა.

ბოლო რამდენიმე წელია „ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდის“ ერთ-ერთი მთავარი პროგრამული პრიორიტეტი სოციალური მეწარმეობის განვითარებაა. ფონდი იყო პირველი სახელმწიფო ორგანიზაცია, რომელმაც სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით, ახალგაზრდული არასამთავრობო ორგანიზაციებისთვის გამოაცხადა საგრანტო კონკურსები. 2013 წლიდან 2016 წლამდე ფონდმა 210 პროექტი დააფინანსა, მათ შორის 42 სოციალური საწარმოა.

სოციალური მეწარმეობის კუთხით, ფონდი აკადემიურ ღონისძიებებსაც აფინანსებს, რათა ეს მიმართულება კიდევ უფრო შესწავლილი და პოპულარული გახდეს საქართველოში. ამის მაგალითია სხვადასხვა თემატური საზაფხულო სკოლები და ტრენინგები თემაზე: „სოციალური მეწარმეობა და სოციალური ინოვაციები“.

ტრენინგები განკუთვნილია იმ ორგანიზაციებისათვის, რომელთაც სურვილი აქვთ, მიიღონ მონაწილეობა ფონდის საგრანტო კონკურსში. ტრენინგის თემატიკა მოიცავს სოციალური საწარმოს დაფუძნების და ფუნქციონირების სამართლებრივ ასპექტებს, საგადასახადო საკითხებს და პრაქტიკულ რჩევებს სოც. საწარმოთა მართვისა და განვითარებისთვის.

ფონდი თანამშრომლობს სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით მომუშავე საერთაშორისო და ადგილობრივ ორგანიზაციებთან, ასევე მონაწილეობს ამ სფეროში საკანონმდებლო ინიციატივების შემუშავებაშიც.

მიუხედავად „ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდის“ მიერ განხორციელებული მნიშვნელოვანი ინტერვენციებისა, ამ ორგანიზაციის ფინანსური რესურსები მწირია და ისინი უშუალოდ სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიზნებს არ უკავშირდება. სოციალური მეწარმეობა ფონდის მიერ განიხილება ახალგაზრდობის მხარდაჭერის, ინოვაციის ხელშეწყობისა და დასაქმების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მექანიზმად. სწორედ ამ ზოგადი პრიორიტეტის ფარგლებში ხდება სოციალური საწარმოების დაფინანსება.

ფონდის ფუნქციებში არ შედის უშუალოდ სოციალური საწარმოების სფეროში ინტერვენცია, მათი სუბსიდირება ან სექტორთან მიმართებით სხვა მიზნობრივი პროგრამების განხორციელება.

საქართველოს სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო

საქართველოს სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტრო სოციალურ მეწარმეობას განიხილავს, როგორც მსჯავდებულთა რესოციალიზაციისა და დასაქმების ერთ-ერთ საშუალებას.

2015 წელს სამინისტროს დაქვემდებარებულ თავისუფლების შეზღუდვის დაწესებულებაში სოციალური საწარმო - ხის გადამამუშავებელი საამქრო გაიხსნა. ამ პროექტის განხორციელება პრობაციის ეროვნული სააგენტოსა და მიგრაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის თანამშრომლობის ფარგლებში დაიწყო. ორწლიანი პროექტის ფარგლებში, რომელის ბიუჯეტი 98 500 შვეიცარულ ფრანკს შეადგენდა, მოეწყო ხის გადამამუშავებელი საამქრო, სადაც 2 წლის განმავლობაში, 6 თვიანი შუალედით, სულ მცირე 25 ყოფილი ნარკომომხმარებელი პრობაციონერი, მიგრანტი ან პოტენციური მიგრანტი დასაქმდა.

მოგვიანებით, თავისუფლების შეზღუდვის დაწესებულებაში გაიხსნა პურის საცხობი და მაკარონის მწარმოებელი ქარხანა, სადაც თავისუფლებაშეზღუდული პირები არიან დასაქმებულნი. ამ საწარმოებში დამზადებული პროდუქციის რეალიზება პენიტენციურ დაწესებულებებში ხდება. პურის საცხობ საწარმოში დასაქმებულია 8 მსაჯვრდებული. მაკარონისა და ვერმიშელის საწარმოშიც, ასევე, 8 მსაჯვრდებულია დასაქმებული.

აღნიშნული თავისუფლების შეზღუდვის დაწესებულების ძირითად მიზანს მსჯავრდებულების საზოგადოებაში რეინტეგრაცია, რეაბილიტაცია და გათავისუფლებისთვის მომზადება წარმოადგენს.

სასჯელაღსრულებისა და პრობაციის სამინისტროს ინტერესი სოციალური მეწარმეობის მიმართ, ამ ეტაპზე, მხოლოდ მსჯავდებულთა რესოციალიზაციისა და დანაშაულის პრევენციის მიზნებით შემოიფარგლება და ისიც, მხოლოდ და მხოლოდ, მის მიერ ადმინისტრირებადი დაწესებულებების ფარგლებში. სამინისტროს არ აქვს მიზნობრივი პროგრამები ან სახსრები, რათა სოციალური მეწარმეების დაფინანსება

ან მათზე გრანტის გაცემა განახორციელოს. ამ სამინისტროს კომპეტენცია, ასევე შეზღუდულია სექტორში ინტერვენციის თვალსაზრისით.

საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო

მსჯავდებულთა რესოციალიზაციის, დანაშაულის პრევენციისა და ყოფილ ნარკომომხმარებელთა რეაბილიტაციის ეფექტურ ბერკეტად განიხილავს სოციალურ მეწარმეობას საქართველოს იუსტიციის სამინისტროც.

სამინისტროს დაფუძნებული აქვს 2 სოციალური საწარმო, რომელშიც დასაქმებული არიან ყოფილი მსჯავდებულები და ასევე, ყოფილი ნარკომომხმარებლები.

აღსანიშნავია, რომ იუსტიციის სამინისტროსა და სასჯელაღსრულების სამინისტროში სოციალური საწარმოები საერთაშორისო ორგანიზაციების - მიგრაციის საერთაშორისო ორგანიზაციისა და მიგრაციის საკითხებში შევიცარიის ფედერალური ოფისის - მხარდაჭერით დაფუძნდა.

იუსტიციის სამინისტროს პროგრამები, სასჯელაღსრულების სამინისტროს მსგავსად, სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით, ძალზე შეზღუდულია. იგი შემოიფარგლება სტრუქტურის შიგნით სოციალური საწარმოების დაფუძნებითა და ფუნქციონირებით. იუსტიციის სამინისტრო არ აწარმოებს ცალკეგომ, მიზანმიმართულ პროგრამებს, რომელთა მიზანი სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერა, მათი ინსტიტუციური განვითარება ან ფინანსური მდგრადობის უზრუნველყოფაა.

აქვე, უნდა აღინიშნოს, რომ იუსტიციის სამინისტროს მიერ დაფუძნებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - დანაშაულის პრევენციის ეროვნული ცენტრის დებულება პირდაპირ ითვალისწინებს სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობის ფუნქციებს. კერძოდ, დებულების მე-11 მუხლში აღნიშნულია, რომ ყოფილ პატიმართა რეაბილიტაციისა და რესოციალიზაციის სამმართველო, სხვა მიმართულებებთან ერთად, უზრუნველყოფს „ყოფილი პატიმრების დასაქმების მიზნით, სოციალური საწარმოების შექმნისა და ეფექტური ფუნქციონირების ხელშეწყობას.“

მიუხედავად იმისა, რომ იუსტიციის სამინისტროს უფლებამოსილებები საკმაოდ ფართოა და მრავალმხრივ კვეთს სოციალური საწარმოების სამოქმედო გარემოს განვითარების სფეროს, სამინისტროს არ გააჩნია არც ერთი სპეციფიური პროგრამა, რომელიც სექტორის განვითარებაზე იქნებოდა ორიენტირებული. იუსტიციის

სამინისტროს როლი გადამწყვეტია სოციალური მეწარმეობის ინსტიტუციონალიზაციისა და საკანონმდებლო გარემოს ჩამოყალიბებისათვის. თუმცა, ამ მხრივ, უწყებას არ გააჩნია მიზნობრივი სტრატეგია და პროგრამები.

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო მართალია, არ აწარმოებს სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერ სპეციალურ პროგრამებს, თუმცა, მის მიერ ადმინისტრირებადი პროექტების ბენეფიციარებს შორის სოციალური მეწარმეებიც არიან.

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო აწარმოებს მეწარმეობის მხარდამჭერ სხვადასხვა პროგრამებს. მაგალითად, „აწარმოე საქართველოში“, „მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობის პროგრამა“ და სხვ. ასეთი პროგრამების ფარგლებში სამინისტრო უზრუნველყოფს სტარტაპების დაფინანსებას, სესხების ხელმისაწვდომობას მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის, სესხის უზრუნველყოფას (თავდებობას) მსხვილი ბიზნესისათვის, საწარმოების გადაიარაღების, განვითარების მხარდაჭერასა და სხვ.

ასეთი პროგრამის მოსარგებლებები შეიძლება გახდნენ საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოებიც, რომლებიც პროგრამის კრიტერიუმებს აკმაყოფილებენ და შესაბამის კონკურსს წარმატებით გაივლიან.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესის მხარდამჭერი ზოგადი პროგრამების ფარგლებში სოციალური მეწარმეები ნაკლებად ხელსაყრელ მდგომარეობაში არიან, ვინაიდან, მათ ხშირად უჭირთ კონკურენცია გაუწიონ ბიზნეს ორგანიზაციებს, რომლებსაც ბევრად განვითარებული ინფრასტრუქტურა და ქონებრივი გარანტიები გააჩნიათ კონკურსში მონაწილეობისას. ამასთან, ოფიციალური მეწარმეები თავისი საქმიანობის დროს უფრო მეტად სოციალური მისიის შესრულებაზე არიან ორიენტირებული, ვიდრე მოგების ზრდაზე, ეს უკანასკნელი კი, ხშირად კონკურსისას ერთ-ერთ კრიტერიუმად გვევლინება. სოციალური მეწარმეების ნაწილს ბარიერად ევლინება ის ფაქტიც, რომ ისინი ხშირად არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის ფორმით არიან დაფუძნებული.

ეკონომიკის სამინისტროს არ გააჩნია არც ერთი მიზნობრივი პროგრამა, რომელიც უშუალოდ სოციალური მეწარმეობის განვითარებასა და სექტორის გაძლიერებაზე იქნებოდა ორიენტირებული.

საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო

საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მსგავსად, აწარმოებს პროექტებს, რომელთა მიზანი ზოგადად, მეწარმეობის ხელშეწყობა, კერძოდ კი, სოფლის მეურნეობის დარგის მეწარმეთა წახალისებაა.

სოფლის მეურნეობის სამინისტრო ხელს უწყობს კოოპერატივების ჩამოყალიბებას, რომლებიც შეგვიძლია განვიხილოთ სოციალური საწარმოს ერთ-ერთ ფორმად. დღესდღეობით საქართველოში 1291 კოოპერატივი ფუნქციონირების საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში⁵⁴.

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის განვითარებაში მთავარი და უდიდესი წვლილი საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და ადგილობრივ არასამთავრობო სექტორს მიუძღვის.

სოციალური მეწარმეობის დიდი ნაწილი საერთაშორისო ორგანიზაციებისგან მიღებული გრანტებით ან ქვე-გრანტებით ფინანსდება.

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის პოპულარიზაციაც დონორი ორგანიზაციების ხელშეწყობით დაიწყო. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში არსებობდა დასაქმებაზე, შშმ პირების დახმარებაზე და სხვა მოწყველადი ჯგუფების ხელშეწყობაზე ორიენტირებული ბიზნესები (უმეტესწილად კოოპერატივები), ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის იდეის შესახებ საზოგადოებრივი ცნობიერების დონე ძალზედ დაბალი იყო. ეს უმეტესწილად, განპირობებული იყო იმით, რომ დამოუკიდებლობის აღდგენამდე საქართველოს მოუწია ყოფილიყო ეკონომიკური სისტემის ნაწილი, სადაც საბაზრო ეკონომიკა და დამოუკიდებელი ბიზნეს ორგანიზაციები არ არსებობდა.

⁵⁴ სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარების სააგენტო
<http://acda.gov.ge/index.php/geo/static/118>

საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და ადგილობრივი სამოქალაქო სექტორის მიერ განხორციელებული პროექტებისა და ღონისძიებების შედეგად, დღესდღეობით სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია საქართველოში საკმაოდ პოპულარულია და თანდათანობით იზრდება ასეთი საწარმოების რიცხვი. აღსანიშნავია, რომ საქართველოში, ასევე შექმნილია „სოციალური მეწარმეობის ცენტრი“, რომელიც

სოციალურ მეწარმეებს კონსულტაციებით, ტრენინგებით და სხვა სახის მხარდაჭერით უზრუნველყოფს. ცენტრის ადმინისტრირება „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ (CSRDG) მიერ ხორციელდება. ეს ორგანიზაცია, ასევე აცხადებს საგრანტო კონკურსებს დამწვები და მოქმედი სოციალური მეწარმეებისათვის, შეიმუშავებს განვითარების კონცეფციებსა და სამოქმედო გეგმებს.

სოციალური საწარმოების დაფუძნებას და სტარტაპ იდეებს ძირითადად, საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციები და ადგილობრივი არასამთავრობო სექტორი აფინანსებს. სოციალურ მეწარმეთა კვალიფიკაციის ამაღლებაზე და გადამზადებაზეც, ძირითადად, ეს აქტორები ზრუნავენ.

საქართველოში სუსტად არის განვითარებული სოციალურ საწარმოთა ქსელიც, რომელიც გამოცდილების გაზიარებას და ურთიერთსწავლებას შეუწყობდა ხელს. ამ პრობლემის აღმოსაფხვრელად 2016 წლის ბოლოს შეიქმნა „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“, რომელიც 25-მდე სოციალურ საწარმოს აერთიანებს. ალიანსის მიზანია ხელი შეუწყოს სოციალური მეწარმეობის სფეროს განვითარებას საქართველოში და ასეთ მეწარმეებს შორის თანამშრომლობასა და ურთიერთდახმარებას.

ბიზნეს ორგანიზაციების დაინტერესებაც სოციალური მეწარმეობის მიმართ ძალზედ დაბალია. ამის მიზეზი, პირველ ყოვლისა, ის არის, რომ მათ არ აქვთ საკმარისი ინფორმაცია ამ სფეროს შესახებ. ამასთან, შესაბამისი კანონმდებლობის არარსებობა სექტორს ნაკლებად მიმზიდველს და არასტაბილურ იმიჯს უქმნის, მათ შორის, სოციალური მიზნების განხორციელების გარანტიების არ არსებობის გამო.

2016-2017 წლებში, საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და ადგილობრივი არასამთავრობო სექტორის ადვოკატირების შედეგად, მოხერხდა პირველი პრეცედენტების შექმნა, როდესაც ბიზნეს ორგანიზაციებს სოციალური მეწარმეობის განვითარებაში წვლილი შეაქვთ. ქვემოთ, ჩვენ განვიხილავთ ასეთ წარმატებულ მაგალითს:

კერძო ინიციატივა - სოციალური მეწარმეობა - ინოვაციური მიდგომა ეკონომიკური და სოციალური ცვლილებებისთვის - 2016 - 2018

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრი და საქართველოს „არბაითერ-სამარიტერ-ბუნდი“, მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია „კრისტალის“ პარტნიორობით, ახორციელებენ პროექტს „სოციალური მეწარმეობა - ინოვაციური მიდგომა ეკონომიკური და სოციალური ცვლილებებისთვის 2016-2018“. პროექტი დაფინანსებულია ევროკავშირის მიერ.

პროექტის მიზანია, სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობით უზრუნველყოს საზოგადოებრივი ორგანიზაციების შესაძლებლობების გაზრდა, რათა მათ უკეთ შეძლონ სოციალური და გარემოსდაცვითი მიზნების მიღწევა და მოწვევადი ჯგუფების ეკონომიკური გაძლიერება.

პროექტის პარტნიორი მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია „კრისტალის“ ხელშეწყობით მოხდება სოციალური საწარმოებისთვის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა: „კრისტალი“ სოციალურ საწარმოებს მათზე მორგებულ საკრედიტო პროდუქტებს შესთავაზებს, რაც მათ პოტენციალის რეალიზებასა და საქმიანობის სტაბილურობის მიღწევაში დაეხმარებათ.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალური საწარმოების დეფინიციის არარსებობის პირობებში, ორგანიზაცია კრისტალისთვის დიდ სირთულეს წარმოადგენს პროექტის ფარგლებში სოც. საწარმოების გამორჩევა სხვა იურიდიული პირებისაგან.

პროექტის მთავარი მიზნის მისაღწევად დასახულია სამი ძირითადი ამოცანა:

ამოცანა 1: სოციალური საწარმოების საჭიროებებზე მორგებული ექსპერტული მხარდაჭერის და ინსტიტუციური გაძლიერების სერვისების ხელმისაწვდომობის გაზრდა.

ამოცანა 2: სოციალური საწარმოებისთვის განვითარების ხელშეწყობი გარემოს შექმნა

ამოცანა 3: სოციალურ საწარმოთა ინტერესების დაცვის, კოორდინირების და გამოცდილების გაზიარების მექანიზმების გაუმჯობესება

უკანასკნელ პერიოდში სს "საქართველოს ბანკი" აქტიურად უჭერს მხარს სოციალური მეწარმეობის განვითარებას და აფინანსებს ინიციატივებს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვების, განათლებისა და გარემოს დაცვის მხარდაჭერის მიზნით⁵⁵.

⁵⁵ სიცოცხლის ხე <https://www.tree.ge/whoweare/>

თავი 3. სოციალური საწარმოების საქმიანობის რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზი

3.1 კვლევის ანალიზი და მეთოდები

კვლევის მიზნები და ამოცანები

სადაოლოქტორო ნაშრომის ფარგლებში, სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასების მიზნით, ჩატარდა კვლევა რაოდენობრივი და თვისებრივი მეთოდების გამოყენებით.

კვლევის ფარგლებში, კვლევის მიზნის მისაღწევად, იდენტიფიცირდა შემდეგი ამოცანები:

- ✓ სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული ქართული და უცხოური ლიტერატურის ანალიზი;
- ✓ სოციალური საწარმოების ეფექტიანობის ანალიზის კვლევის მეთოდოლოგიური საფუძვლების შემუშავება;
- ✓ სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასების ინსტრუმენტების შემუშავება;
- ✓ ინკლუზიური ბიზნესის ფუნქციონირების ანალიზი და ხელისშემშლელი ფაქტორების გამოვლენა;
- ✓ საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების საქმიანობის მონოგრაფიული გამოკვლევა (კონკრეტული შემთხვევების გამოვლენა);
- ✓ ქვეყნის მდგრად განვითარებაში სოციალური საწარმოების როლის განსაზღვრა;
- ✓ სოციალური საწარმოების ეფექტიანობის გაზრდის მიზნის რეკომენდაციების შემუშავება.

თვისებრივი კვლევის მეთოდი

კვლევის ფარგლებში გამოყენებულ იქნა თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგია, რომელიც კვლევის შედეგად მიღებული ინფორმაციის სიღრმისეული ანალიზის და დამუშავების საშუალებას იძლევა. კერძოდ, შერჩეულ იქნა კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი.

Ghauri (2004⁵⁶) აღნიშნავს, რომ კონკრეტული შემთხვევის მეთოდოლოგია არის ძალიან კარგი და გამოსადეგი მეთოდი რაიმე საკითხის სიღრმისეულად შესასწავლად. ქვის სთადები გულისხმობს მონაცემების შეგროვებას სხვადასხვა წყაროდან, როგორცაა ზეპირი და წერილობითი ანგარიშები, პირადი ინტერვიუები, დაკვირვებები. ძირითადი მახასიათებლები ამ დროს არის კვლევის საგნის სიღრმისეულობა და ფოკუსი. იინის (Yin, 1994⁵⁷) მიხედვით, ქვის სთადები არის უმჯობესი მიდომა, როდესაც შეკითხვებზე “როგორ” და “რატომ” უნდა იქნას პასუხი გაცემული, როდესაც მკვლევარს აქვს მცირედი კონტროლის საშუალება გარემოებებზე და როდესაც ფოკუსირება ხდება მიმდინარე ფენომენზე რეალურ კონტექსტში. იინის (Yin, 1994) კრიტერიუმების გაანალიზება აჩვენებს, რომ კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი არის კვლევის შესაბამისი მეთოდოლოგია ზემოაღნიშნული კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე (იხ. ცხრილი). ქვის სთადებს აქვს პოტენციური სიღრმისეულად შეისწავლონ კვლევის ფენომენი მისი კონტექსტუალობიდან და მრავალმხრივი მიდგომებიდან გამომდინარე. სწორედ ამიტომ, ქვის სთადები არის განსაკუთრებით სასარგებლო და გამოყენებადი როდესაც კვლევის საგანზე ხელმისაწვდომობა რთულია. კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი საშუალებას აძლევს რესპოდენტსა და მკვლევარს დასვან შეკითხვები მანამ, სანამ არ მიიღებენ პასუხებს მათ კითხვებზე (Ghauri, 2004).

იინის ინდიკატორები	კვლევის მახასიათებლები	იინის შემოთავაზება კვლევის მეთოდზე
კვლევის კითხვების ფორმა	კითხულობს “როგორ”?	ისტორია, კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი
მოითხოვს თუ არა ქცევაზე კონტროლს	არ საჭიროებს კონტროლს	გამოკითხვა, ისტორია, კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი
ესება მიმდინარე მოვლენებს/აქტივობებს	მტავარი ფოკუსი მიმდინარე მოვლენებზე/აქტივობებზე	ექსპერმინენტი, გამოკითხვა, კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი

⁵⁶ Ghauri, P. (2004). Designing and conducting case studies in international business research. In R. Marschan-Piekkari, & C. Welch (Eds.), *Handbook of qualitative research methods for international business* (pp. 109-124). Cheltenham, UK: Edward Elgar.

⁵⁷ Yin, R. (1994). *Case study research: Design and methods* (2nd ed., Vol. 5). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

ცხრილი 5: კვლევის მეთოდის შერჩევა

კონკრეტული შემთხვევის კონცეფცია, როგორც კვლევის ერთ-ერთი სტრატეგიის მოიცავს ჩარჩოს კონკრეტული კვლევითი მეთოდების გამოყენებით, როგორცაა ინტერვიუები, გამოკითხვა. ამ კონკრეტულ კვლევაში სტრუქტურირებული მიდგომა იქნა გამოყენებული, რომელიც გვთავაზობს მონაცემთა შედარებას სხვადასხვა წყაროს შორის და მოიცავს ინდივიდუალური ქეისების დინამიკის შესწავლას (Maxwell, 1998⁵⁸). შესასწავლი ქეისების შერჩევა და კონკრეტული ინსტრუმენტების შესაბამისობა განცხორციელდა ქეის სთუდის სტრატეგიის ჩარჩოს შესაბამისად.

კონკრეტული შემთხვევის მეთოდის დიზაინი

მას შემდეგ, რაც შეირჩა კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი, როგორც საუკეთესო სტრატეგია, დაიგეგმა მონაცემთა შეგროვება და ანალიზი. დიზაინის პროცესში წარმოიშვა რამოდენიმე საკითხი, კერძოდ წინასწარსტრუქტურირების ხარისხი, ანალიზის ერთეულის განსაზღვრა, სოციალური საწარმოების გამოვლენა და კონკრეტული კვლევის ინსტრუმენტის დეტალიზება. ეს საკითხება შევიდა კონკრეტული შემთხვევის პროტოკოლში. უშუალოდ საველე სამუშაოების დაწყებამდე, შეიქმნა კვლევის ინსტრუმენტი, რომელიც შემდგომში გამოყენებულ იქნებოდა მონაცემთა შესაგროვებლად და გასაანალიზებლად.

როგორც მაქსველი ამბობს (Maxwell, 1998), თვისებრივი კვლევის დიზაინის პროცესში ერთ-ერთი მთავარ გადაწყვეტილებას წარმოადგენს კვლევის მეთოდის წინასწარი სტრუქტურირების ხარისხი. იგი აღწერს, რომ არასტრუქტურირებული დიზაინი სასარგებლოა სოციალური ხასიათის ფენომენის შესასწავლად, როდესაც მცირედი ინფორმაცია გვაქვს კვლევის საგანზე და საჭიროა ჩართულობის მაღალი ხარისხი საველე სამუშაოების დროს, თუმცა ასეთ დიზაინს სჭირდება მნიშვნელოვნად მეტი დრო და რესურსი. მეორეს მხრივ, სტრუქტურირებული მიდგომა ეხმარება მკვლევარს უზრუნველყოს მონაცემთა შესადარისობა ინდივიდუალურ ქეისებს შორის.

⁵⁸ Maxwell, J. A. (1998). Designing a qualitative study. In L. Bickman, & D. Rog (Eds.), *Handbook of applied social research methods* (pp. 69-100). Thousand Oaks, CA: Sage.

გარდა ამისა, წინასწარ სტრუქტურიზებული მიდგომა ამცირებს მონაცემთა ცვლადების რაოდენობას, ამარტივებს ანალიზის პროცესს (Maxwell, 1998) და აუმჯობესებს განზოგადების, შესადარისობის და შიდა ვალიდურობის ხარისხს (Yin, 1998⁵⁹).

ამ კონკრეტული კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, მოხდა კონკრეტული შემთხვევის დიზაინის წინასწარ სტრუქტურიზება.

როგორც რაგინი (Ragin, 1989⁶⁰) ამბობს, ქეის სთადები არის მრავალმხრივი, რადგან ინდივიდუალური ქეისი წარმოადგენს ცალკეულ კვლევის ერთეულს და ასახავს სრულ სურათს. ლიტერატურაში არსებობს მითითებები ქეისების რაოდენობის ოპტიმალურობასთან მიმართებაში. რაგინი (Ragin, 1989) წერს, რომ კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი მიდგომის ერთ-ერთ შეზღუდვას წარმოადგენს მრავალი ქეისი მოცვის სირთულე. იგი აღნიშნავს, რომ 8 ქეისი არის “ბაზისური რიცხვი” და 20 ქეისი “სიღრმისეული” (გვ.20). იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოში სოციალური საწარმოების რაოდენობა ძალზედ მცირეა, თორმეტი ქეისი იქნა შესწავლილი.

Eisenhardt (1989, გვ. 534⁶¹) კონკრეტული შემთხვევის განსაზღვრავს, როგორც კვლევის სტრატეგია, რომელიც ორიენტირებულია ერთ კონკრეტულ გარემოში დინამიკის შესწავლაზე. კონკრეტული შემთხვევის სტრატეგიის ერთ-ერთი ადვოკატი გახლავთ კატლერი, რომელიც განსაზღვრავს სტრატეგიას, როგორც კომპლექსური პროცესების სიღრმისეულ ანალიზის ჩატარებას.

მონაცემთა შეგროვება

იმის გათვალისწინებით, რომ ქეის სთადები ძირითადად ეხება ადამიანურ ქცევასა და სოციალურ პროცესებს, იინი (Yin, 1998) აღნიშნავს, რომ ინტერვიუები წარმოადგენს ინფორმაციის მთავარ წყაროს.

კვლევის ფარგლებში ჩართული იყო სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფი, რომელმაც უზრუნველყო ინფორმაციის სხვადასხვა ჭრილში მიღება და გაანალიზება.

⁵⁹ Yin, R. (1998). The abridged version of case study research: design and methods. In L. Bickman, & D. Rog (Eds.), *Handbook of applied social research methods* (pp. 229-259). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

⁶⁰ Ragin, C. (1989). *The comparative method: Moving beyond quantitative and qualitative strategies*. London: University of California Press.

⁶¹ Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 11(4), 533-550.

სოციალური მეწარმეობის სექტორის თავისებურებებიდან გამომდინარე, კვლევის ძირითად ობიექტზე ინფორმაციის მოსაძიებლად, საჭირო გახდა სავსე სამუშაოებში კერძო, საჯარო და არასამთავრობო ორგანიზაციების, რომლებიც ამ მიმართულებით ახორციელებენ საქმიანობას.

იმისათვის, რომ მომხდარიყო ინფორმაციის სრულყოფილად ამოღება და მიღებული ინფორმაცია ყოფილიყო ურთიერთშესადარი, შემუშავებულ იქნა ორი კვლევის ინსტრუმენტი/სადისკუსიო გეგმა, რომლებშიც გათვალისწინებული იყო სამიზნე ჯგუფების სპეციფიკა, კერძოდ:

- ✓ ჩალმავებული ინტერვიუს სახელმძღვანელო კითხვარი ინფორმირებული პირებისათვის
- ✓ ჩალმავებული ინტერვიუს სახელმძღვანელო კითხვარი სოციალური საწარმოებისათვის

სახელმძღვანელო კითხვარი ძირითადი ინფორმირებული პირებისათვის მოიცავდა ისეთ ძირითად საკითხებს, როგორცაა

- სოციალური მეწარმეობის არსი
- საკანონმდებლო რეგულირება და მისი ასპექტები
- მიმდინარე პროექტები / ინტერვენციები / ინიციატივები, რომლებიც ხორციელდება სამიზნე არეალში
- სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასება
- სოციალური მეწარმეობის კუთხით დაგეგმილ სამომავლო გეგმები

სახელმძღვანელო კითხვარი სოციალური საწარმოებისათვის ეხებოდა ისეთ თემებს, როგორცაა

- სოციალური მეწარმეობის არსი
- ინფორმაცია სოციალური საწარმოს შესახებ
- სოციალური და ფინანსური მიზნები
- თანხების მოძიება
- საზოგადოების დამოკიდებულება სოციალური საწარმოს მიმართ
- მხარდამჭერი მექანიზმები
- სამომავლო გეგმები

დანართი №1 და დანართი №2 ასახავს ორივე სახელმძღვანელო კითხვარს.

აღსანიშნავია, რომ ღია ტიპის ინტერვიუს მეთოდის გამოყენება არამარტო საშუალებას აძლევს ინტერვიუერს ჰქონდეს დისკუსიის ზოგადი სტრუქტურა, არამედ უზრუნველყოფს, რომ დაისვას მსგავსი შეკითხვა სხვადასხვა ინფორმანტს.

პირველ ეტაპზე მოხდა კითხვარების პილოტირება, რის შედეგადაც დაკორექტირდა ორივე სადისკუსიო გეგმა.

იმის გათვალისწინებით, რომ არ არსებობს ოფიციალური რეესტრი სოციალური საწარმოებისა, საჭირო გახდა, კვლევის ფარგლებში მოძიებულიყო ისეთი ორგანიზაციების, რომლებიც ხელს უწყობენ საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარებას. თავდაპირველად, მკვლევარი დაუკავშირდა “საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრს”, რომლის ბაზაზეც ფუნქციონირებს სოციალური მეწარმეობის ცენტრი, საიდანაც მოხდა ინფორმაციის მოძიება საქართველოში ფუნქციონირებად სოციალური საწარმოების შესახებ. თუმცა, ინფორმაციის დივერსიფიცირების უზრუნველსაყოფად, აგრეთვე გამოკითხულ იქნა საჯარო და კერძო სექტორის ორგანიზაციები, რომლებიც ახორციელებენ გარკვეული ტიპის საქმიანობას სოციალური მეწარმეობის კუთხით.

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 6 სიდრმისეული ინტერვიუ კერძო, საჯარო და არასამთავრობო ორგანიზაციასთან (იხ. ცხრილი 2).

№	ორგანიზაციის დასახელება	ტიპი
1	სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი	არასამთავრობო ორგანიზაცია
2	სოციალური მეწარმეობის ცენტრი	არასამთავრობო ორგანიზაცია
3	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდი	სახელმწიფო ორგანიზაცია
4	არბაითერ-სამარიტერ-ბუნდი (ASB)	არასამთავრობო ორგანიზაცია
5	საქართველოს ბანკი	სააქციო საზოგადოება
6	ფონდი სიცოცხლის ხე	საქველმოქმედო ორგანიზაცია

ცხრილი 6: სიდრმისეული ინტერვიუები ინფორმირებულ პირებთან

მიღებული ინფორმაციის გაანალიზების შედეგად აღმოჩნდა, რომ სოციალური საწარმოების ჩამონათვალი, რომელიც მკვლევარს მიაწოდა სოციალური მეწარმეობისა და სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრებმა იყო

ყველაზე სრულყოფილი და კონსოლიდირებულად ასახავდა 102 სოციალური საწარმოს საკონტაქტო ინფორმაციას. ეს იყო იმ სოციალური საწარმოების ჩამონათვალი, რომლებიც დარეგისტრირდნენ 2016 წლის სოციალური მეწარმეობის ფორუმზე.

102 სოციალური საწარმოდან, მიზნობრივი შერჩევის პრინციპით შეირჩა თორმეტი საწარმო, რომელთა ქეისებიც საინტერესო იქნებოდა გასაანალიზებლად.

თავდაპირველად, მკვლევარი დაუკავშირდა სოციალური საწარმოებს ტელეფონით, რომელთაც მიეწოდათ ინფორმაცია კვლევის მიზნებისა და ამოცანების შესახებ და ჩაინიშნა ინდივიდუალური ინტერვიუ თითოეულ მათგანთან. აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოსთან ინტერვიუს ჩანიშნისას, მკვლევარი უკავშირდებოდა თავად საწარმოს ხელმძღვანელს და სწორად მათთან ხდებოდა ინტერვიუს ორგანიზება.

თორმეტივე შემთხვევაში, ინტერვიუს დაწყებამდე განემარტათ კვლევის მიზნები და ამოცანები. ჩაღრმავებული ინტერვიუები განხორციელდა აუდიო ჩანაწერილს საშუალებით. რესპოდენტებისათვის ახსნილი იქნა ჩანაწერის კონფიდენციალობის საკითხი, ის, რომ ჩანაწერზე პასუხისმგებლობას ირებს მკვლევარი და რესპოდენტის პერსონალური მონაცემები არ გადაეცემა მესამე მხარეს. ინტერვიუს საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენდა 45-60წუთს. ინტერვიუს შემდეგ, თითოეულზე მომზადდა დეტალური ჩანაწერი (ტრანსკრიპტი), რომლებიც გამოყენებულ იქნა მონაცემთა ანალიზის პროცესში.

სულ შესწავლილი იქნა თორმეტი სოციალური საწარმოს ქეისი ინდივიდუალურად

№	სოციალური საწარმოს დასახელება
1	არაბული ArtHouse
2	ტრადიციული მოდის სახლი
3	სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი
4	გენერატორი 9.8
5	აუტოლაიფი
6	რეას ციყვები
7	ხანდაზმულთა სახლი
8	ისტორიალი

9	ჰერა
10	მწვანე საჩუქარი
11	ღიახველი ოსტატები
12	ეთნოდიზაინი

ცხრილი 7: კვლევაში ჩართული სოციალური საწარმოები

მონაცემთა ანალიზი

კვლევის ფარგლებში განხორციელებული ჩადრმაგებული ინტერვიუების საფუძველზე მომზადდა ტრანსკრიპტები, რომლებიც დეტალურად ასახავდა ინტერვიუს შედეგად მიღებულ ინფორმაციას. მიღებული ტრანსკრიპტების საშუალებით მოხდა ინფორმაციის თემატურად დალაგება სადისკუსიო გეგმაში მოცემული თემების მიხედვით. აღნიშნულმა მიდგომამ მკვლევარს საშუალება მისცა ინტერვიუების დროს გაუღერებული ინფორმაცია ობიექტურად აესახა ანგარიშში.

ზალანი და ლევისი (Zalan & Lewis, 2004⁶²) აღნიშნავენ, რომ კომპიუტერული პროგრამები უფრო და უფრო მეტი პოპულარობით სარგებლობენ თვისებრივი კვლევის მონაცემთა ანალიზის პროცესში. შესაბამისად, თავდაპირველად მკვლევარმა ცადა ისეთი პროგრამების გამოყენება, როგორცაა Atlas.ti, Catpac და Nvivo. თუმცა, პრაქტიკულობის თვალსაზრისით ვერ მოხერხდა მისი დანერგვა ამ კონკრეტული კვლევის ფარგლებში. შესაბამისად, მონაცემთა დამუშავება მოხდა მექანიკურად Miles და Huberman (1994⁶³) მითითებების მიხედვით, კერძოდ მონაცემთა შემცირება, მონაცემთა წარმოჩენა და დასკვნების გაკეთება/ვერიფიკაცია.

ქვევით მოცემული ცხრილი აჯამებს კვლევის მეთოდოლოგიას, ტექნიკას, ინსტრუმენტებსა და მონაცემთა ანალიზის მეთოდებს.

⁶² Zalan, T., & Lewis, G. (2004). Writing about methods in qualitative research: Towards a more transparent approach. In R. Marschan-Piekkari, & C. Welch 476 (Eds.), Handbook of qualitative research methods for international business (pp. 507-526). Cheltenham, England: Edward Elgar

⁶³ Miles, M. B., & Huberman, A. (1994). Qualitative data analysis: An expanded resource book (2nd ed.). Thousands Oak, CA: Sage Publications.

კვლევის მეთოდოლოგია	თვისებრივი კვლევა – კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი
ტექნიკა	სიღრმისეული ინტერვიუ
კვლევის ინსტრუმენტი	სადისკუსიო გეგმა
შერჩევის ზომა	12 სოციალური საწარმო
შერჩევის მეთოდი	მიზნობრივი შერჩევა
ინტერვიუს ხანგრძლივობა	45-60 წუთი
სამიზნე ჯგუფი	საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოს დამფუძნებლები
მონაცემთა ანალიზი	მონაცემთა თემატური დამუშავება, მექანიკურად
კვლევის ჩატარების პერიოდი	იანვარი-მაისი, 2017

ცხრილი 8: კვლევის მეთოდოლოგიისა და ინსტრუმენტის შეჯამება

რაც შეეხება მონაცემთა ანალიზს უფრო დეტალურად, თავდაპირველად გაანალიზებულ იქნა ინფორმაცია თითოეული სოციალური საწარმოს შესახებ. შემდეგ სოციალური საწარმოების სოციალური და ეკონომიკური პარამეტრები შესწავლილ იქნა ერთმანეთთან კავშირში, რათა გამოკვეთილიყო საერთო და განსხვავებული მახასიათებლები. Miles და Huberman (1994, გვ176) სახელმძღვანელოს მიხედვით, კონკრეტული შემთხვევის მეთოდის გამოყენებისას აუცილებელია ინფორმაცია დაჯგუფდეს ერთიდაიგივე პარამეტრების/ცვლადების მიხედვით. შესაბამისად, ზემოაღნიშნული სტრატეგიის გამოყენებით მოხდა თითოეული შემთხვევის სტრუქტურირება. შემდეგ ეტაპზე, მსგავსი ტიპის ცვლადები დაჯგუფდა მეტა-მატრიცაში, რამაც საშუალება მისცა მკვლევარს უფრო მარტივად და თვალნათლივ დაენახა სოციალურ საწარმოებს შორის მსგავსებები და განსხვავებები.

ცხრილი ასახავს მონაცემთა შეგროვების, მართვისა და ანალიზის ეტაპებსა და მეთოდებს.

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი

სოციალურ საწარმოთა კვლევის რაოდენობრივი კომპონენტის ფარგლებში გამოყენებული იქნა თვითადმინისტრირებადი ინტერვიუს ტექნიკა. კვლევის მიზნებისათვის შემუშავდა ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი, რომელიც შედგებოდა 30 კითხვისგან შემდეგი კომპონენტების მიხედვით:

- სტრუქტურული მონაცემები საწარმოს მისიაზე, ზომასა და დასაქმებულთა რაოდენობაზე კატეგორიების მიხედვით (ქალი, კაცი, ახალგაზრდა, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირი, იძულებით გადაადგილებული პირი)
- დაფუძნების გარემოებები
- ბაზარზე ქცევა
- მმართველობის სტრუქტურა
- ღირებულებები, დაინტერესებული მხარეები და მათთან თანამშრომლობა
- საწარმოს მომავალი გეგმები
- კომუნიკაცია

თავდაპირველად, კითხვარის ტესტირება 5 სოციალური საწარმოზე, რის შედეგადაც დარედაქტირდა დოკუმენტი და მოხდა მისი ელექტრონულ სისტემაში აწყოლა. სოციალურმა საწარმოებმა თავად შეავსეს ელექტრონულად ანონიმურობის პრინციპის დაცვით.

სოციალურ საწარმოთა მონაცემთა ბაზის შეკრება განხორციელდა ევროპის ფონდის, სტრატეგიული კვლევებისა ცენტრისა და საქართველოს ბანკის მიერ მოწოდებული სიის საფუძველზე. სულ დაფიქსირდა 102 საწარმო, რომელიც საკუთარ თავს აიდენტიფიცირებს, როგორც “სოციალური”. კითხვარის დაგზავნა მოხდა ელექტრონულად ბაზაში არსებულ ყველა საწარმოსთან, თუმცა საბოლოოდ კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 57 საწარმომ. კვლევის სანდოობის კოეფიციენტად განისაზღვრა 95%, ხოლო შერჩევის ცდომილებამ შეადგინა 8.66%.

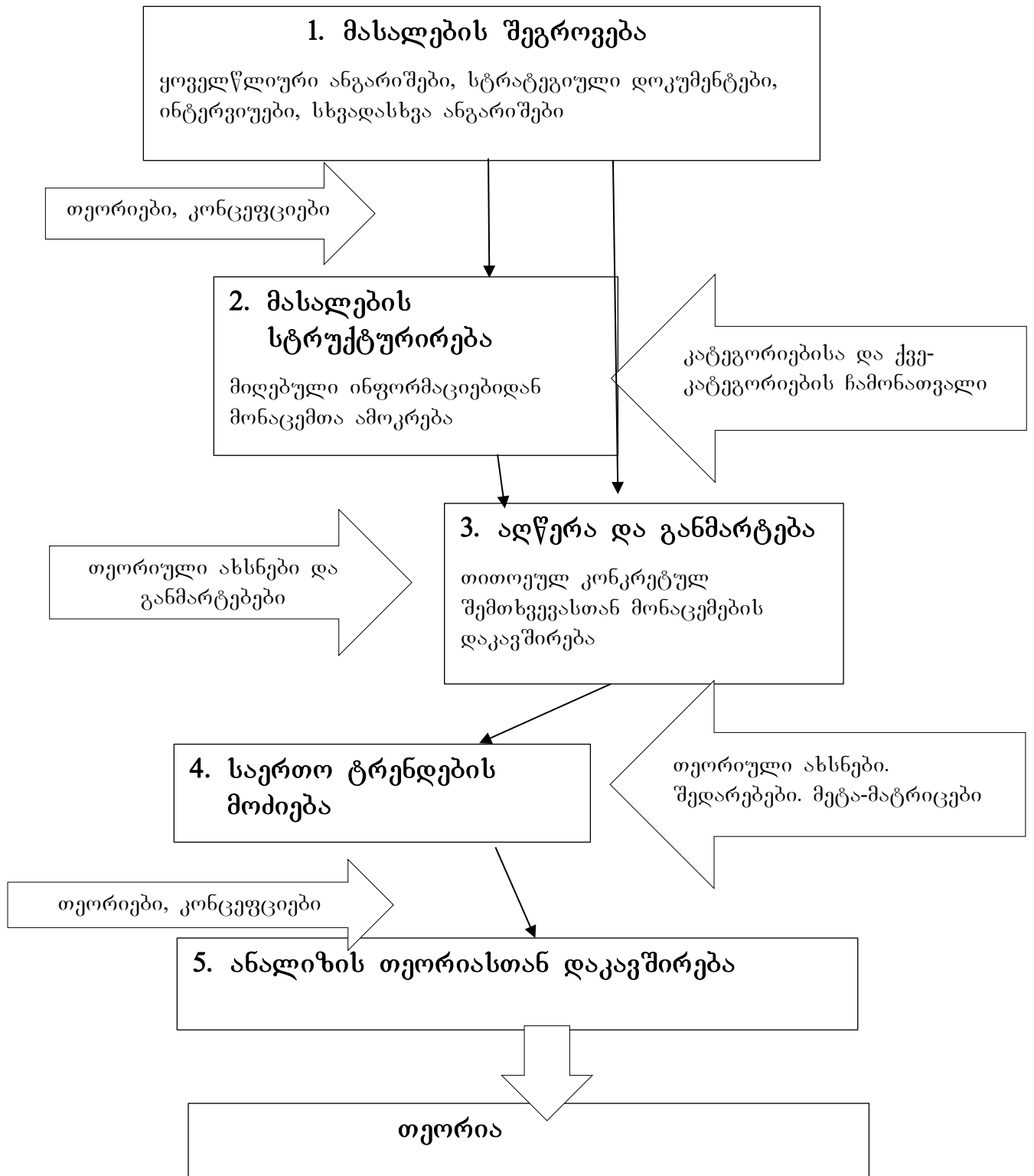
კვლევა განხორციელდა 2018 წლის იანვარ-მარტის თვეში.

შევსებული ანკეტები შეყვანილი და დამუშავებული იქნა სპეციალური სტატისტიკური პაკეტის SPSS 20.0-ის მეშვეობით. უნდა აღინიშნოს, რომ მოცემული შერჩევის დიზაინი საშუალებას იძლევა კვლევის შედეგები განზოგადებულ იქნას

მხოლოდ გამოკითხულთა ერთობლიობაზე. კვლევის განმეორებითი ჩატარების შემთხვევაში, რეკომენდირებულია აღნიშნულთან მაქსიმალურად მიახლოებული შერჩევის განაწილების გამოყენება შედარებითობის უზრუნველყოფის მიზნით.

3.2 კვლევის შეზღუდვები

კვლევის ძირითად შეზღუდვას წარმოადგენდა ის ფაქტი, რომ არ არსებობს ოფიციალური წყარო, სადაც ასახული იქნებოდა საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების შესახებ სრული ინფორმაცია. შესაბამისად, მკვლევარი იძულებული იყო დაყრდნობოდა სტრატეგიული კვლევისა და განვითარების ცენტრის/სოციალური მეწარმეობის ცენტრის მიერ მოწოდებულ ჩამონათვალს, რომელიც არ ასახავდა სრულ სურათს.



ცხრილი 9: მონაცემთა შეგროვების, მართვისა და ანალიზის ეტაპები და მეთოდები

თავი 4. სოციალური საწარმოების კვლევის შედეგები

4.1 სიღრმისეული ინტერვიუების ანალიზი

იქიდან გამომდინარე, რომ არ არსებობს ერთიანი ბაზა საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოებისა, კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ იქნა 6 ორგანიზაცია, რომლებიც მუშაობენ სოციალური მეწარმეობის საკითხებზე. იმისათვის, რომ მომხდარიყო კვლევის ობიექტზე დივერსიფიცირებული ინფორმაციის შეგროვება, დაიგეგმა ინტერვიუები სხვადასხვა სექტორში მოქმედ ძირითად ინფორმირებულ პირებთან. აღსანიშნავია, რომ სამივე სექტორი (კერძო, საჯარო და არასამთავრობო) იყო ჩართული, როგორც ძირითადი ინფორმანტი.

ტერმინი “სოციალური საწარმო” და მისი საკანონმდებლო რეგულირება

დღესდღეობით მსოფლიოში, და არა მხოლოდ საქართველოში, არ არსებობს უნიფიცირებული მიდგომა სოციალური მეწარმეობის მიმართ და ბევრი ორგანიზაცია სხვადასხვაგვარად განმარტავს ტერმინს “სოციალური საწარმო”. იმისათვის, რომ უზრუნველყოფილი ყოფილიყო კვლევის შედეგების ურთიერთშესაბამისობა და შესადარისობა, ყველა ძირითადი ინფორმირებული პირი წარმოაჩენდა ტერმინის “სოციალური საწარმოს” მისეულ აღქმას და განმარტებას. საინტერესოა, რომ ყველა მათგანი აღნიშნავდა, რომ ეს არის ბიზნეს პრინციპებით მოქმედი საწარმო, რომლის უპირველეს მიზანსაც სოციალური ხასიათი აქვს. რესპოდენტები აგრეთვე ამბობდნენ, რომ

“...სოციალურ მეწარმეობად მივიჩნევთ ეკონომიკურ საქმიანობას, რომლის მიზანის არის რაიმე კონკრეტული სოციალური საკითხის მოგვარება და მიღებული შემოსავლის ნაწილი ხმარდება ამ საქმიანობის გაფართოებას, განვითარებას და სოციალური საკითხების მოგვარებას...”

აღსანიშნავია, რომ ამ ტერმინის “სოციალური საწარმოს” მნიშვნელობა ერთნაირად ესმით საჯარო, კერძო თუ არასამთავრობო სექტორში მოქმედ ორგანიზაციებს. თუმცა, არ არსებობს ერთიანი ბაზა, რომელიც თავს მოუყრიდა ინფორმაციას ყველა სოციალური საწარმოს შესახებ, რამეთუ ძნელია იდენტიფიცირება “სოციალური საწარმოსი” და მისი გამოვლენა ხდება სუბიექტურად.

“... ჩვენ გვიწევს სუბიექტურად შეფასება არის თუ არა კონკრეტული ბიზნესი სოციალური საწარმო. ვინმე ექსპერტი რომ ჩამოვიდეს სხვა ქვეყნიდან, შეიძლება გვითხრას რომ იგი არ არის სოციალური საწარმო...”

დღესდღეობით საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოები თვითდენტიფიცირებას ახდენენ სოციალურ საწარმო, რამეთუ არ არსებობს შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც ასახავდა ჩანაწერს სოციალური საწარმოების შესახებ. საინტერესოა, რომ უმეტესწილად, საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოები, იურიდიული ფორმის არჩევისას, უპირატესობას ანიჭებენ არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირის (ააიპ) სტატუსს. ამის არგუმენტს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ ამჟამად სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერა უმეტესწილად ხორციელდება საგრანტო დაფინანსების გზით და კანონმდებლობის შესაბამისად, შპს-ს არ აქვს უფლება გრანტის მიღებას.

“...აიპსაც შეუძლია ეკონომიკური საქმიანობა წარმართოს, თუმცა ეს დეფინიციაც კანონმდებლობაში და 34-ე მუხლში, რომელიც ეხება აიპების დაბეგვრას, არ არის სწორად დასმული და განსაზღვრული, რაც ბიზნესის კუთხით ჩვენ, როგორც ბანკს, გარკვეულ დისკომფორტს გვიქმნის. გრძელვადიან პერსპექტივაში ჩვენთვის უფრო მისაღები იქნება იყოს ცალკეული განსაზღვრება, რათა არა მხოლოდ ფონდს, არამედ ჩვენც აღარ შეგვექმნას პრობლემა. ბანკს ნებისმიერ შემთხვევაში არ შეუძლია გასცეს თანხა, ამიტომ ბანკი აფინანსებს ფონდს და ფონდი შემდეგ გასცემს გრანტს. ჩვენი მხრიდანაც გამოდის გზების ავლა, რომ შევასრულოთ ჩვენი მთავარი მისია, თუმცა საკანონმდებლო დეფინიციების არარსებობა ჩვენც გვიქმნის დისკომფორტს და ფონდსაც...”

რესპოდენტთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ დღევანდელი საკანონმდებლო ბაზა გარკვეულ შეფარხებულ ფაქტორად გვევლინა სოციალური მეწარმეობის განვითარების კუთხით. ისინი აღნიშნავენ, რომ თუ კანონმდებლობაში იქნება ჩანაწერი, რომელიც განსაზღვრავს “სოციალური საწარმოს”, მისი იდენტიფიცირება აღარ იქნება სუბიექტივიზმზე დაფუძნებული და ხელს შეუწყობს ამ დარგის განვითარებას.

“... კარგი იქნებოდა, რომ კანონმდებლობაში მითითებული იყოს, თუ რომელი სამართლებრივი ფორმის მქონე ორგანიზაციას შეუძია გახდეს სოციალური საწარმო, როგორი ტიპის დაფინანსება შეიძლება მიიღოს, რა ტიპის შეღავათებით ისარგებლებს. კონკრეტულად რომ არსებობდეს იურიდიული ტერმინი, სოციალური მეწარმე, თუნდაც საგადასახადო შეღავათების ან ა.შ.

დაწესება და გაკონტროლება უფრო ადვილი იქნება. ან თუნდაც, ვთქვათ, რომელიმე მაღაზიაში კომპანია ყიდის თავის ნაწარმს და ამბობს რომ ეს არის სოციალური საწარმო და იმის გამო, რომ მომხმარებელმა მხარი დაუჭირა, შეიძლება შეიძინოს ეს საქონელი. მაგრამ ვინ დაირქმევს სოციალური საწარმოს სახელს უკვე ცოტა ბუნდოვანია...”.

სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი საკანონმდებლო ბაზის შექმნის კუთხით აქტიურად მუშაობენ სამთავრობო, არასამთავრობო და კერძო სექტორის ამ სფეროში მოქმედი ორგანიზაციები. პირველი საკანონმდებლო ინიციატივა 2015 წელს შეიტანეს პარლამენტში, თუმცა საკომიტეტო მოსმენებზე მოხდა მისი შეჩერება. ამჟამად, აქტიურად მიდის ლობირება ამ საკითხის სხვადასხვა ინსტიტუციებთან და იგეგმება, რომ 2017 წელს მოხდება ახალი კანონპროექტის ინიცირება.

სოციალური საწარმოების წინაშე არსებული გამოწვევები

კვლევის ფარგლებში შესწავლილ იქნა ის ბარიერები, რომლებსაც სოციალური მეწარმეობის სფეროში მოქმედი საჯარო, კერძო და არასამთავრობო ორგანიზაციების მიიჩნევენ გამოწვევას სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებისას. საინტერესოა, რომ სოციალური საწარმოებიც ანალოგიური ბარიერებს აწყდებიან, რასაც წმინდა ბიზნეს კომპანიები. კერძოდ, შეზღუდული ფინანსური რესურსები. თუმცა, სოციალური მეწარმეობის რეგულირების საკანონმდებლო ჩარჩოს არ არსებობა, უზღუდავს სოციალურ საწარმოს კრედიტთან ხელმისაწვდომობას. აღნიშნული სექტორში მოქმედი ორგანიზაციები ამბობენ, რომ ბანკისთვის ტერმინი “სოციალური საწარმო”/“სოციალური მეწარმე” ცოტა გაურკვეველია და ერიდებიან ამ მიმართულებით საკრედიტო რესურსების ინვესტირებას.

...” სოციალური საწარმოების ერთ-ერთი მთავარი ბარიერი ის არის, რომ ბანკები ერთხილობენ მათთვის კრედიტის გაცემას, რადგან მათთვის ცოტა მიუღებელია “სოციალური საწარმოს” კონცეფცია...”

საგულისხმოა, რომ როგორც საჯარო, ასევე კერძო და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები მიიჩნევენ, რომ გარდა საკანონმდებლო რეგულირებისა, სოციალური საწარმოების ერთ-ერთ ძირითად გამოწვევას წარმოადგენს ბიზნესის მართვის თეორიული ცოდნისა და პრაქტიკული გამოცდილების ნაკლებობა. მათი აზრით ეს განპირობებულია იმ ფაქტით, რომ დღესდღეობით სოციალური საწარმოს

დამფუძნებლებად ძირითადად გვევლინებიან არასამეწარმო არაკომერციული იურიდიული პირები, რომლებსაც არ აქვთ ბიზნესის მართვის გამოცდილება.

...”დღესდღეობით საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების მხოლოდ ძალიან მცირე ნაწილი არის დაფუძნებული ბიზნესში გამოცდილების მქონე ადამიანების მიერ. ძირითადად, სოციალური საწარმო ფუძნდება ააიპის მიერ და მათ მხოლოდ არასამთავრობო ორგანიზაციის მართვის გამოცდილება აქვთ...”

მოსახლეობის ცნობიერება სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით

კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მოსახლეობის ცნობიერება სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით არის ძალიან დაბალი. მათ არ აქვთ ინფორმაცია, თუ რა იგულისხმება ტერმინში “სოციალური საწარმო”.

...” მოსახლეობაში არის ინფორმაციის ნაკლებობა. სოციალური მეწარმეობა ახალი მიმართულებაა...”

რესპოდენტები აღნიშნავენ, რომ ინფორმირებულობის კუთხით თბილისსა და რეგიონებში ვითარება არ განსხვავდება. განსხვავება შეეხება მხოლოდ იმ გეოგრაფიულ არეალებს, სადაც სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით გარკვეული პროექტები ხორციელდებოდა არასამთავრობო თუ სამთავრობო სექტორის მიერ.

“... დიდი განსხვავება რეგიონსა და თბილისს შორის არ არის. სოციალური მეწარმეობის შესახებ იცის მან, ვისაც გარკვეული შეხება ჰქონია ამ საკითხთან. რეგიონიდან ძალიან ბევრი პროექტი გვექონდა და ამან ცოტა გაგვაკვირვა კიდევ. თუმცა აღმოჩნდა, რომ ეს ის სეგმენტია, რომელსაც ამაზე ნამუშევარი უკვე ჰქონდა. ჩავიდა არასამთავრობო ორგანიზაცია, გრანტის ფარგლებში ვიღაცამ პროექტი განახორციელა და სადაც ეს მუშაობა ჩატარდა და თუნდაც ასწავლეს პროექტის წერა ან სოც. მეწარმეობაზე ვინმე ესაუბრა, იქ უკვე ამ თემის აღქმა გარკვეულ დონეზე იყო...”

ყველა რესპოდენტი ხაზს უსვამდა, რომ მათ მიერ სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერ საქმიანობას თან სდევს მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლების კამპანიები, რაც ზრდის სოციალური მეწარმეობით დაინტერესებულ პირთა რაოდენობას და ხელს უწყობს ამ მიმართულების განვითარებას. ამუშადა,

განათლების სამინისტროც მუშაობს სოციალური მეწარმეობის კურიკულუმის შექმნაზე სხვადასხვა უნივერსიტეტთან ერთად.

სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასება

კვლევის ფარგლებში აგრეთვე შესწავლილ იქნა, თუ რამდენად ხდება სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასება და თუ ხდება, რა მეთოდებითა და პატამეტრებით ხორციელდება იგი. სოციალური მეწარმეობის სფეროში მოქმედი გამოკითხული სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციები ხაზს უსვამდნენ სოციალური ზემოქმედების შეფასების აუცილებლობას და მნიშვნელობას, თუმცა, მათი თქმით, პრაქტიკაში ჯერ არ განუხორციელებიათ. მათივე განმარტებით, ამჟამად არიან შესწავლის პროცესში, თუ რა მოაზრება სოციალური ზემოქმედების შეფასებაში და რა მეთოდი შეიძლება იქნას გამოყენებული ქართული სოციალური საწარმოების შესასწავლად.

“...ჯერჯერობით აი ესეთი მაშტაბური რომ თითოეულთან მივსულიყავით და გაგვეზომა რა შედეგებს დებენ ისინი არ მომხდარა. თუმცა ეს საკმაოდ დიდი და სამომავლო პერსპექტივა გვაქვს კი...”

საინტერესოა კერძო სექტორის მაგალითი ამ კუთხით. როგორც ფონდი “სიცოცხლის ხის” ხელმძღვანელმა ინტერვიუს დროს აღნიშნა, ისინი განაცხადშივე თხოვენ სოციალურ საწარმოებს წარმატების კრიტერიუმების ჩამოყალიბებას, რასაც შემდეგ თავად იყენებენ მონიტორინგისა და შეფასების კუთხით.

“... თვითონ უნდა აგვიღწერონ, რას თვლიან წარმატების ინდიკატორებად და ჩვენი მხრიდან როგორი შეიძლება იყოს მონიტორინგის ფორმა. ჩვენ შემდეგ რა თქმა უნდა ვამატებთ სხვადასხვა კრიტერიუმებს და გვაქვს დასახული მიზანი, მაგალითად, უხეშად რომ ვთქვათ, ეკო ბანაკს თუ ესტუმრა 200 ადამიანი და მიღებული შემოსავლით 20-მა შშმ პირმა გაიარა ტრენინგი და 10-მა შშმ პირმა მიიღო განათლება, ეს პროექტი იქნება წარმატებული. ან მაგალითად, კასპის შემთხვევაში, თუ დავიწყებთ 2 შშმ პირის დასაქმებით და წლის ბოლომდე 10 შშმ პირი დასაქმდება და მიღებული შემოსავლით დაადაპტირდება 4 დღის ცენტრი, მაშინ ეს პროექტი ჩაითვლება წარმატებულად...”

საინტერესოა ის ფაქტი, რომ, იმდენად მცირეა რაოდენობა საქართველოში ფუნქციონირებადი სოციალური საწარმოებისა, რომ ორგანიზაციები, განურჩევლად

იმისა, თუ რომელ სექტორში ახორციელებენ თავიანთ საქმიანობას სოციალური მეწარმეობის კუთხით, ძირითადად ერთიდაიგივე სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობენ, რაც, გარკვეულწილად, ხელს უშლის ახალი საწარმოების ჩამოყალიბებას და განვითარებას.

4.2 საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების მოკლე მიმოხილვა

კვლევის ფარგლებში შესწავლილ იქნა საქართველოში მოქმედი თორმეტი სოციალური საწარმო, რომლებიც ფუნქციონირებენ სხვადასხვა სფეროში. მათთან ჩატარდა ჩადრმავებული ინტერვიუები, რამაც უზრუნველყო ინფორმაციის მოძიება სიღრმისეულად. მიღებული მონაცემები სტრუქტურირება მოხდა თორმეტივე სხვადასხვა კონკრეტული შემთხვევის მიხედვით.

წინამდებარე ქვე-თავი ასახავს თითოეული სოციალური საწარმოს მოკლე ისტორიას და მის ამჟამინდელ საქმიანობას.

არაბული არტჰაუსი (სოციალური საწარმო 1)

“... ჩვენი მთავარი მიზანი იყო ერთის მხრივ, გადაგვერჩინა ძველი ტრადიციული კულტურა და, მეორეს მხრივ, მთაში მცხოვრები ქალები დაგვესაქმებინა. ასევე, ბავშვებს სკოლის ასაკშივე ესწავლათ ხელსაქმე, რაც საშუალებას მისცემს მათ, სკოლის დამთავრების შემდეგ, შეიძლება მცირე, მაგრამ საკუთარი შემოსავალი ჰქონოდა...”

არაბული არტჰაუსი ხევსურეთში, სოფელ კორშაში დაფუძნებული საწარმოა, რომელიც ერთდროულად აერთიანებს კულტურის ცენტრს, ტრადიციული ხელსაქმის სახელოსნოსა და სასწავლო ცენტრს. იგი 2016 წელს დაფუძნდა არასამთავრობო ორგანიზაცია “ხევსურეთი და თემის” მიერ. სოციალური საწარმოს მისაა ხევსურეთში, მაღალმთიან რეგიონში ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება და შემოსავლის შექმნა მათთვის, ტრადიციული ხელსაქმის გადაცემა მომავალი თაობებისათვის. ტრადიციული ხევსურული ტანსაცმლის, თამედროვე ტანსაცმლის და სუვენირების წარმოება.

სახელოსნოს შექმნის მიზანი იყო ხევისურეთის დამახასიათებელი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კვლევა, შესწავლა, განვითარება და ტრადიციული რეწვის გადაქცევა მცირე ბიზნესად /ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება და მათი შემოსავლების გაზრდა, რაც ხელს შეუწყობდა მთიდან მოსახლეობის მიგრაციის შეჩერებას. სახელოსნოში დასაქმებულია 9 ადამიანი (5 მუდმივი შტატი და 4 გამომუშავეებით). საშუალო ანაზღაურება თვეში 200-400 ლარი. მომზადდა 2 ოსტატი, ადგილობრივი 12 ბავშვი სწავლობდა ტრადიციულ ხელსაქმეს რეგულარულად

2016 წლის განმავლობაში ჩამოსული სტუმრებისთვის ჩატარდა მასტერკლასები სტუმრების რაოდენობა იყო - 54 კაცი. ასევე სახელოსნოს ზაფხულის განმავლობაში სტუმრობენ ტურისტები, რომლებიც ყიდულობენ ადგილობრივი ოსტატების მიერ დამზადებულ სუვენირებს / სტუმრების რაოდენობა იყო - 320 ადამიანი.

საწამოს შემოსავლამა 2016 წელს შეადგინა - 6090 ლარი / საიდანაც მოგება იყო 2360 ლარი. სახელოსნო გამორჩეულია რადგან მრავალფეროვან საქმიანობას სთავაზობს,- ქარგვა, ქსოვა, ფარდაგი, ხეზე კვეთა, მინანქარი. იგი წარმოადგენს ტურისტული კომპლექსს (სახელოსნო/ საწარმო, მუზეუმი, სასტუმრო, კვების ობიექტი) სადაც მოსულ სტუმარი ეცნობა კულტურას და არის მიმდინარე საქმიანობის მონაწილე.

სოციალური საწარმო თავდაპირველად დაფუძნდა არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირის სტატუსით, თუმცა ამჟამად რეგისტრირდება, როგორც შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება. ეს გადაწყვეტილება განპირობებულია ერთ-ერთი იმ ფაქტით, რომ საწარმო მდებარეობს მაღალმთიან რაიონში და შპს იურიდიული ფორმა თავისუფლდება გადასახადისგან. თუმცა, ააიპ-ის სტატუსით ფუნქციონირებისას, ხდებოდა ყველა შესაბამისი გადასახადის გადახდა. საწარმოს დამფუძნებლის თქმით, უმჯობესია ეს დაზოგილი თანხა გადახდილ იქნას თანამშრომელთა ხელფასებში, ვიდრე გადასახადებში.

“... მთელი ზაფხულის მანძილზე ჩვენი მთავარი სოციალური მისია და მიზანი იყო, რომ ადგილობრივ ბავშვებს უფასოდ ესწავლათ ხელსაქმე. მინანქრის და ვერცხლის მასალები, რომლებიც საკმაოდ ძვირი ჯდება, შევიძინეთ და მთელი ზაფხულის მანძილზე ეს ბავშვები უფასოდ სწავლობდნენ. მოგებამ შეადგინა 2000 ლარი. ამ თანხით ვიყიდვთ ისევ მასალები და შევიინახე სახელოსნოში.

წელს, ბავშვების სწავლაში გამოსაყენებელი მასალა, რომელიც შეიძლება მეცხრე კლასში, შეიძლება დამატება დამჭირდეს, ნაწილობრივ უკვე მაქვს. ამიტომ ვაპირებთ, რომ წლევანდელი მოგება არა ისევ ნედლეულში დაგხარჯო, არამედ სხვა რამე გავუკეთო ბავშვებს. გადაწყვეტილებას მივიღებ თემთან ერთად....”

სოციალური საწარმო დაფუძნდა ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსებით, რომელიც ყოველწლიურად აცხადებს კონკურსს სოციალური მეწარმეობის იდეების მხარდასაჭერად. თუმცა, ამჟამად არაბული არტჰაუსი გეგმავს ე.წ. სოციალური კრედიტით სარგებლობას, რომელსაც გასცემს მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია “კრისტალი”.

სოციალური საწარმოს დამფუძნებლები გრძელვადიან გეგმებზე საუბრისას ამბობენ, რომ გეგმავენ საწარმოს მასშტაბების გაფართოებას.

„...5 წლის შემდეგ წარმოიშობება, რომ თბილისში გვექნება ერთი პატარა მაღაზია ან რაიმე კუთხე და რამოდენიმე ქვეყანაში გვექნება გამოფენა...“

არაბული არტჰაუსი

დაარსების წელი:	2016
მდებარეობა:	ხევსურეთი, სოფელი კორშა
დასაქმებულთა რაოდენობა:	9 ადამიანი: 7 ქალი და 2 კაცი
ბიზნეს საქმიანობა:	ტრადიციული ხევსურული ტანსაცმლის, თამედროვე ტანსაცმლის და სუვენირების წარმოება.
იურიდიული სტატუსი:	2017 წლიდან შპს, 2016 წელს არაკომერციული, არასამეწარმეო იურიდიული პირი (ააიპ)
კაპიტალი დაფუძნებისას:	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	6000 ლარი შემოსავალი 3 თვის განმავლობაში
სოციალური შედეგი:	დასაქმების სტიმულირება მაღალმთიან რაიონში

ავტოლაიფი (სოციალური საწარმო 2)

“სწორედ ეს იყო მიზანი, რომ დაგვეარსებინა ჩვენივე საწარმო, სადაც შევძლებდით მიგვეცა ახალგაზრდებისთვის, როგორც პრაქტიკული, ისე თეორიული განათლება და ეს იქნებოდა წინაპირობა იმისა, რომ ახალგაზრდებს კარგი ცოდნა მიეღოთ...”

სოციალური საწარმო შპს „ავტოლაიფი“ 2011 წელს დაარსდა. საკმაოდ იშვიათია საქართველოში, როდესაც სოციალური საწარმო ფუნქციონირებს შპს. იურიდიული ფორმით. საწარმოს დაარსებამდე, დამფუძნებლებს ჰქონდათ არასამთავრობო ორგანიზაცია „ცხოვრების შანსი“, რომლის მიზანი იყო სოც. დაუცველი ადამიანებისთვის პროფესიის მიცემა და შემდეგ მათი დასაქმება. ორგანიზაციას ძალიან გაუჭირდა ამ მიზნის მიღწევა სახელმწიფო პროფესიული განათლების კოლეჯებთან ერთად, რადგან მათ არ ჰქონდათ საკმარისი რესურსი, რათა კარგი განათლება მიეცათ ახალგაზრდებისათვის. მათ დაიწყეს ბაზრის მოკვლევა და იქიდან გამომდინარე, რომ ავტოშემკეთლების პროფესია საკმაოდ მოთხოვნადი აღმოჩნდა, ამ მიმართულებით მუშაობა.

ზემოაღნიშნული მიზნის მისაღწევად, 2011 წელს გერმანელი პარტნიორების მხარდაჭერით დაარსეს სოციალური საწარმო, ხოლო შემდეგ კი მოხდა დამატებითი თანხების მობილიზება. ეს არის მოგებაზე ორიენტირებული საწარმო. ჰყავთ 12 დასაქმებული პროფესიონალი ხელოსანი. ემსახურებიან, როგორც კორპორატიულ, ისე ინდივიდუალურ კლიენტებს.

“...ჩვენი სოციალური მისია კი არის ის, რომ სოციალურად დაუცველ ახალგაზრდებს, ძირითადად ბავშვთა სახლის აღსაზრდელებს, ვაძლევთ საშუალებას უფასოდ მიიღონ განათლება და ამით მიეცეთ შანსი დასაქმდნენ სხვადასხვა საწარმოებში...”

რაც შეეხება, სოციალური საწარმოს ბიზნეს მოდელს, პრაქტიკული განათლება ფინანსდება კომპანიის ხარჯებით, ხოლო თეორიის შესწავლაზე პასუხისმგებლობას იღებს არასამთავრობო ორგანიზაცია „ცხოვრების შანსი“, რომელიც საგრანტო დაფინანსების საშუალებით ახორციელებს ამ პროექტებს. სასკოლო პროცესი გრძელდება დაახლოებით 18 თვის განმავლობაში და სტუდენტის სასწავლო მასალას, კვებას, ტრანსპორტირებას ორგანიზაცია უზრუნველყოფს. საშუალო

დანახარჯი 1 თვეში 1 თითოეულ სტუდენტზე მერყეობს 200-დან 400 ლარამდე. ხოლო პრაქტიკულ განათლებაზე პასუხისმგებლები არიან ხელოსნები, რათა სრულიად უფასოდ შეასწავლოდ ახალგაზრდებს ეს სფერო.

სოციალური საწარმოს დაფუძნებიდან, დახლოებით 60 სტუდენტი იყო ჩართული მათ პროგრამაში, რომელთაგან 60-70%-მდე უკვე დასაქმებულია სხვადასხვა მსგავსი ტიპის საწარმოში.

სოციალური საწარმოს საშუალო ყოველთვიურ ბრუნვას წარმოადგენს 15,000 ლარი. სეზონურობის მიხედვით, ბრუნვა უტოლდება 20,000-25,000 ლარს.

საწარმოს დამფუძნებლების 5 წლიან პერსპექტივაში შედის საკუთარი ქონების შექმნა. მათი თქმით,

“... ჩვენი მთავარი მიზანი არის, რომ ახალგაზრდებს მივცეთ დასაქმების შესაძლებლობა და თუ ეს განხორციელდება, ყველაფერი კარგად იქნება ჩვენთვის...”

ავტოლაიფი	
დაარსების წელი:	2011
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	12 ადამიანი
	ავტოსერვისი
ბიზნეს საქმიანობა:	
იურიდიული სტატუსი:	შპს
კაპიტალი დაფუძნებისას:	არასამთავრობო ორგანიზაცია “ცხოვრების შანსი” და ორი გერმანელი ინვესტორის ინვესტიცია
ფინანსური მდგრადობა:	15,000 ლარი ყოველთვიური ბრუნვა
სოციალური შედეგი:	- ახალგაზრდები იღებენ პროფესიულ განათლებას შესაბამის სფეროში; - კურსდამთავრებული ახალგაზრდების დასაქმების მაჩვენებლის არის დაახლოებით 60%

გენერატორი 9.8 (სოციალური საწარმო 3)

“... შენ თუ გჯერა, შეგიძლია სხვას დააჯერო, რომ ყველაფერი გამოდის. უტოპიური რაღაცეებიც კი . ანუ რაც იცი, რომ გინდა, გზებს იპოვი მის მისაღწევად, თუ არის შესაბამისი მოტივაცია კარგია კარგი საქმის კეთება...”

სოციალური საწარმო გენერატორი 9.8 დაფუძნდა 2015 წელს არასამთავრობო ორგანიზაციის "მშვიდობის და ინტეგრაციის საერთაშორისო ცენტრის" ინიციატივით. მათ სოციალურ მიზანს წარმოადგენს ახლად შექმნილი ორგანიზაციების, სტარტაფებისა და თავისუფალი პროფესიონალების განვითარების ხელშეწყობა; სოციალური ინოვაციის მხარდაჭერა; ახალგაზრდების სოციალური აქტიურობის სტიმულირება და ამით სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ხელშეწყობა.

სოციალური საწარმოს შექმნის იდეა დამფუძნებლებს დიდი ხანია ჰქონდათ. შეისწავლეს საზღვარგარეთის გამოცდილება, სადაც ერთიანი სამუშაო სივრცის მოდელი ე.წ. co-working space წარმატებულად ფუნქციონირებს. თუმცა, მიხვდნენ, რომ ეს სივრცე დამოუკიდებლად ვერ იმუშავებდა, რადგან მათი დაკვირვებით, ადამიანები არ არიან მზად ამაში გადაიხადონ ფული ან ურჩევნიათ დამოუკიდებელ ოფისში იმუშაონ, ამიტომ დააფუძნეს ბარი, სადაც დაინტეგრირდებოდა არა მარტო ამ კონკრეტული სოციალური საწარმოს აქტივობები, არამედ სხვა ადამიანებისაც, რომლებიც ძირითადად ახალგაზრდების განვითარების მიმართულებით მუშაობენ.

სოციალური კაფეს მენიუ მრავალფეროვანია და ის მოიცავს როგორც ალკოჰოლურ, ისე არაალკოჰოლურ სასმელს, წასახემსებლებს და დესერტს.

კაფე შედგება რამდენიმე სივრცისაგან. მათგან ერთი გამოყოფილია Co-working-ისათვის, ორი კი კაფეს სტუმრებს უმასპინძლებს. ერთი სივრცე ღია ცის ქვეშ მდებარეობს. კაფეში ასევე მოწყობილია შეხვედრების ოთახი. კაფეს პირველი სართული ადაპტირებულია ეტლით მოსარგებლე პირებისათვის.

სოციალური საწარმოს განხორციელებული აქტივობები წელიწადნახევრის განმავლობაში მოიცავს 200-მდე საჯარო ლექცია/ ვორქშოფს, 50-მდე კინოჩვენება & დისკუსიას, 50-მდე არტ გამოფენას, 10-მდე წიგნის პრეზენტაციას, 200-მდე მუსიკალური ღონისძიებას. სულ სოციალურ საწარმოში დასაქმებულია 10 ადამიანი

სრულ განაკვეთზე და ჰყავთ 100-მდე მოხალისე. საშუალო წლიური ბრუნვა შეადგენს 360,000 ლარს.

“...ჩვენი ახალგაზრდების ცნობიერების დონის ამაღლებაზე ვმუშაობთ იმ ფასეულობებთან მიმართებაში, რომელიც ცვენს პრინციპებთან ახლოს არის. ძირითადად თემატიკასაც ისეთს ვარჩევთ, რასაც ვფიქრობთ, რომ ეს სწორი არის ჩვენი საზოგადოებისთვის...”

სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებას ამჟამად შეფერხება შეეხო, რადგან იმ ტერიტორიაზე, სადაც საწარმო არის განთავსებული, თბილისის მერია ახორციელებს სარემონტო სამუშაოებს. ამან საშუალება მისცა საწარმოს დამფუძნებლებს შეეფასებინათ განვლილი პერიოდი, ესწავლათ საკუთარი შეცდომებზე და მოეხდინათ ბიზნეს მოდელის განახლება/შეცვლა.

გენერატორი 9.8

დაარსების წელი:	2015
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	10 სრულ განაკვეთზე და 100 მოხალისე
ბიზნეს საქმიანობა:	სოციალური კაფე
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	საშუალო წლიური ბრუნვა 360,000 ლარი
სოციალური შედეგი:	ახალგაზრდების ცნობიერების დონის ამაღლება

სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი (სოციალური საწარმო 4)

“...ჩვენი ხელს ვუწყობთ ახალგაზრდებს, რომ უკეთესი მომავლის ძიება არ დაიწყონ ქალაქში, არამედ თავად შექმნან შესაძლებლობები სოფელში...”

სოციალური საწარმო „სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი“ - შეიქმნა 2012 წელს ა(ა)იპ „ეთიკ ფინანსის“ მიერ.

სოციალური საწარმოს მიზანი: გორის რაიონის სოფელ სობისში მცხოვრებ ახალგაზრდებში მეწარმის უნარ-ჩვევების განვითარების ხელშეწყობა და დასაქმება.

ამჟამად საწარმოში დასაქმებულია 23 ადამიანი და დამატებით 4 ადამიანი გაყიდვებისა და მარკეტინგის სფეროში და უმეტესობა არიან ახალგაზრდები (15-30 წლამდე) დასაქმებულნი შესაბამისი სამუშაო განაკვეთით, საქართველოს შრომის კოდექსის შესაბამისად.

სოციალური საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს ნატურალურ წვენებს, მუკავეებს, ჩირს და ტყლაპს. ყოველწლიურად ხდება ახალი პროდუქტის დამატება.

დღესდღეობით აქტიურად მიმდინარეობს საწარმოში სამუშაოები, რომ სოციალური საწარმოს მფლობელობა სრულად განაწილდეს კოოპერატივის წევრებს შორის.

სოციალური საწარმოს ბაზაზე ფუნქციონირებს ახალგაზრდული ცენტრი, რომელიც საშუალებას აძლევს მოზარდებს დაესწრონ ხატვის, ხელსაქმის გაკვეთილებს, შეისწავლონ ხეზე კვეთა და ა.შ.

“ეს საწარმო ეხმარება ბავშვებს სოციალიზაციაში, საკუთარი უნარების გამოვლენაში და ხელს უწყობს, რომ მათ დაივიწყონ ყოველდღიურობა, გამხიარულდნენ და უკეთესი განწყობა შეექმნათ...”

“...აქ მიღებული უნარ-ჩვევები ეხმარებათ ახალგაზრდებს აღმოაჩინონ საკუთარ თავში ახალი ნიჭი...”

კოოპერატივის მართვა ხდება სამმართველო საბჭოს მიერ, რომლის შემადგენლობაში შედის წარმოების ხელმძღვანელი, დირექტორი და გაყიდვების ხელმძღვანელი.

სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი

დაარსების წელი:	2012წ
მდებარეობა:	გორი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	27 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	ნატურალური წველების წარმოება
იურიდიული სტატუსი:	კოოპერატივი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	გერმანიის საელჩოს ფინანსური მხარდაჭერა
ფინანსური მდგრადობა:	
სოციალური შედეგი:	შემცირდა ახალგაზრდების მიგრაცია სოფლიდან ქალაქში

სასწავლო-შემოქმედებითი სახელოსნო-ტრადიციული მოდის სახლი (სოციალური საწარმო 5)

“...სოც. საწარმო ძალიან კარგი ინსტრუმენტია არასამთავრობო ორგანიზაციისთვის. ეს არის დამატებითი შემოსავლის წყარო თავისი პროგრამებისა და პროექტების დასაფინანსებლად...”

სოციალური საწარმო 2014 წელს დაფუძნდა ევროპის ფონდის ფინანსური მხარდაჭერით არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირის სტატუსით. მისი მისიაა რთული ოჯახური პირობების მქონე ქალთა ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება, ტრადიციული რეწვის დარგების შენარჩუნება/პოპულარიზაცია. ამჟამად სოციალურ საწარმოში დასაქმებულია 14 ქალი.

“...იქიდან გამომდინარე, რომ მათ ოჯახში სერიოზული პრობლემები აქვთ, სრულ განაკვეთზე არც ერთი არ მუშაობს. აქვთ მცოცავი გრაფიკი, თუმცა მათ შორის არის 5-6 ისეთი თანამშრომელი, რომლებიც რეგულარულად დადიან და არიან უფრო აქტიურად ჩართულები...”

სოციალურ საწარმოს იმართება გამგეობის მიერ, რომელშიც არის 3 ადამიანი და საწარმოს აგრეთვე ჰყავს ბუღალტერი.

საწარმოს 2014 წელს არ ჰქონდა შემოსავალი, რადგან დაფინანსება მიიღო წლის ბოლოს. ფუნქციონირება ფაქტიურად დაიწყო 2015 წლის ზაფხულიდან. 2015 წელს წლიური შემოსავალი იყო დაახლოებით 600 ლარი. 2016 წელს შემოსავალი დაახლოებით 2000 ლარი იყო. საწარმოს დამფუძნებელი ამბობს, მაღალი კონკურენციის პირობებში უწევთ ფუნქციონირება.

“...აქ გარშემო არის დაახლოებით 2 ატელიე, რომელიც ჩვენზე ძველია და ამიტომ აქ მუშაობა ცოტა რთულია. ძალიან აგრესიულ რეკლამას ვერ ვეწვეით...”

სოციალურ საწარმოს გრძელვადიანი გეგმები აქვს. მიუხედავად იმისა, რომ მდგრადობის დონე საკმაოდ დაბალი აქვთ, ფიქრობენ, რომ ბევრი რამ ისწავლეს სოციალური საწარმოს ფუნქციონირების დაწყების დღიდან და ბევრ შედეგს მიაღწიას.

“...მე ვფიქრობ, რომ 5 წელიწადში ვიქნებით კარგი სოციალური საწარმო, რომელიც ქმნის კარგ, ხარისხიან პროდუქციას და მყარად დგას ფეხზე. მე მაინც ვფიქრობ, რომ ჩვენნაირი ორგანიზაციებისთვის ეს სოციალური საწარმო მაინც არ არის დაკარგული შრომა, რადგან ჩვენ მანამდე ზრდასრულთა განათლების პროგრამების განხორციელების არანაირი შესაძლებლობა არ გვქონდა. ეხლა კი განხორციელებთ ამ ყველაფერს, სწავლობენ თანამშრომლები და ზოგი შემდეგ სახელში გააკეთებს ნივთებს და გაყიდის და ჩვენთვის, როგორც სათემო ორგანიზაციისთვის, ერთ-ერთი მიზანი ეს არის...”

სასწავლო-შემოქმედებითი სახელოსნო-ტრადიციული მოდის სახლი

დაარსების წელი:	2014
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	14 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	სამკერვალო სალონი
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი

კაპიტალი დაფუძნებისას:	ევროპის ფონდის დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	2016 წ 2000 ლარი წლიური შემოსავალი
სოციალური შედეგი:	

რეას ციყვები (სოციალური საწარმო 6)

სოციალური კაფე „რეას ციყვები“ შეიქმნა 2013 წელს კავშირ „რეას“ მიერ. კაფე-გალერეაში გამოფენილია ხელნაკეთი ნივთები, რომლებიც "რეას" საინტეგრაციო ცენტრში გაერთიანებული მოზარდებისა და ახალგაზრდების მიერაა დამზადებული სხვადასხვა სახელოსნოში. “რეას ციყვების” მისიას წარმოადგენს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების ძლიერი მხარის გამოვლენა, რესოციალიზაციის და დასაქმების ხელშეწყობა. სოციალური კაფე მიზნად ისახავს მენტალური შეზღუდვის მქონე პირების დასაქმებას და მათი რესოციალიზაციას.

სოციალური საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს: ინკლუზიურ სოციალურ კაფეს ქალაქის ცენტრში; კვებით უზრუნველყოფის მიწოდების სერვისს; ხის და ტექსტილის როგორც დეკორატიულ, ისე გამოყენებით ნივთებს, რომლებიც დამზადებულია „კავშირი რეას“ ბენეფიციარების მიერ.

რეას ციყვები

დაარსების წელი:	2013
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	5 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	სოციალური კაფე
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	

სოციალური შედეგი:	კაფეს შემოსავალი მთლიანად ხმარდება კაფშირ "რეას" თბილისის და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონის საინტეგრაციო პროგრამებში ჩართული ბავშვების და ახალგაზრდების საჭიროებებს.
-------------------	---

ხანდაზმულთა სახლი (სოციალური საწარმო 7)

სოციალური საწარმო - ხანდაზმულთა სახლი დაარსდა 2012 წელს საზოგადოებრივი ორგანიზაცია „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირის მიერ“. სოციალური საწარმო წარმოადგენს სერვისის მიმწოდებელ სათემო მომსახურებას სოციალურად დაუცველი ხანდაზმულებისთვის. სოციალური საწარმოს მისიაა მაღალი სტანდარტის მომსახურების შეთავაზება ბუნებრივ ოჯახს მოწყვეტილი, სოციალურად დაუცველი ხანდაზმულებისთვის, რათა უზრუნველყოფილ იქნეს მათი ღირსეული სიბერე.

“...ჩვენი მისიაა შევუქმნათ ოჯახური გარემო და ღირსეული სიბერე ხანდაზმულებს 24-საათიანი ხარისხიანი ზრუნვით...”

სოციალური საწარმო ხანდაზმულებს უზრუნველყოფს საბაზისო საცხოვრებელი პირობებით და სოციალური და ფსიქოლოგიური რეაბილიტაციის სერვისით.

ხანდაზმულები უზრუნველყოფილები არიან ფსიქოლოგის, ოკუპაციური თერაპევტის, ფსიქიატრისა და სხვა პროფესიონალური მხარდაჭერით მათი საჭიროებებიდან გამომდინარე.

ხანდაზმულთა სახლი

დაარსების წელი:	2012
მდებარეობა:	ოზურგეთი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	9 ადამიანი
	ხანდაზმულთა სახლი
ბიზნეს საქმიანობა:	

იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	
სოციალური შედეგი:	ხანდაზმულთა სახლი 26 სოციალურად დაუცველ ბენეფიციარს უზრუნველყოფს 24 საათიანი ხარისხიანი ზრუნვის მომსახურებით; ხანდაზმულები უზრუნველყოფილები არიან ფსიქოლოგის, ოკუპაციური თერაპევტის, ფსიქიატრისა და სხვა პროფესიონალური მხარდაჭერით მათი საჭიროებებიდან გამომდინარე; სოციალური საწარმო ასაქმებს 9 ადგილობრივ მცხოვრებს

ჰერა (სოციალური საწარმო 8)

სოციალური საწარმო - აუდიო სტუდია „ჰერა“ შეიქმნა 2012 წელს, აფხაზეთის უსინათლოთა და ყრუ-მუნჯთა კავშირ „ჰერას“ ბაზაზე. სოციალური საწარმოში „აუდიო-მულტი სტუდია „ჰერა“ მიმდინარეობს ინტელექტუალური პროდუქტის გამოშვება აუდიო და მულტი წიგნების სახით. ქართულ, აფხაზურ, ოსურ და რუსულ ენებზე ჩაწერას ახორციელებენ პროფესიონალი მსახიობები და დიქტორები.

“... ჩვენ ვცდილობთ მეტი ხელმისაწვდომობა ჰქონდეთ უსინათლოებს, სმენის შეზღუდვის მქონეებს და სმენადაქვეითებულებს ინფორმაციასა და ლიტერატურაზე...”

საწარმოს მიზანია უსინათლო ბენეფიციართათვის ხელმისაწვდომობის გაზრდა ინფორმაციასა და სხვადასხვა ტიპის ლიტერატურაზე, ასევე დევნილი (აფხაზეთიდან, სამაჩაბლოდან) უსინათლო პირების დასაქმება.

საწარმოს მიზანია შესაბამისი ლიტერატურით და ინფორმაციით უზრუნველყოფს უსინათლო და მცირემხედველი ადამიანები.

სოციალური საწარმოს მიერ მიღწერული სოციალური შედეგები:

- 350-მდე აუდიო წიგსა და 10 ცალ მულტი-წიგნში (ვიდეო კომიქსები
- 2014 წელს პირველად საქართველოში შექმნილ იქნა აუდიო წიგნების ინტერნეტ-ბიბლიოთეკა
- 2016 წელს პირველად საქართველოში გამოვეშვით 26 ცალი საგანმანათლებლო-სასწავლო ლიტერატურა აუდიო წიგნების სახით, უსინათლო და მცირემხედველი სტუდენტებისათვის ორ ხმაზე ძირითადი გამხმოვანებლისა და აუდიო დესკრიპტორის მეშვეობით.
- 2016 წელს ელექტრონული წიგნების სახელ „საბა“-სთან ერთად ერთობლივი პროექტის სოციალურ მისიას წარმოადგენს უსინათლოებისა და მცირემხედველი ბენეფიციარების უფასო ხელმისაწვდომობა ხმოვანი წიგნების აპლიკაციაზე, ხოლო სხვა დანარჩენ კონტინგენტზე ხელმისაწვდომობა არის ფასიანი
- საწარმოში დასაქმებულია 15 ადამიანი, აქედან 4 მკვეთრად გამოხატული შშმ პირი, 3 მნიშვნელოვნად გამოხატული შშმ პირი და 4 ომის ვეტერანი
- უზრუნველყოფილია უსინათლო, მცირემხედველი, სმენის შეზღუდვის მქონე და სმენადაქვეითებულ ბენეფიციართა თანაბარი ხელმისაწვდომობა ინფორმაციასა და ლიტერატურაზე;
- 2014 წლიდან სოციალური საწარმო მუშაობს მოგებაზე და მიღწეულია ორგანიზაციის ეკონომიკური მდგრადობა.

ჰერა

დაარსების წელი:	2012
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	15 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	შშმ პირებისათვის ხელმისაწვდომი ლიტერატურის გამოშვება
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება

ფინანსური მდგრადობა:

2014 წლიდან სოციალური საწარმო მუშაობს მოგებაზე და მიღწეულია ორგანიზაციის ეკონომიკური მდგრადობა.

სოციალური შედეგი:

- 350-მდე აუდიო წიგნ და 10 მულტი-წიგნში (ვიდეო კომიქსები) 2014 წელს პირველად საქართველოში შექმნილ იქნა აუდიო წიგნების ინტერნეტ-ბიბლიოთეკა
- 2016 წელს პირველად საქართველოში გამოვეშვიტ 26 ცალი საგანმანათლებლო-სასწავლო ლიტერატურა აუდიო წიგნების სახით, უსინათლო და მცირემხედველი სტუდენტებისათვის ორ ხმაზე ძირითადი გამხმოვანებლისა და აუდიო დესკრიპტორის მეშვეობით.
- 2016 წელს ელექტრონული წიგნების სახელ „საბა“-სთან ერთად ერთობლივი პროექტის სოციალურ მისიას წარმოადგენს უსინათლოებისა და მცირემხედველი ბენეფიციარების უფასო ხელმისაწვდომობა ხმოვანი წიგნების აპლიკაციაზე, ხოლო სხვა დანარჩენ კონტინგენტზე ხელმისაწვდომობა არის ფასიანი
- საწარმოში დასაქმებულია 15 ადამიანი, აქედან 4 მკვეთრად გამოხატული შშმ პირი, 3 მნიშვნელოვნად გამოხატული შშმ პირი და 4 ომის ვეტერანი
- უზრუნველყოფილია უსინათლო, მცირემხედველი, სმენის შეზღუდვის

მქონე და სმენადაქვეითებულ ბენეფიციართა თანაბარი ხელმისაწვდომობა ინფორმაციასა და ლიტერატურაზე;

- 2014 წლიდან სოციალური საწარმო მუშაობს მოგებაზე და მიღწეულია ორგანიზაციის ეკონომიკური მდგრადობა.
-

ისტორიული (სოციალური საწარმო 9)

სოციალური საწარმო „ისტორიული“ დაარსდა საზოგადოებრივი ორგანიზაცია „ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის“ „ტრადიციული რეწვის განვითარების“ პროგრამის ფარგლებში, ჯერ როგორც ბრენდი 2000 წელს, ხოლო 2012წელს მან მიიღო ორგანიზაცი/არტ-ჯგუფის ფორმა და ჩამოყალიბდა, როგორც სოციალური საწარმო „ისტორიული“.

სოციალური საწარმოს მისიაა ქართული კულტურის სექტორის ეკონომიკური მდგრადობის და ცნობადობის ამაღლება. “ისტორიული” მიზნად ისახავს ფეროს ინსტიტუციების შემოსავლების ზრდას, ადგილობრივი ოსტატებისთვის სამუშაო ადგილების შექმნას, ტრადიციულ რეწვაში ეკონომიკური მიდგომების დანერგვასა და ტრადიციების შენარჩუნებას.

სოციალური საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს არქეოლოგიურ თემტიკაზე შექმნილ ხელნაკეთ სასაჩუქრე ნივთებს. კოლექცია მოიცავს ლითონმქანდაკეობის, კერამიკის და ტექსტილის 200-მდე ნივთს. მათ შორის ქაღის და მამაკაცის სამკაულს (ყელსაბამებს, საყურეებს, ბეჭდებს, ჰალსტუხის სამაგრებს და ა.შ.), მაგიდის აქსესუარებს (სუფრა ხელსახოცები, ხელსახოცის რგოლები ა.შ.), კორპორატიულ სასაჩუქრე პროდუქციას (მცირე პლასტიკა, ბრინჯაოს ბალოები, საკანცელარიო დანები ა.შ.).

სოციალური საწარმოს მიერ მიღწერული სოციალური შედეგები:

- საწარმოში დასაქმებულია 25-მდე ადამიანი, რომლებიც ემსახურებიან კოლექციის შექმნას: ჩამოსხმა, ხელით დამუშავება, კერვა, შეფუთვა და ა.შ.;
- საწარმოს პროდუქციის რეალიზაციიდან შემოსული თანხები ხმარდება ტრადიციული რეწვის განვითარების, საქართველოს კულტურის ცნობადობის ამაღლების და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვიკენ მიმართულ პროექტებს;
- ისტორიალის კოლექციას, არამატერიალური კულტურის მატერიალურ პროდუქტს, წვლილი შეაქვს საქართველოს კულტურის ცნობადობის ამაღლებაში, როგორც ადგილობრივად ასევე საზღვარგარეთ. ისტორიალის დამსახურებაა კულტურაში ეკონომიკური ასპექტების წამოწევა, რეწვის ბიზნესის მდგრადობის ამაღლება, ახალგაზრდებში დაინტერესების ზრდა. საწარმოს არაპირდაპირი ბენეფიციარები არიან მუზეუმები, სხვადასხვა ტიპის ადგილობრივი და უცხოელი მომხმარებელი.

ისტორიალი

დაარსების წელი:	2012
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	25 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	ქართული კულტურის პოპულარიზაცია
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	
სოციალური შედეგი:	<ul style="list-style-type: none"> - საწარმოში დასაქმებულია 25-მდე ადამიანი, რომლებიც ემსახურებიან კოლექციის შექმნას: ჩამოსხმა, ხელით დამუშავება, კერვა, შეფუთვა და ა.შ.; - საწარმოს პროდუქციის რეალიზაციიდან შემოსული თანხები ხმარდება ტრადიციული რეწვის განვითარების, საქართველოს კულტურის ცნობადობის ამაღლების და

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვიკენ მიმართულ პროექტებს;

- ისტორიალის კოლექციას, არამატერიალური კულტურის მატერიალურ პროდუქტს, წვლილი შეაქვს საქართველოს კულტურის ცნობადობის ამაღლებაში, როგორც ადგილობრივად ასევე საზღვარგარეთ. ისტორიალის დამსახურებაა კულტურაში ეკონომიკური ასპექტების წამოწევა, რეწვის ბიზნესის მდგრადობის ამაღლება, ახალგაზრდებში დაინტერესების ზრდა. საწარმოს არაპირდაპირი ბენეფიციარები არიან მუზეუმები, სხვადასხვა ტიპის ადგილობრივი და უცხოელი მომხმარებელი.
-

მწვანე საჩუქარი (სოციალური საწარმო 10)

სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი“ შეიქმნა 2017 წელს ა(ა)იპ „მწვანე საჩუქრის“ მიერ, რომლის 4 ახალგაზრდა დამფუძნებელი 2 წლის მანძილზე მოხალისეობრივად აგროვებდნენ ქაღალდს, ცვლიდნენ მას წიგნებში და ამ წიგნებით რეგიონის სკოლებს ამარაგებდნენ. დღეისათვის, ორგანიზაციას ყავს 340-მდე მუდმივი პარტნიორი ორგანიზაცია, რომლებსაც, ქაღალდის შეგროვებით წვლილი შეაქვთ გარემოსდაცვით საქმიანობაში. "მწვანე საჩუქარის" მისიაა მდგრადი განვითარების ხელშეწყობა, ნარჩენების მართვის პოლიტიკის გაძლიერება და სამუშაო ადგილების შექმნა.

„მწვანე საჩუქარი“ უზრუნველყოფს ქაღალდის ნარჩენების შეგროვებას და მისგან მიღებული პროდუქტების რეალიზაციას.

“ ... ჩვენი საწარმოს ღირებულებებია გარემოზე ზრუნვა, თანასწორობა, ინკლუზიური მიდგომა, შრომითი უფლებებისა და კანონის პატივისცემა...”

სოციალური საწარმო “მწვანე საჩუქარის” მიზანია საქართველოს მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება და გარემოს დაცვა, ნარჩენების მართვის პოლიტიკისა და ინფრასტრუქტურის განვითარების გზით. აგრეთვე მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობა და მათი ინტეგრაცია საზოგადოებაში.

სოციალური საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს ნარჩენების მართვასთან დაკავშირებულ ფასიან და უფასო სერვისებს, აგრეთვე მეორადი ქაღალდისაგან წარმოებულ პროდუქტს.

სოციალურ საწარმოს მხარდამჭერები არიან ადგილობრივი საზოგადოებრივი ორგანიზაციები და კომპანიები, რომლებმაც თავის ოფისებში განათავსეს „მწვანე ყუთები“ და უსასყიდლოდ აგროვებენ მაკულატურას. ამ ეტაპზე „მწვანე საჩუქარის“ მეგობარია 40 ორგანიზაცია და ამ დრომდე შეგროვდა 2 ტონა მაკულატურა.

საწარმოში დასაქმებულია 2 ადგილობრივი მცხოვრები, უახლოეს პერსპექტივაში დამატებით დასაქმდება 4 ადამიანი.

მწვანე საჩუქარი	
დაარსების წელი:	2017
მდებარეობა:	თბილისი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	2 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	მაკულატურის მართვა
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	
სოციალური შედეგი:	- 2 ადგილობრივი მოსახლის დასაქმება

ლიახველი ოსტატები (სოციალური საწარმო 11)

სოციალური საწარმო „ლიახველი ოსტატები“ დაარსდა 2015 წელს დიდი ლიახვის ხეობიდან დევილი ოსტატ-რესტავრატორების მიერ გორის მუნიციპალიტეტის ვერხვების დევნილთა დასახლებაში. საწარმოს მისიას წარმოადგენს ვერხვების იძულებით გადაადგილებულ პირთა დასახლებაში მცხოვრები იძულებით გადაადგილებულ პირთა გრძელვადიანი და უსაფრთხო საცხოვრისით უზრუნველყოფა და კონფლიქტის ზონაში არსებული კულტურულ-ისტორიული ძეგლების მოვლა-პატრონობა;

“... ჩვენი მიზანია გორის მუნიციპალიტეტში, ვერხვების დევნილთა დასახლებაში მცხოვრები იძულებით გადაადგილებულ პირთა პროფესიული გადამზადების, დასაქმების და საყოფაცხოვრებო პირობების გაუმჯობესების ხელშეწყობა...”

სოციალური საწარმოს „ლიახველი ოსტატები“ მოძრავი სარესტავრაციო სახელოსნო და ოსტატ-რესტავრატორების მოსამზადებელი ცენტრი მომხმარებელს სთავაზობს შემდეგ სერვისს:

- ვერხვების დევნილთა დასახლებაში დაზიანებული საცხოვრებელი კოტეჯების რემონტი;
- ადგილობრივი, დევნილი მოსახლეობის პროფესიული გადამზადება და შემდგომი დასაქმება ისტორიულ-კულტურული ძეგლების რესტავრაციის მიმართულებით;
- ისტორიულ-კულტურული ძეგლების რესტავრაცია;
- მშენებლობა-რემონტი (ავეჯის რესტავრაცია, ხის და რკინის დამუშავება, კირხსნართ მუშაობა, კრამიტის მოწყობა, შელესვა და სხვ.).

სოციალური საწარმო უფასოდ ემსახურება ვერხვების დევნილთა დასახლებაში მაცხოვრებლებს კოტეჯების შეკეთება-გამაგრებით სამუშაოებში, დასაქმებული ჰყავს 6 დევნილი ოსტატი და 10 სოციალურად დაუცველი, დევნილ ახალგაზრდას უფასოდ სთავაზობს პროფესიული გადამზადების კურსებს.

ლიახველი ოსტატები

დაარსების წელი:	2015
მდებარეობა:	გორი
დასაქმებულთა რაოდენობა:	16 ადამიანი
ბიზნეს საქმიანობა:	მოძრავი სახელოსნო
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	
სოციალური შედეგი:	დასაქმებული ჰყავს 6 დევნილი ოსტატი და 10 სოციალურად დაუცველი,

ეთნოდიზაინი (სოციალური საწარმო 12)

სოციალური მაღაზია ეთნოდიზაინი დაარსდა 2015 წელს “ საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციის“ მიერ, იგი თავს უყრის 90-მდე საქართველოს ყველა რეგიონში მცხოვრები ოსტატების მიერ შესრულებულ გამორჩეულ ხელნაკეთ ნამუშევრებს. ეთნოდიზაინი არის სოციალური და კონცეპტუალური მაღაზია, რომელიც მუდმივად მუშაობს ოსტატებთან ერთად ტრადიციული და ამავე დროს თანამედროვე ნიმუშების შექმნაზე.

მაღაზიის წარმატებული ფუნქციონირების და მდგრადობის გათვალისწინებით, 2017 წელს ვარძიის ისტორიულ-არქიტექტურულ მუზეუმ ნაკრძალის ტერიტორიაზე გაიხსნა „ეთნოდიზაინის“ კიდევ ერთი სოციალური მაღაზია.

“... ჩვენ ვცდილობთ ტრადიციული რეწვის ოსტატების ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას, მათი პროდუქციის ხარისხის და დიზაინის განვითარებას და გაყიდვების ხელშეწყობას...”

ეთნოდიზაინი მიზნად ისახავს საქართველოში მცხოვრები ტრადიციული რეწვის ოსტატების პოპულარიზაციას, ადგილობრივი ტრადიციების შენარჩუნებას და

პროდუქციის განვითარების გზით რეწვის ნიმუშების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას ბაზარზე. გარდა ამისა, ეთნოდიზაინი ხელს უწყობს ტრადიციული რეწვის სფეროში ახალგაზრდების ჩართულობასა და დასაქმებას.

სოციალური მაღაზიის არსებობის მანძილზე ოსტატებთან მუდმივი თანამშრომლობის შედაგად საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებში, გაუმჯობესდა სახელოსნოების ინფრასტრუქტურა, შეიქმნა ნამუშევრების ახალი კოლექციები, რომელიც მორგებულია თანამედროვე ბაზრის მოთხოვნებს. ორივე მაღაზიამ (თბილისი-ვარძია) 150-მდე ოსტატის ყოველთვიური შემოსავალი მნიშვნელოვნად გაზარდა. გარდა ამისა, ნათლად გამოვლინდა ახალგაზრდა ოსტატების ტრადიციული რეწვის დარგში ჩართულობის ზრდაც, რაც ეთნოდიზაინის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიღწევად შეიძლება მივიჩნიოთ.

დიზაინისადმი თანამედროვე მიდგომებით, ტრადიციებზე დაყრდნობით შესრულებული პროდუქცია მიმზიდველი აღმოჩნდა, როგორც ქართველი ასევე უცხოელი მომხმარებლისათვის.

ეთნოდიზაინი	
დაარსების წელი:	2015
მდებარეობა:	თბილისი და ვარძია
დასაქმებულთა რაოდენობა:	150 ადამიანი (ოსტატი)
ბიზნეს საქმიანობა:	სოციალური და კონცეპტუალური მაღაზია
იურიდიული სტატუსი:	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
კაპიტალი დაფუძნებისას:	საგრანტო დაფინანსება
ფინანსური მდგრადობა:	
სოციალური შედეგი:	გაიზარდა 150-მდე ოსტატის ყოველთვიური შემოსავალი; ნათლად გამოვლინდა ახალგაზრდა ოსტატების ტრადიციული რეწვის დარგში ჩართულობის ზრდაც, რაც ეთნოდიზაინის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიღწევად შეიძლება მივიჩნიოთ.

4.3 სოციალური საწარმოების კონკრეტული შემთხვევების ანალიზი

სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასებისას, კვლევის ფარგლებში შესწავლილ სოციალური საწარმოების თორმეტი კონკრეტული შემთხვევა ჩაღრმავებული ინტერვიუების შედეგად გამოიკვეთა მსგავსები და განსხვავებები საწარმოებს შორის.

საინტერესოა, რომ ყველა რესპოდენტს ერთნაირად ესმოდა სოციალური საწარმოს შინაარსი და ხაზს უსვამდნენ სოციალური საწარმოს ეკონომიკურ და სოციალურ ნაწილს.

“...სოციალური საწარმო არის საწარმო, რომლის მიზანია რაღაცის წარმოება და აქედან შემოსავლების მიღება. თუმცა, ეკონომიკური სარგებლის მიღება არ არის კომპანიის მთავარი მიზანი. მთავარი მიზანი არის გარშემო არსებული თემის კეთილდღეობის, სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესება, სწორედ ეკონომიკური შემოსავლებით...”

“... საქმიანობა ანუ ორგანიზაცია, რომელიც იყენებს ბიზნეს პრინციპებს სოციალური მისიის განსახორციელებლად, სოციალური მიზნების მისაღწევად...”

“... ნებისმიერი საქმიანობა, რომლის მოგება ბრუნდება საწარმოში, არ მიდის დამფუძნებლის ჯიბეში და რომელიც ელსახურება საზოგადოებრივ ინტერესებს...”

შესაბამისად, სოციალურ მეწარმედ მიიჩნევდნენ ადამიანს, რომელიც იყენებს ბიზნეს აზროვნებას ბიზნეს პრინციპებს და ახორციელებს საქმიანობას იმ სოციალური მიზნების მისაღწევად, რომლისაც სჯერა.

საინტერესოა ის ფაქტი, რომ შესწავლილი თორმეტი კონკრეტული შემთხვევის მაგალითზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების უმეტესობა რეგისტრირდება არასამეწარმეო-არაკომერციული

იურიდიული ფორმით. გამოკითხული საწარმოებიდან, მხოლოდ ერთ მათგანს გააჩნდა შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების (შპს) სტატუსი (იხ. ცხრილი 4). მსგავსი ტენდენცია განპირობებულია იმ ფაქტით, რომ საქართველოში სოციალური საწარმოების დაფუძნება ძირითადად ხდება საგრანტო დაფინანსების მეშვეობით და საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობის მიხედვით, შპს-ს არ აქვს უფლება გრანტის მიღების. ამიტომ, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც სოციალური საწარმო ფუძნდება კერძო ინვესტორის და/ან საკუთარი კაპიტალით, მეწარმეები უპირატესობას ანიჭებენ ააიპ-ის სტატუსით დარეგისტრირებას.

№	სოციალური საწარმოს დასახელება	იურიდიული ფორმა
1	არაბული ArtHouse	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
2	ტრადიციული მოდის სახლი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
3	სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი	კოოპერატივი
4	გენერატორი 9.8	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
5	აუტოლაიფი	შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება
6	რეას ციფვები	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
7	ხანდაზმულთა სახლი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
8	ჰერა	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
9	ისტორიალი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
10	მწვანე საჩუქარი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
11	ღიახველი ოსტატები	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი

12	ეთნოლიზაინი	არასამეწარმო-არაკომერციული იურიდიული პირი
----	-------------	---

ცხრილი 10: სოციალური საწარმოები და იურიდიული ფორმა

უნდა აღინიშნოს, რომ იურიდიული სტატუსი და შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზა დასახელებულ იყო, როგორც ერთ-ერთი გამოწვევა სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებისას. საგულისხმოა, რომ იმ სოციალური საწარმოების უმეტესობა, რომლებიც ააიპ-ის სტატუსით არიან რეგისტრირებულნი, ამბობენ, რომ იმის გამო, რომ საკანონმდებლო ბაზაში არ არის ჩანაწერი სოციალური საწარმოების შესახებ, საწარმოებს ფუნქციონირებისას ურთულდებათ თავისი საქმიანობისა და სოციალური მიზნების შესაბამისობის მორგება იურიდიულად გამართული გზით. ამჟამად, უწევთ ბევრ სხვადასხვა ინსტანციაში მისვლა და კონსულტაციის გამართვა, რათა მიიღონ პასუხი, თუ როგორ წარმართონ აქტივობები ლეგალურად კანონდებლობათან ჰარმონიზებულად:

“...ფინანსისტთან და იურისტთან უნდა გაიარო კონსულტაცია, რომ რაიმე შეცდომა არ დაუშვა. რა უნდა დაიბეგროს და რა არა. გვექონდა შემთხვევა, როდესაც ინფორმაციის არარსებობის გამო ისევ ჩვენ მოგვიწია მთელი კანონის წაკითხვა იმისათვის, რომ გვეცოდნოდა ორგანიზაცია მთის კანონით ისარგებლებდა თუ ვერა. როდესაც სტატუსი გაქვს კითხულობ თვითონ ორგანიზაციის უშუალოდ რა შედეგათები ეხება და რა ვერა...”

თუმცა, ყველა სოციალური საწარმო ჩარღმავებული ინტერვიუს დროს აღნიშნავდა, რომ არ არის საჭირო კანონმდებლობაში ცალკე იურიდიულ ფორმად გამოიყოს “სოციალური საწარმო”. ისინი მიიჩნევენ, რომ შესაბამის კანონში განმარტების ჩამატება მათი საქმიანობის იდენტიფიცირებას ბევრად გაამარტივებდა.

“... არაფერს არ იძლევა დიდათ ჩემი აზრით. უბრალოდ, რაშიც დაგვეხმარება, ეს იქნება იმის გამოვლენა, თუ რომელი საწარმო შეგვიძლია მივაკუთვნოთ სოციალურ საწარმოს...”

“...სოც. მეწარმეობის აღიარება, რომ კანონში იყოს ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ რა არის სოც. მეწარმეობა რომ ყველას შეეძლოს ჩაიხედოს კანონში და ნახოს რა არის სოციალური მეწარმეობა. შეზღუდვები თუ არის საწარმოში, ეს არის საწარმოს პრობლემა და ამიტომ დღევანდელი კანონმდებლობით არაფერი გვაკლდება, თუმცა არც არაფერი გვემატება...”

ზოგიერთი სოციალური საწარმო მიიჩნევს, რომ საჭიროა დაწესდეს საგადასახადო შეღავათები სოციალური საწარმოებისათვის. თუმცა, აქვე, არგუმენტად მოჰყავთ ის ფაქტი, რომ საკანონმდებლო შეღავათების დაწესება ძალიან რთულია და თითქმის შეუძლებელიც:

“...თუ არ იქნება კონკრეტული კრიტერიუმები, ძალიან რთულია საგადასახადო შეღავათების დაწესება. კანონმდებლობა არამგონია რომ გულისხმობდეს კონკრეტულ კრიტერიუმებს. ალბათ, შეუძლებელიც არის, რადგან ძალიან ფართო სფეროა. საგადასახადო შეღავათები ჩვენ კი არა ბევრ სხვა ქვეყანაში არ არის და მაგაზე ლაპარაკი ჯერ კიდევ ძალიან ადრეა. თუ იქნება საგადასახადო შეღავათები, მაშინ ძალიან კონკრეტული კრიტერიუმები უნდა იყოს წესით. ძან დიდი სამუშაოა და დრო სჭირდება...”

გამოკითხული სოციალური საწარმოები იურიდიულ ფორმაზე აუბრისას ამბობდნენ, რომ რადგან მათი რეგისტრაციის ფორმა არის არაკომერციული-არასამეწარმეო იურიდიული პირი, მათ არ მიუწვდებოდათ ხელი საბანკო კრედიტზე. ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ საკანონმდებლო ნორმებით განისაზღვრება სოციალური საწარმო, მიიჩნევენ, რომ ეს გარკვეულწილად განაპირობებს მათთვის კრედიტზე ხელმისაწვდომობის ზრდას.

გარდა ზემოაღნიშნულისა, სოციალური საწარმოები მიიჩნევენ, რომ საკანონმდებლო ბაზაში ჩანაწერი სოციალური საწარმოების შესახებ ხელს შეუწყობს სოციალური საწარმოს კონცეფციის ცნობადობის გაზრდას, განსაკუთრებით ხელისუფლების წევრებს შორის.

“სოციალურ საწარმოს რომ ჰქონდეს სტატუსი და ეს სტატუსი უნდა იყოს კანონმდებლობაში. „ჩინოვნიკებს“ ინფორმაცია მაინც ექნებოდათ, რომ არსებობს ასეთი საქმიანობის ფორმა...”

თუმცა, ის სოციალური საწარმოები, რომლებიც რეგისტრირებულნი არიან შპს-ს იურიდიული ფორმით, აღნიშნავენ:

“...მე ვერანაირ წინააღმდეგობას ვერ ვხედავ იურიდიული თვალთახედვით. რა თქმა უნდა უკეთესიც შეიძლება, თუმცა რაც არის ამ პირობებშიც თავისუფლად შეიძლება ვიმუშავოთ. უკეთესში გვულისხმობ იგივე სოც.

ხარჯების დაქვითვას, გრანტების მიღება შპს.სთვის, რომ შპს.მ შეძლოს მესამე პირთან კონკურენტუნარიანი ურთიერთობა...”

“...ნებისმიერი ბიზნესისთვის, იქნება ეს სოციალური თუ არასოციალური საწარმო, გაცილებით მომგებიანია შპს.ს კუთხით მოღვაწეობა. მესამე პირთან ურთიერთობისას, კორპორატიულ კლიენტებთან თუ ბანკთან, შპს.სთვის უფრო მარტივია ურთიერთობა ვიდრე აიპისთვის. ვინაიდან ჩვენ არ მივვიღია გრანტი, ჩვენთვის მნიშვნელოვანი იყო რომ არ დაბეგრულიყო მოგება, ამიტომ ვამუშობინეთ შპს.ს სამართლებრივი ფორმის ქვეშ დარეგისტრირება...”

საინტერესოა, რომ ყველა გამოკითხული სოციალური საწარმო ერთმნიშვნელოვნად აღნიშნა, რომ “სოციალური მეწარმეობის” კონცეფციის ცნობადობა საზოგადოებაში ძალიან დაბალია. თუმცა, აღნიშნავენ, რომ ბოლო 5 წლის პერიოდში ბევრად გაიზარდა ინფორმირებულობის დონე დაინტერესებულ პირებს შორის. ისინი ამბობდნენ, რომ 5 წლის წინ თავადაც არ ჰქონდათ ინფორმაცია სოციალური მეწარმეობის შესახებ.

“...5 წლის წინ ალბათ სოციალური მეწარმეობა თითქმის საერთოდ არც იყო. ძალიან ცოტა სოციალური საწარმო არსებობდა. ძალიან დიდი განსხვავებაა 5 წლის წინ და დღეს. 5 წლის წინ, მეც არ ვიცოდი რა იყო სოციალური საწარმო...”

საგულისხმოა, რომ სოციალური მეწარმეები ყურადღებას ამახვილებდნენ მოსახლეობაში და კონკრეტულად, მათ სამიზნე სეგმენტში, “სოციალურობის” ხარისხზე და ხაზს უსვამდნენ ერის დაბალ კულტურას ამ ფენომენტთან მიმართებაში.

“...ზოგადად, ზნეობის კონცეფციის ცნობადობა დაბალია ხალხში. მხარდაჭერა შესაბამისად, როგორც საზოგადოებისგან, ასევე სამთავრობო, არასამთავრობო და კერძო სექტორისგან ძალიან დაბალია...”

“...ზოგადად, როგორც ხდება, განვითარებულ ქვეყნებში უპირატესობას ანიჭებენ იმას, ვინც უფრო კეთილ საქმეს აკეთებს. ჩვენთან ასე არ ხდება...”

“...საქართველოში, სოფლებსა და მთებში გვაქვს ძალიან დიდი პრობლემა. დამოუკიდებლობასთან ერთად მიეჩვივნენ, რომ თბილისიდან რაიმე სახის პუმანიტარული დახმარება უნდა ჩავიდეს. რაღაცას რომ აკეთებ, ჰგონიათ, რომ ეს არის ვალდებულება, ჰგონიათ რომ ვიღაც უნდა დაეხმაროთ და ამიტომ

ყველაფერს არაგულისხმიერად იყენებენ. ძალიან დიდი ხანი დამჭირდა იმისათვის, რომ ამ ხალხისთვის გამეგებინებინა რომ ძაფის თითოეული ღერი არის ძალიან მნიშვნელოვანი, მიუხედავად იმისა რომ გრანტით არის ნაყიდი. ის არის უკვე ჩვენი საკუთრება და არა ვიღაცის ნაყიდი საჩუქარი და ყველაფერს თუ არ გავუფრთხილდები და ყველაფერს მიზნობრივად არ დავხარჯავ, ჩვენი საწარმო ვერ განვითარდება და ვერ გაავრძელებს სიცოცხლისუნარიანობას...”

სოციალური საწარმოს ცნობადობის ნაკლებობა, სოციალური მეწარმეების განცხადებით, გარკვეულ წინაღობას უქმნის მათ საწარმოს ფუნქციონირების პროცესში. განსაკუთრებით, ინფორმირებულობის ნაკლებობა გამომწვევად სახელდება საწარმოს დაფუძნების მომენტში. ისინი აღნიშნავენ, რომ არ არსებობს რაიმე ტიპის თავმოყრილი ინფორმაცია, რომელიც საშუალებას მისცემდა სოციალური მეწარმეობით დაინტერესებულ პირებს გამოეყენებინათ, როგორც გზამკვლევი სტარტ-აპისას.

“... ჯერ პირველ რიგში საწყის ეტაპზე არავინ იცოდა და ჩვენც ხომ არ ვიცოდით, თუნდაც ფინანსურად ეს ყველაფერი რომ ლეგალურად ყოფილიყო ან რეგისტრაცია როგორ მომხდარიყო. პასუხს არავინ არ გვცემდა. ვერცერთ სამთავრობო სტრუქტურაში. თავიდან ძალიან რთული იყო. არანაირი გზამკვლევები, არანაირი ინსტრუქცია არავისგან არ ყოფილა...”

გარდა “სოციალური მეწარმეობის” კონცეფციის ცნობადობისა, სოციალური მეწარმეობის უმეტესობა ინტერვიუს დროს აღნიშნავდა, რომ ბიზნესის პრინციპების არცოდნა დაბრკოლებას უქმნის მათ სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებისას. მათივე თქმით, სოციალური საწარმეობის უმეტესობა შეცდომას უშვებს, როდესაც “სოციალური” მიზნების მისაღწევად არ იყენებს ბიზნეს სტრატეგიას. ეს ხშირად განპირობებულია იმ ფაქტით, რომ სოციალური მეწარმეებს ნაკლები ცოდნა და გამოცდილება გააჩნიათ ბიზნესის მართვის მისი ყველა ასპექტის ჩათვლით, რაც ხშირად უდიდეს პრობლემას უქმნის საწარმოს მდგრადობას.

“... ჩვენთვის ეგ იყო რომ იმდენად ორიენტირებულები ვიყავით სოც. მიმართულებაზე რომ ფინანსური ყოველთვის უკანა პლანზე იყო. ეს არის დიდი შეცდომა სოც. საწარმეობისთვის. რასაც ვიცნობ მე ძირითადათ ასე ხდება...”

შესაბამისად, კომპეტენციის ამაღლებასაც სწორედ ბიზნესის მიმართულებით ისურვებდნენ. მათივე შემოთავაზებით, აუცილებელია სოციალური საწარმოების მხარდაჭერა როგორც სტარტ-აპ, ისე განვითარების ეტაპზე. უმჯობესი იქნება, თუ შემუშავდება გზამკვლევი, რომელიც სახელმძღვანელო დოკუმენტი იქნება სოციალური საწარმოების დამწყების მსურველთათვის. აგრეთვე, თუ იქნება რაიმე ტიპის ორგანი, რომელიც რჩევებს და კონსულტაციებს მისცეს დაფუძნებულ სოციალურ საწარმოს ბიზნესის მართვის პრინციპებთან დაკავშირებით.

საინტერესოა, რომ ყველა გამოკითხული სოციალური საწარმო წარმატების მთავარ ფაქტორად სრულ თავდადებას და დაუღალავ შრომას ასახალებს.

შედგების შეჯამება მეტა-მატრიცის ფორმატში

ცხრილი 11: შედეგების შეჯამება მეტა-მატრიცის ფორმატში

ცვლადები	სოციალური საწარმო 1	სოციალური საწარმო 2	სოციალური საწარმო 3	სოციალური საწარმო 4	სოციალური საწარმო 5
იურიდიული ფორმა	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	კოოპერატივი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
ადგილმდებარეობა	ხევსურეთი, სოფელი კორშა	თბილისი	თბილისი	გორი	თბილისი
დაარსების წელი	2016	2011	2015	2012	2014
ბიზნეს საქმიანობა	ტრადიციული ხევსურული ტანსაცმლი, თანამედროვე ტანსაცმლისა და სუვენირების წარმოება	ავტოსერვისი	სოციალური კაფე	ნატურალური წვენების წარმოება	სამკერვალო სალონი
სოციალური მიზანი	ხევსურეთის დამახასიათებე	სოც. დაუცველი ადამიანებისთვის	ახლად შექმნილი ორგანიზაციების	გორის რაიონის	რთული ოჯახური პირობების მქონე ქალთა

	<p>ლი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კვლევა, შესწავლა, განვითარება და ტრადიციული რეწვის გადაქცევა მცირე ბიზნესად /ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება და მათი შემოსავლების გაზრდა, რაც ხელს შეუწყობდა მთიდან</p>	<p>პროფესიის მიცემა და შემდეგ მათი დასაქმება</p>	<p>, სტარტაფებისა და თავისუფალი პროფესიონალების განვითარების ხელშეწყობა; სოციალური ინოვაციის მხარდაჭერა; ახალგაზრდების სოციალური აქტიურობის სტიმულირება და ამით სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ხელშეწყობა.</p>	<p>სოფელ სობისში მცხოვრებ ახალგაზრდებში მეწარმის უნარ-ჩვევების განვითარების ხელშეწყობა და დასაქმება</p>	<p>ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება, ტრადიციული რეწვის დარგების შენარჩუნება/პოპულარიზაცია</p>
--	--	--	--	---	--

	მოსახლების მიგრაციის შეჩერებას.				
კაპიტალი დაფუძნებისას	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსება	გერმანელ ინვესტორების დაფინანსება	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსება	გერმანიის საელჩოს ფინანსური მხარდაჭერა	ევროპის ფონდის დაფინანსება
დასაქმებულთა რაოდენობა	9 ადამიანი	12 ადამიანი	10 სრულ განაკვეთზე, 100 მოხალისე	27 ადამიანი	14 ადამიანი
ბრუნვა (ლარი)	6000 ლარი (3 თვის განმავლობაში)	ყოველთვიური 15,000 ლარი	360,000 ლარი (წლიური)		2000 ლარი (წლიური)
სოციალური შედეგი	დასაქმების სტიმულირება მაღალმთიან რეგიონში	კურსდამთავრებულნი ახალგაზრდების დასაქმების მაჩვენებელი არის 60%	ახალგაზრდების ცნობიერების დონის ამაღლება	შემცირდა ახალგაზრდების მიგრაციის სოფლიდან ქალაქში	გაიზარდა ზრდასრულთა დასაქმების მაჩვენებელი და გაუნდნათ შემოსავალი

ცვლადები	სოციალური საწარმო 6	სოციალური საწარმო 7	სოციალური საწარმო 8	სოციალური საწარმო 9
იურიდიული ფორმა	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
ადგილმდებარეობა	თბილისი	ოზურგეთი	თბილისი	თბილისი
დაარსების წელი	2013	2012	2012	2012
ბიზნეს საქმიანობა	სოციალური კაფე	ხანდაზმულთა სახლი	შშპ პირებისათვის ხელმისაწვდომი ლიტერატურის გამოშვება	ქართული კულტურის პოპულარიზაცია
სოციალური მიზანი	შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების ძლიერი მხარის გამოვლენა, რესოციალიზაციის და დასაქმების ხელშეწყობა.	მაღალი სტანდარტის მომსახურების შეთავაზება ბუნებრივ ოჯახს მოწყვეტილი, სოციალურად დაუცველი ხანდაზმულებისთვის, რათა უზრუნველყოფილი იქნეს მათი ღირსეული სიბერე	უსინათლო ბენეფიციართათვის ხელმისაწვდომობის გაზრდა ინფორმაციასა და სხვადასხვა ტიპის ლიტერატურაზე, ასევე დევნილი (აფხაზეთიდან, სამაჩაბლოდან) უსინათლო პირების დასაქმება	ქართული კულტურის სექტორის ეკონომიკური მდგრადობის და ცნობადობის ამაღლება

კაპიტალი დაფუძნებისას	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსება	საგრანტო დაფინანსება	საგრანტო დაფინანსება	ბავშვთა და ახალგაზრდობის ფონდის დაფინანსება
დასაქმებულთა რაოდენობა	5 ადამიანი	9 ადამიანი	15 ადამიანი	25 ადამიანი
ბრუნვა (ლარი)			2014 წლიდან სოციალური საწარმო მუშაობს მოგებაზე და მიღწეულია ორგანიზაციის ეკონომიკური მდგრადობა.	
სოციალური შედეგი	კაფეს შემოსავალი მთლიანად ხმარდება კავშირ "რეას" თბილისის და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონის საინტეგრაციო პროგრამებში ჩართული ბავშვების	ხანდაზმულთა სახლი 26 სოციალურად დაუცველ ბენეფიციარს უზრუნველყოფს 24 საათიანი ხარისხიანი ზრუნვის მომსახურებით; ხანდაზმულები უზრუნველყოფილები არიან ფსიქოლოგის,	350-მდე აუდიო წიგნ და 10 მულტი-წიგნში (ვიდეო კომიქსები) 2014 წელს პირველად საქართველოში შექმნილ იქნა აუდიო წიგნების ინტერნეტ-ბიბლიოთეკა; 2016 წელს პირველად საქართველოში გამოეუშვით 26 ცალი	საწარმოს პროდუქციის რეალიზაციიდან შემოსული თანხები ხმარდება ტრადიციული რეწვის განვითარების, საქართველოს კულტურის ცნობადობის

	<p>და ახალგაზრდების საჭიროებებს.</p>	<p>ოკუპაციური თერაპევტის, ფსიქიატრისა და სხვა პროფესიონალური მხარდაჭერით მათი საჭიროებებიდან გამომდინარე;</p>	<p>საგანმანათლებლო- სასწავლო ლიტერატურა აუდიო წიგნების სახით, უსინათლო და მცირემხედველი სტუდენტებისათვის ორ ხმაზე ძირითადი გამხმოვანებისა და აუდიო დესკრიპტორის მეშვეობით.</p>	<p>ამაღლების და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვიკენ მიმართულ პროექტებს; ისტორიალის კოლექციას, არამატერიალური კულტურის მატერიალურ პროდუქტს, წვლილი შეაქვს საქართველოს კულტურის ცნობადობის ამაღლებაში, როგორც ადგილობრივად ასევე საზღვარგარეთ. ისტორიალის დამსახურებაა კულტურაში</p>
--	--	---	--	---

				<p>ეკონომიკური ასპექტების წამოწევა, რეწვის ბიზნესის მდგრადობის ამაღლება, ახალგაზრდებში დაინტერესების ზრდა. საწარმოს არაპირდაპირი ბენეფიციარები არიან მუზეუმები, სხვადასხვა ტიპის ადგილობრივი და უცხოელი მომხმარებელი.</p>
--	--	--	--	--

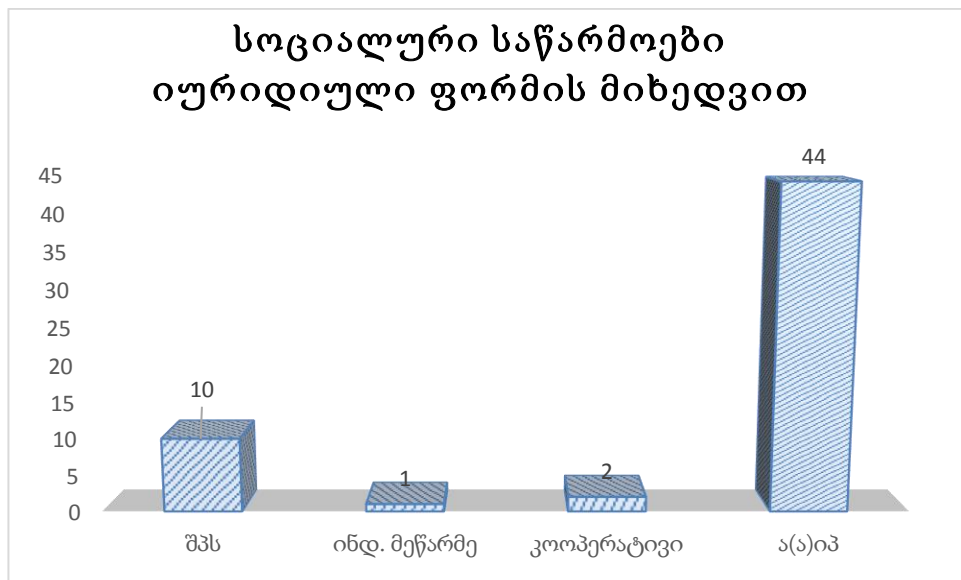
ცვლადები	სოციალური საწარმო 10	სოციალური საწარმო 11	სოციალური საწარმო 12
იურიდიული ფორმა	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი	არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირი
ადგილმდებარეობა	თბილისი	გორი	თბილისი და ვარძია
დაარსების წელი	2017	2015	2015
ბიზნეს საქმიანობა	მაკულატურის მართვა	მოძრავი სახელოსნო	სოციალური და კონცეპტუალური მაღაზია
სოციალური მიზანი	საქართველოს მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება და გარემოს დაცვა, ნარჩენების მართვის პოლიტიკისა და ინფრასტრუქტურის განვითარების გზით. აგრეთვე მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობა და მათი ინტეგრაცია საზოგადოებაში.	გორის მუნიციპალიტეტში, ვერხვების დევნილთა დასახლებაში მცხოვრები იძულებით გადაადგილებულ პირთა პროფესიული გადამზადების, დასაქმების და საყოფაცხოვრებო პირობების გაუმჯობესების ხელშეწყობა	ტრადიციული რეწვის ოსტატების ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება, მათი პროდუქციის ხარისხის და ღირებულების განვითარება და გაყიდვების ხელშეწყობა.

კაპიტალი დაფუძნებისას	საგრანტო დაფინანსება	საგრანტო დაფინანსება	საგრანტო დაფინანსება
დასაქმებულთა რაოდენობა	2 ადამიანი	16 ადამიანი	150 ადამიანი
ბრუნვა (ლარი)			
სოციალური შედეგი	2 ადგილობრივი მოსახლის დასაქმება	დასაქმებული ჰყავს 6 დევნილი ოსტატი და 10 სოციალურად დაუცველი,	გაიზარდა 150-მდე ოსტატის ყოველთვიური შემოსავალი; ნათლად გამოვლინდა ახალგაზრდა ოსტატების ტრადიციული რეწვის დარგში ჩართულობის ზრდა

4.4 სოციალური საწარმოების რაოდენობრივი კვლევის ანალიზი

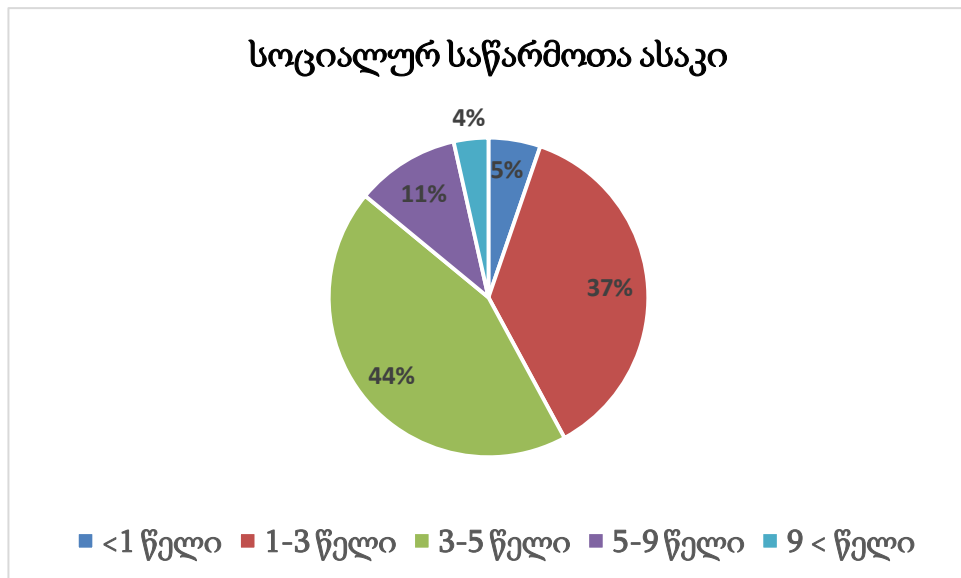
სოციალური საწარმოების ასაკი, ინსტიტუციური წყობა და საქმიანობის სფერო

გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა (N=57) 77% რეგისტრირებულია არასამეწარმეო არაკომერციული იურიდიული პირის (ა(ა)იპ)-ის სტატუსით, ხოლო 18%- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებად.



ნახაზი 8: სოციალური საწარმოების იურიდიული ფორმის მიხედვით

საინტერესოა, რომ კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების 44% (N=25) დაფუძნდა 3-5 წლის წინ, ხოლო 5% (N=3) 1 წელზე ნაკლებია, რაც ფუნქციონირებს. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულ საწარმოთა 4%-ს (N=2) მინიმუმ 9 წლის ისტორია აქვს.



ნახაზი 9: სოციალურ საწარმოთა ასაკი

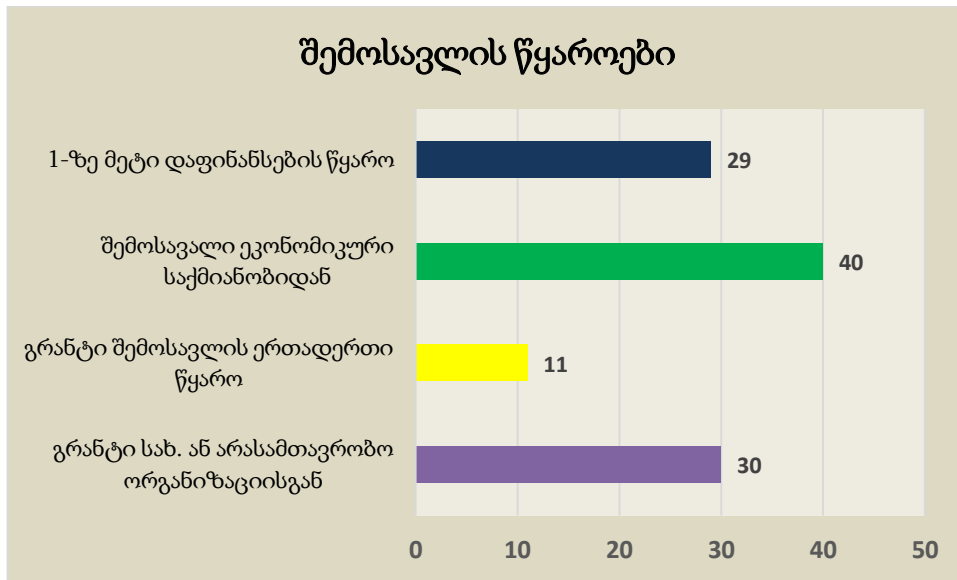
სოციალურ საწარმოებს კვლევის ფარგლებში ასევე უნდა მიეთითებინათ მათი საქმიანობის სფერო. იქიდან გამომდინარე, რომ მიღებული პასუხები განსხვავდებოდა 57-ივე საწარმოს შემთხვევაში, უპირატესად მივიჩნიეთ მიმართულებების დაჯგუფება შემდეგი კლასტერების მიხედვით:

- განათლება და მეცნიერება
- მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმება
- ეკონომიკური განვითარება
- ტურიზმი
- ჯანმრთელობის დაცვა

შედეგების ანალიზმა გამოავლინა, რომ სოციალურ საწარმოთა უდიდესი ნაწილი რამოდენიმე მიმართულებით ახორციელებს საქმიანობას და თითოეული მათგანი შეგვიძლია გადავანაწილოთ 2 ან მეტ კლასტერში.

შემოსავლები და დასაქმება

სოციალურ საწარმოთა 53%-ს მიუღია დაფინანსება გრანტის სახით სახელმწიფო ან არასამთავრობო ორგანიზაციისგან. ასევე, გამოკითხულთა 70%-ის აქვს ეკონომიკური საქმიანობიდან შემოსავალი, ხოლო 52%-ს გააჩნია 1-ზე მეტი დაფინანსების წყარო. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალურ საწარმოთა 19%-ისათვის გრანტი წარმოადგენს შემოსავლის ერთადერთ წყაროს.

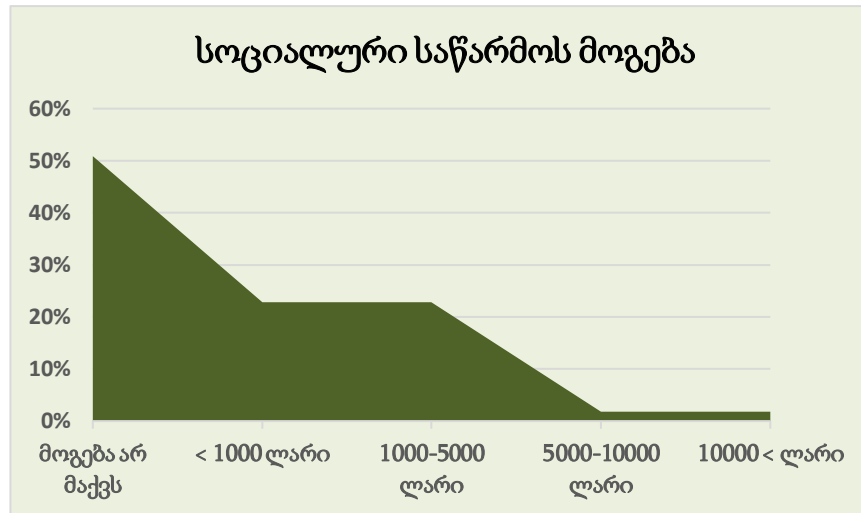


ნახაზი 10: შემოსავლის წყაროები

რაც შეეხება სოციალურ საწარმოთა დასაქმებულთა რაოდენობას, იგი განსხვავდება საწარმოს საქმიანობის ტიპის მიხედვით. საშუალოდ, გამოკითხულ საწარმოებში დასაქმებულია 9.05 ადამიანი, მათ შორის არიან შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, იძულებით გადაადგილებული პირები, სოციალურად დაუცველები და ა.შ.

მოგება და თანხის რეინვესტირება

გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 2%-ს (N=2) ჰქონდა 10,000 ლარზე მეტი მოგება, მაშინ, როდესაც 51% (N=29) აცხადებს, რომ 2017 წელს მოგება არ ჰქონდა. საინტერესოა, რომ 23% -ის მოგება ამავე წელს არ აღემატებოდა 1000 ლარს, ხოლო ანალოგიური მაჩვენებლები დაფიქსირდა 1000-5000 ლარის მოცულობის ჩარჩოში.



ნახაზი 11: სოციალური საწარმოს მოგება

საინტერესოა, რომ გამოკითხულ საწარმოთა 90% მოგების რეინვესტირებას სრულად ახდენს წესდებაში დაფიქსირებული სოციალური მიზნების შესასრულებლად.

ღირებულებები

კვლევის ფარგლებში ასევე შესწავლილ იქნა სოციალური და ეკონომიკური მიზნების უპირატესობა თითოეული სოციალური საწარმოს მაგალითზე. კითხვარი მოიცავდა შემდეგ ფორმულირებას, ქვემოთ მოცემული დებულებებიდან, გთხოვთ, მონიშნოთ ყველა ის ველი, რომელის სრულად შეესაბამება თქვენს სოციალურ საწარმოს:

- ჩემი სოციალური საწარმოსთვის სოციალური მიზნები უპირატესია ეკონომიკურ მიზნებთან შედარებით
- ჩემი სოციალური საწარმოსთვის ეკონომიკური მიზნები უპირატესია სოციალურ მიზნებთან შედარებით
- როდესაც საწარმო დგას რისკის ქვეშ, უპირატესად მივიჩნევთ სოციალური მიზნების მიღწევას
- როდესაც საწარმო დგას რისკის ქვეშ, უპირატესად მივიჩნევთ ეკონომიკური მიზნების მიღწევას

შედეგებმა აჩვენა, რომ ყველა გამოკითხული საწარმოსათვის, სოციალური მიზნების პრიორიტეტულობა აღემატება ეკონომიკურ მიზნებს. ასევე, იმ შემთხვევაში, თუ საწარმო დგას რისკის ქვეშ, ისინი ცდილობენ სოციალური მიზნების მიღწევას, ეკონომიკური მიზნების დაჩრდილვის ხარჯზე.

კომუნიკაცია

გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ მოსახლეობას ან არ აქვს ინტერესი “სოციალური საწარმოს” კონცეფციის მიმართ ან საერთოდ არ ფლობს ინფორმაციას ზემოაღნიშნულის შესახებ.

4.5 საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების “სოციალურობის” ანალიზი

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის მარეგულირებელი კანონმდებლობის ფორმირებისას საჭიროა განისაზღვროს მკაფიო მახასიათებლები, თუ რა მიიჩნევა სოციალურ საწარმოდ.

შედარებითი სამართლის საფუძველზე, შესაძლოა, ითქვას, რომ სხვადასხვა ქვეყნებში არსებული განსხვავებული იურიდიული განმარტებების მიუხედავად, არსებობს სოციალური საწარმოს ფუნდამენტური მახასიათებლები, რომლებიც ყველა სამართლებრივ სისტემაში მეტ-ნაკლებად აღიარებულია.

ევროპის პარლამენტის დაკვეთით მომზადებულ შედარებითი სამართლის კვლევაში „სოციალური და სოლიდარობაზე დაფუძნებული საწარმოების ევროპული სტატუსტი“ - აღნიშნულია, რომ ევროკავშირის ქვეყნებში მოქმედი სოციალური საწარმოების მარეგულირებელი ad hoc კანონმდებლობის ანალიზის საფუძველზე, კანონმდებლობის მოდელის, ცალკეული განსხვავებებისა და თავისებურებების მიუხედავად, გამოიკვეთა ევროპის ქვეყნების ძირითადი მიდგომა სოციალური საწარმოების რეგულაციის თვალსაზრისით. ეს საერთო ჩარჩო განაპირობებს სოციალურ საწარმოთა იდენტობის სტრუქტურის რამდენიმე ასპექტის ირგვლივ:

- *სოციალური საწარმო არის იურიდიული პირი, რომელიც დაფუძნებულია კერძო სამართლის საფუძველზე და დამოუკიდებელია სახელმწიფოსა და საჯარო მმართველობითი ორგანოებისაგან;*

გამოკითხული სოციალური საწარმოები რეგისტრირებულნი არიან საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად.

- *მას აქვს ექსკლუზიური ან მინიმუმ, წამყვანი მიზანი იმისა, რომ ემსახუროს სათემო ან საზოგადოებრივ ინტერესს;*

კვლევაში მონაწილე ყველა სოციალური საწარმოსთვის სათემო და/ან საზოგადოებრივი ინტერესი წარმოადგენდა პრიორიტეტს და მათი საქმიანობაც ორიენტირებული იყო ამ მიმართულებით.

- *ის ექვემდებარება სრულ ან მინიმუმ, ნაწილობრივ შეზღუდვას მოგების განაწილებაზე, და უფრო ზოგადად, შემოსავლებისა და მოგების განაწილების*

სპეციფიურ წესებს მისი არსებობის განმავლობაში, მათ შორის, ლიკვიდაციისას და სოციალური მეწარმის კვალიფიკაციის დაკარგვისას;

შესწავლილი სოციალური საწარმოების წესდებები ზღუდავს მოგების განაწილებას. იქიდან გამომდინარე, რომ უმეტესწილად საქართველოში სოციალური საწარმოები არასამეწარმეო არაკომერციული იურიდიული პირის სტატუსით არიან რეგისტრირებულნი, ზემოაღნიშნული დებულება კარგავს ვალიდურობას.

• ის უნდა აწარმოებდეს სოციალურად სასარგებლო მოქმედებებს, მათ შორის, ეს შეიძლება იყოს მოწვევლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა შრომითი ინტეგრაცია;

გამოკითხული სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულნი არიან მოწვევლადი ჯგუფების წარმომადგენლები, მათ შორის შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, იძულებით გადაადგილებული პირები, სოციალურად დაუცველები და ა.შ. გარდა ამისა, მათი დიდი ნაწილის საქმიანობას სწორად მარგინალიზებული მოსახლეობისათვის ხელმისაწვდომი საქონლისა და მომსახურების წარმოება წარმოადგენს.

• ის ექვემდებარება სპეციალურ სამთავრობო მოთხოვნებს, მათ შორის, ვალდებულებას, გამოაქვეყნოს სოციალური ანგარიში, ასევე ჩართოს სხვადასხვა დაინტერესებული პირები საწარმოს მართვაში და უზრუნველყოს სამართლიანი და მიუკერძოებელი მოპყრობა თანამშრომლებისა, განსაკუთრებით მოწვევლადი ჯგუფების წარმომადგენლების.

ზემოაღნიშნული დებულება სრულად შეესაბამება “ღია მონაცემების” არსებობის ვალდებულებას, რაც, ასევე, შეეხება საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოებს.

სოციალური საწარმოების მახასიათებლების განსაზღვრაზე მსჯელობისას, ასევე აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ევროპის საერთაშორისო კვლევითი ცენტრის (EMES) მიერ შემუშავებულია სოციალური საწარმოს ეტალონური კრიტერიუმები, რომლებიც ერთგვარ სახელმძღვანელოდ იქცა მსოფლიო მასშტაბით.

აღნიშნული კრიტერიუმები სამ ჯგუფად არის დაყოფილი: ეკონომიკური, სოციალური და თანამონაწილეობითი მართვის კრიტერიუმები⁶⁴. არ არის აუცილებელი, რომ სოციალური საწარმო აკმაყოფილებდეს შემუშავებულ ცხრავე კრიტერიუმს. ეს არის ერთგვარი „იდეალური სოციალური საწარმოს“ მახასითებლები. ქვემოთ მოკლედ აღვწერთ აღნიშნულ კრიტერიუმებს და საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების შესაბამისობას თითოეულ კრიტერიუმთან:

ეკონომიკური კრიტერიუმები:

- *საქონლის ან მომსახურების უწყვეტი წარმოება/მიწოდება - ეს კომპონენტი, სოციალურ მიზნებთან ერთად, უნდა წარმოადგენდეს ერთ-ერთ მთავარ მიზანს საწარმოს ფუნქციონირებისათვის. საქონლის/მომსახურების მიწოდებასთან შედარებით, სოციალური საწარმოს მუშაობისთვის ნაკლებად მნიშვნელოვანია ადვოკატირების კამპანიის წარმოება, ფონდების განაწილება და ა.შ.*

ყველა გამოკითხული სოციალური საწარმო ახორციელებს საქონლისა და/ან მომსახურების წარმოებას.

- *ეკონომიკური რისკის გარკვეული ხარისხი - სოციალური საწარმოს დამფუძნებლები უნდა აცნობიერებდნენ ინიციატივასთან დაკავშირებულ რისკებს. საჯარო დაწესებულებებისგან განსხვავებით, სოციალური საწარმოების ფინანსური შესაძლებლობები დამოკიდებულია მისი წევრებისა და დასაქმებულების მონდომებაზე, იქონიონ ადეკვატური რესურსები;*

სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებულ კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოები სრულად აცნობიერებენ მათ საქმიანობასთან დაკავშირებულ რისკებს, თუმცა, როგორც შედეგები ცხადყოფს, მათთვის სოციალური მიზნების პრიორიტეტულობა აღემატება ეკონომიკურ მიზნებს.

- *დამოკიდებულება ანაზღაურებადი სამუშაოს მიმართ - სოციალურ საწარმოს აუცილებლად უნდა გააჩნდეს თუნდაც მინიმალური რაოდენობის ანაზღაურებადი მუშახელი, მაშინ, როდესაც სხვა არამომგებიან ორგანიზაციებს არ ეკისრებათ ასეთი*

⁶⁴ Jacques Defourny, Marthe Nyssens- The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective- https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-12-03_Defourny-Nyssens.pdf

ვალდებულება და ისინი მხოლოდ მოხალისეობითი მუშახელითაც შეიძლება შემოიფარგლონ.

რაც შეეხება სოციალურ საწარმოთა დასაქმებულთა რაოდენობას, იგი განსხვავდება საწარმოს საქმიანობის ტიპის მიხედვით. საშუალოდ, გამოკითხულ საწარმოებში დასაქმებულია 9.05 ადამიანი, მათ შორის არიან შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, იძულებით გადაადგილებული პირები, სოციალურად დაუცველები და ა.შ. გამოკითხულ სოციალურ საწარმოებში ასევე ჩართულნი არიან მოხალისეები.

სოციალური კრიტერიუმები:

- *ნათელი მიზანი, რომელიც ფოკუსირებულია საზოგადოების კეთილდღეობაზე - ერთ-ერთი პრინციპული მიზანი სოციალური საწარმოსი არის ის, რომ ემსახუროს თემს ან ადამიანების სპეციფიურ ჯგუფს (მაგ. მოწყვლად ფენებს);*

კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების უპირველეს მიზანს საზოგადოების/თემის კეთილდღეობა წარმოადგენს და მათი უმრავლესობა ფოკუსირებულია მოწყვლადი ჯგუფებისათვის ხელიმისაწვდომი საქონლისა და/ან მომსახურების წარმოებაზე.

- *ინიციატივა წამოწყებულია მოქალაქეთა გარკვეული ჯგუფის ან საზოგადოებრივი ორგანიზაციის მიერ - სოციალური საწარმო არის თემის წევრების ან ერთი მკაფიო საჭიროებით ან მიზნით დაკავშირებული ადამიანების გაერთიანების შედეგი. ეს კოლექტიური განზომილება შენარჩუნებული უნდა იყოს დროთა განმავლობაში, თუმცა ხელმძღვანელობის საჭიროება (ფიზიკური პირის ან მცირე ჯგუფის მიერ ხელმძღვანელობა) არ უნდა იქნეს უგულებელყოფილი;*

გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 77% რეგისტრირებულია არასამეწარმეო არაკომერციული იურიდიული პირის (ა(ა)იპ)-ის სტატუსით, ხოლო 18%- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებად. შესაბამისად, კოლექტიური განზომილება სრულად არის შენარჩუნდება კვლევაში მონაწილე საწარმოებში.

- *მოგების შეზღუდული განაწილება - სოციალური მიზნების უპირატესობა უნდა აისახოს მოგების განაწილების შეზღუდვაში. თუმცა, სოციალური საწარმოები არ მოიცავს მხოლოდ ისეთ ორგანიზაციებს, რომლებიც საერთოდ არ ანაწილებენ*

მოგებას, სოციალური საწარმო შეიძლება იყოს ორგანიზაცია, რომელიც მოგებას ანაწილებს შეზღუდული რაოდენობით.

საინტერესოა, რომ გამოკითხულ საწარმოთა 90% მოგების რეინვესტირებას სრულად ახდენს წესდებაში დაფიქსირებული სოციალური მიზნების შესასრულებლად. კვლევის ფარგლებში ასევე შესწავლილ იქნა სოციალური და ეკონომიკური მიზნების უპირატესობა თითოეული სოციალური საწარმოს მაგალითზე. შედეგებმა აჩვენა, რომ ყველა გამოკითხული საწარმოსათვის, სოციალური მიზნების პრიორიტეტულობა აღემატება ეკონომიკურ მიზნებს. ასევე, იმ შემთხვევაში, თუ საწარმო დგას რისკის ქვეშ, ისინი ცდილობენ სოციალური მიზნების მიღწევას, ეკონომიკური მიზნების დახრდილების ხარჯზე.

სოციალური საწარმოს მონაწილეობითი მმართველობა

- დამოუკიდებლობის მაღალი ხარისხი - სოციალური საწარმო შექმნილი უნდა იყოს ადამიანების ჯგუფის მიერ ავტონომიური პროექტის საფუძველზე და იმართებოდეს ამ ჯგუფის მიერ. ეს საწარმოები შეიძლება დამოკიდებული იყოს საჯარო სუბსიდიებზე, მაგრამ ისინი არ უნდა იმართებოდნენ პირდაპირ ან ირიბად საჯარო ხელისუფლების ორგანოების ან სხვა ორგანიზაციების მიერ (კერძო ფირმები და სხვ.);*

სოციალურ საწარმოთა 53%-ს მიუღია დაფინანსება გრანტის სახით სახელმწიფო ან არასამთავრობო ორგანიზაციისგან. ასევე, გამოკითხულთა 70%-ის აქვს ეკონომიკური საქმიანობიდან შემოსავალი, ხოლო 52%-ს გააჩნია 1-ზე მეტი დაფინანსების წყარო. ასევე, კვლევაში ფიქსირდება მაგალითი, როდესაც სოციალური საწარმოს სერვისის მომხმარებელი/დამკვეთი არის სახელმწიფო.

- გადაწყვეტილების მიღების ძალაუფლება არ უნდა ეფუძნებოდეს კაპიტალის მფლობელობას ეს კრიტერიუმი ძირითადად, ეხება პრინციპს - ერთი წევრი - ერთი ხმა, ან სულ მცირე, გადაწყვეტილების მიღების პროცესს, რომლის მიხედვითაც ხმის მიცემის ძალაუფლება არ არის განაწილებული წილის მფლობელობის მიხედვით იმ ორგანოში, რომელსაც გადაწყვეტილების მიღების უფლებები აქვს;*

კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით აღნიშნული პუნქტის გაანალიზება ვერ მოხერხდება არასაკმარისი მონაცემების გამო.

- *საერთო გარემო, რაც უზრუნველყოფს დაინტერესებულ მხარეთა მაღალ ჩართულობას - მომხმარებელთა წარმომადგენლობა და მონაწილეობა, სხვადასხვა დაინტერესებული პირების მიერ გადაწყვეტილებებზე გავლენის უნარი და მონაწილეობითი მმართველობა ხშირად ქმნის მნიშვნელოვან მახასიათებლებს სოციალური საწარმოებისა.*

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური საწარმოები გარკვეულწილად უზრუნველყოფენ დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობითი პროცესით ჩართულობას, კონკრეტული მაგალითების დემონსტრირება ვერ მოხერხდა კვლევის ფარგლებში.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კვლევის მონაწილე სოციალური საწარმოები აკმაყოფილებენ ზემოაღნიშნული სოციალური და ეკონომიკური კრიტერიუმების დიდ ნაწილს, თუმცა საჭიროა მეტი აქცენტი გაკეთდეს დაინტერესებულ მხარეთა ჩართულობაზე და უზრუნველყოფილ იქნას დიალოგი სხვადასხვა სექტორის წარმომადგენლებს შორის სოციალური საკითხების ერთობლივად მოგვარების მიზნით.

4.6 სოციალური საწარმოების როლი ქვეყნის მდგრად განვითარებაში

სოციალურ საწარმოებზე საუბრისას, აუცილებელია მათი საქმიანობის განხილვა მდგრადი განვითარების კონცეფციასთან მიმართებაში. ზოგადად, მდგრადი განვითარება მოიცავს საკუთარი მოთხოვნების იმგვარად დაკმაყოფილებას, რომ არ შეექმნას საფრთხე მომავალი თაობების შესაძლებლობებს. კონცეფცია ეფუძნება სოციალურ, ეკონომიკურ და ეკოლოგიურ ასპექტებს.

მდგრადი განვითარების ფენომენზე დიდი ხნის მანძილზე მიმდინარეობდა მსოფლიო მასშტაბით დისკუსია და მეცნიერები მსჯელობდნენ, როგორ შეეძლოთ გაეზომათ “მდგრადი განვითარება”. გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია ამ კუთხით პოისონერს წარმოადგენს და შეიმუშავა “მდგრადი განვითარების” მიზნები, რომლებიც 2001-2015 წლებში ცნობილი იყო ათასწლეულის განვითარების მიზნები, ხოლო 2015 წლის სექტემბერში, საქართველო შეუერთდა მსოფლიოს ქვეყნებს, რომლებმაც ერთობლივად მიიღეს მდგრადი განვითარების დღის წესრიგი 2030 წლისათვის. აღნიშნული დღის წესრიგი მოიცავს მდგრადი განვითარების 17 მიზანს, რომელიც სიღარიბის აღმოფხვრას, ფართოდ გავრცელებული უთანასწორობის შესუსტებას და კლიმატის გლობალური ცვლილების წინააღმდეგ ბრძოლას ემსახურება.

გაეროს განვითარების მიზნების მოიცავს 17 მიმართულებას, რომელიც აერთიანებს შემდეგს:

- მიზანი 1: სიღარიბის ყველა ფორმის აღმოფხვრა
- მიზანი 2: შიმშილის აღმოფხვრა, სასურსათო უსაფრთხოებისა და გაუმჯობესებული კვების მიღწევა და მდგრადი სოფლის მეურნეობის ხელშეწყობა
- მიზანი 3: ჯანსაღი ცხოვრებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა ყველა ასაკის ადამიანისათვის
- მიზანი 4: ინკლუზიური და თანასწორი განათლების უზრუნველყოფა და უწყვეტი სწავლის შესაძლებლობის შექმნა ყველასათვის
- მიზანი 5: გენდერული თანასწორობის მიღწევა და ყველა ქალისა და გოგონას შესაძლებლობების გაუმჯობესება
- მიზანი 6: წყლის მდგრადი მართვისა და სანიტარული ნორმების დაცვის საყოველთაო უზრუნველყოფა

- მიზანი 7: ხელმისაწვდომი, საიმედო, სტაბილური და თანამედროვე ენერჯის საყოველთაო ხელმისაწვდომობა
- მიზანი 8: სტაბილური, ინკლუზიური და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის ხელშეწყობა, სრული და პროდუქტული დასაქმება და ღირსეული სამუშაო ყველასათვის
- მიზანი 9: მდგრადი ინფრასტრუქტურის შექმნა, ინკლუზიური და განვითარებული ინდუსტრიალიზაციისა და ინოვაციების ხელშეწყობა.
- მიზანი 10: უთანასწორობის შემცირება ქვეყნებში და ქვეყნებს შორის.
- მიზანი 11: ქალაქებისა და დასახლებების ინკლუზიური, უსაფრთხო და მდგრადი განვითარება.
- მიზანი 12: მდგრადი მოხმარება და წარმოება.
- მიზანი 13: კლიმატის ცვლილებისა და მისი ზეგავლენის წინააღმდეგ გადაუდებელი ზომების გატარება
- მიზანი 14: ოკეანისა და ზღვის რესურსების კონსერვაცია და მუდმივი გამოყენება განვითარებისათვის
- მიზანი 15: დედამიწის ეკოსისტემების დაცვა, აღდგენა და მდგრადი გამოყენება, ტყეების გონივრული მართვა, გაუდაბურების აღკვეთა, ნიადაგის დეგრადაციის შეჩერება და აღდგენა-გაუმჯობესება, ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნება
- მიზანი 16: მშვიდობიანი და ინკლუზიური საზოგადოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა მდგრადი განვითარებისათვის, მართლმსაჯულების ხელმისაწვდომობა ყველასათვის, ეფექტური, ანგარიშვალდებული და ინკლუზიური ინსტიტუციების მშენებლობა ყველა დონეზე.
- მიზანი 17: პარტნიორობა მდგრადი განვითარების მიზნების მისაღწევად⁶⁵

კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, საინტერესოა სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასება მოცემული მიზნების მიხედვით. აღსანიშნავია, რომ საქართველოში აქტიურად მიმდინარეობს მდგრადი განვითარების მიზნების ეროვნული ნაციონალიზებული ჩარჩო დოკუმენტის შემუშავება, რომელიც მოიცავს ქვეყნის განვითარების ინდიკატორებს და სამიზნეებს მომდევნო 12 წლის განმავლობაში. ქვეყნისთვის პოლიტიკურ პრიორიტეტს წარმოადგენს მდგრადი

⁶⁵გაეროს წარმომადგენლობა საქართველოში
http://www.ungeorgia.ge/geo/sustainable_development_goals#.WzvKXdUzbX4

განვითარების მიზნების მიღწევა. ამჟამად მიმდინარეობს მუშაობა პოლიტიკის დოკუმენტების განვითარების მიზნებთან დასაკავშირებლად, რათა უკეთ მოხდეს მიღწეული შედეგების გაზომვა.

იმისათვის, რომ გაიზომოს სოციალური საწარმოების როლი ქვეყნის მდგრად განვითარებაში, საჭიროა განვიხილოთ იქნეს ორი მიდგომა:

- 1) კონკრეტული შემთხვევის მეთოდით შესწავლილი სოციალური საწარმოების საქმიანობა დაკავშირდეს მდგრადი განვითარების თითოეულ მიზანთან;
- 2) გაანალიზდეს გაკონკრეტული შემთხვევის მეთოდით შესწავლილი სოციალური საწარმოების საქმიანობის შედეგების წვლილი მდგრადი განვითარების მიზნების ეროვნული დონის ამოცანების შესრულებაში.

თავდაპირველად, განვიხილოთ პირველი მიდგომა და დავაკავშიროთ ერთანეთთან შესწავლილი სოციალური საწარმოები და მდგრადი განვითარების მიზნები. აღსანიშნავია, რომ განხილული თორმეტი საწარმოდან ყოველი მათგანი ეხება პირველ (*არა სიღარიბეს*), მეორე (*არა სიღატაკეს*), მერვე (*ღირსეული სამუშაო და ეკონომიკური ზრდა*), მეათე (*შემცირებული უთანასწორობა*) მიზნებს. გარდა ამისა, მეჩვიდმეტე მიზანი ყველა მიზნის შესასრულებლად პარტნიორობას გულისხმობს, შესაბამისად, ყველა სოციალურ საწარმოს თუ განვიხილავთ ერთიან კონტექსტში, მეჩვიდმეტე მიზანიც თავისთავად დაიფარება.

ქვემოთ, ცხრილის სახით მოცემულია შესწავლილი სოციალური საწარმოების მდგრადი განვითარების შესაბამის მიზანთან კავშირი.

№	სოციალური საწარმოს დასახელება	მდგრადი განვითარების მიზანი																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	არაბული ArtHouse	■	■						■		■							
2	ტრადიციული მოდის სახლი	■	■						■		■							
3	სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი	■	■						■									
4	გენერატორი 9.8	■	■								■						■	
5	აუტოლაიფი	■	■			■			■									
6	რეას ციყვები	■	■															
7	ხანდაზმულთა სახლი	■	■								■							
8	ჰერა	■	■								■						■	
9	ისტორიალი	■	■															
10	მწვანე საჩუქარი	■	■										■				■	
11	ღიახველი ოსტატები	■	■						■		■							
12	ეთნოდიზაინი	■	■						■		■							

ცხრილი 12: სოციალური საწარმოს კავშირი მდგრადი განვითარების შესაბამის მიზანთან

გარდა ზემოაღნიშნულისა, ასევე, საინტერესოა მდგრადი განვითარების მიზნების ეროვნული დონის ჩარჩო დოკუმენტი გაანალიზება და სოციალური საწარმოების მიკუთვნება კონკრეტულ ამოცანასთან და ინდიკატორთან. აღსანიშნავია, რომ სწორედ მითითებული ჩარჩო დოკუმენტით მოხდება ქვეყნის მიღწევების გაზომვა, შესაბამისად, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ სოციალურმა საწარმოებმა დაინახონ თავისი წვლილი ამ პროცესში.

მდგრადი განვითარების ეროვნული ჩარჩო დოკუმენტი შედგება 89 საქართველოს მისადაგებული ამოცანისგან და 205 შესაბამისი ინდიკატორისგან. მისი შემუშავება ხდება კერძო, სახელმწიფო და სამოქალაქო სექტორის წარმომადგენლების აქტიური ჩართულობით და მუდმივად ხდება დოკუმენტის განახლება ქვეყანაში მიმდინარე პროცესების ასახვის მიზნით.

ანალიზმა აჩვენა, რომ კვლევის ფარგლებში შესწავლილი სოციალური საწარმოები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ისეთი ამოცანების შესრულებაში, როგორცაა:

- 1.1 2030 წლისათვის საქართველოს ყველა ნაწილში მცხოვრები ყველა ადამიანისათვის უკიდურესი სიღარიბის აღმოფხვრა; უკიდურესი სიღარიბე ამჟამად იზომება იმ ადამიანების მიხედვით, რომლებიც ცხოვრობენ დღეში 1.9 აშშ დოლარზე ნაკლები თანხით
- 1.2 2030 წლისათვის ნებისმიერი ფორმით სიღარიბეში მცხოვრები ყველა ასაკის მამაკაცების, ქალებისა და ბავშვების პროპორციული ოდენობის 20%-ით შემცირება ქვეყანაში დადგენილი განმარტებების შესაბამისად
- 2.3 2030 წლისთვის სოფლის მეურნეობის პროდუქტიულობის და სურსათის მცირე მწარმოებლების, კერძოდ, ქალების, საოჯახო ფერმერების და მეთევზეების შემოსავლების გაზრდა, მათ შორის მიწაზე და სხვა პროდუქტიულ რესურსებზე და საშუალებებზე, ცოდნაზე, ფინანსურ მომსახურებაზე, ბაზრებსა და დამატებითი ღირებულების შექმნის და არასასოფლო-სამეურნეო სექტორში დასაქმების შესაძლებლობებზე უსაფრთხო და თანაბარი ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის მეშვეობით
- 4.4 2030 წლისთვის იმ ახალგაზრდებისა და ზრდასრული ადამიანების რაოდენობის გაზრდა 85%-მდე, რომელთაც აქვთ დასაქმებისთვის, ღირსეული სამუშაოსთვის და მეწარმეობისთვის შესაფერისი უნარები, მათ შორის ტექნიკური და პროფესიული უნარები

- 4.5 2030 წლისთვის განათლებაში გენდერული უთანასწორობების აღმოფხვრა და მოწვევლადი ადამიანებისთვის, მათ შორის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისა და მოწვევლად მდგომარეობაში მყოფი ბავშვებისთვის განათლებისა და პროფესიული სწავლების ყველა დონეზე თანაბარი წვდომის უზრუნველყოფა
- 4.7 2030 წლისთვის უზრუნველყოფილ იქნას ყველა მოსწავლის მიერ მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად ცოდნისა და უნარების შექმნა, მათ შორის მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების მდგრადი წესის, ადამიანის უფლებების, გენდერული თანასწორობის, მშვიდობისა და ძალადობისგან თავისუფალი კულტურის ხელშეწყობის, გლობალური მოქალაქეობის, ასევე კულტურული მრავალფეროვნების დაფასებისა და მდგრად განვითარებაში კულტურის წვლილის აღიარებისა და მიმართული განათლების მეშვეობით
- 4.7 2030 წლისთვის უზრუნველყოფილ იქნას ყველა მოსწავლის მიერ მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად ცოდნისა და უნარების შექმნა, მათ შორის მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების მდგრადი წესის, ადამიანის უფლებების, გენდერული თანასწორობის, მშვიდობისა და ძალადობისგან თავისუფალი კულტურის ხელშეწყობის, გლობალური მოქალაქეობის, ასევე კულტურული მრავალფეროვნების დაფასებისა და მდგრად განვითარებაში კულტურის წვლილის აღიარებისა და მიმართული განათლების მეშვეობით
- 8.1 2020 წლისთვის ერთ სულ მოსახლეზე ეკონომიკური ზრდის შენარჩუნება ეროვნული გარემოებების შესაბამისად
- 8.2 2020 წლისთვის ეკონომიკური პროდუქტიულობის უფრო მაღალი დონეების მიღწევა დივერსიფიცირების, ტექნოლოგიების განახლებისა და ინოვაციების მეშვეობით, მათ შორის მაღალი დამატებითი ღირებულებისა და იმ სექტორებზე ფოკუსირების მეშვეობით, რომლებიც მოითხოვს ინტენსიურ შრომას
- 8.5 2030 წლისთვის ეფექტიანი სახელმწიფო პოლიტიკის გატარება ყველა ქალისა და მამაკაცისათვის, მათ შორის ახალგაზრდებისა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის, პროდუქტიული დასაქმების და ღირსეული სამუშაოს, ასევე თანასწორი ღირებულების სამუშაოსთვის თანასწორი ანაზღაურების მისაღწევად

- 8.6 2020 წლისთვის იმ ახალგაზრდების პროპორციული ოდენობის მნიშვნელოვნად შემცირება, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას
- 12.8 2030 წლისთვის, საქართველოში მყოფი ადამიანებისთვის შესაბამისი ინფორმაციისა და ცოდნის უზრუნველყოფა მდგრადი განვითარების და ბუნებასთან ჰარმონიული ცხოვრების წესის შესახებ

უნდა აღინიშნოს, რომ თითოეულ მისადაგებულ ამოცანას შესაბამება მისი გლობალური და საქართველოს მისადაგებული ინდიკატორი. შესწავლილი სოციალური საწარმოები თავისი საქმიანობით გარკვეულ როლს ასრულებენ ქვემოთჩამოთვლილი ინდიკატორების მიღწევაში:

- 1.1.1: სიღარიბის საერთაშორისო ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა (< 1 %)
- 1.2.1: სიღარიბის ეროვნულ ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა გეოგრაფიული მდებარეობის (ქალაქი/სოფელი) და სქესის მიხედვით, მათ შორის ბავშვებისა (17%)
- 1.2.2. ინდიკატორი ჯერ-ჯერობით ნაციონალიზებული არ არის. შესაძლებელი იქნება ამ ინდიკატორის ნაციონალიზება გლობალურ დონეზე მეთოდოლოგიის შემუშავების შემდგომ, და ასევე რესურსების მობილიზების შემთხვევაში.
- 2.3.1: წარმოების მოცულობა შრომის დანახარჯის ერთეულზე ფერმერული/მეცხოველეობის/სატყეო საწარმოების ზომის კლასების მიხედვით
- 2.3.2. ინდიკატორი ჯერ-ჯერობით ნაციონალიზებული არ არის. შესაძლებელი იქნება ამ ინდიკატორის ნაციონალიზება გლობალურ დონეზე მეთოდოლოგიის შემუშავების შემდგომ, და ასევე რესურსების მობილიზების შემთხვევაში.
- 2.ა.2: სოფლის მეურნეობის სექტორში მიმართლი მთლიანი ოფიციალური სახსრები (ოფიციალური საერთაშორისო დახმარებისა და სხვა ოფიციალური თანხების ჩათვლით)
- 4.4.1. სამიზნე ინდიკატორი განისაზღვრება 2018 წლის სექტემბერში
- 4.4.2. დასაქმებულ ან თვით-დასაქმებულ პროფესიულ განათლება მიღებულთა პროცენტული ოდენობა (სულ მცირე 60%)
- 4.5.1: თანასწორობის მაჩვენებლები (ქალი/მამაკაცი, სოფლად/ქალაქში მცხოვრები, სიღარიბის ყველაზე მაღალი/ დაბალი კვინტილის მქონე) ზოგადი, პროფესიული და უმაღლესი განათლების სისტემაში

- 4.7.1. (ი)გლობალური მოქალაქეობის ჩამოყალიბებისკენ მიმართული განათლება და (იი) მდგრადი განვითარების, მათ შორის გენდერული თანასწორობისა და ადამიანის უფლებების დაცვის, ხელშეწყობისკენ მიმართული განათლება ინტეგრირებულია ყველა დონეზე ა) სამინისტროს პოლიტიკის დოკუმენტებში; ბ) სასწავლო პროგრამებში; გ) მასწავლებელთა მომზადება/გადამზადების პროგრამებში
- 8.1.1 ერთ სულ მოსახლეზე რეალური მშპ-ის წლიური ზრდის მაჩვენებელი (5%)
- 8.2.1 ერთ დასაქმებულ პირზე რეალური მშპ-ის წლიური ზრდის მაჩვენებელი (2.5%)
- 8.5.1: დასაქმებული ქალებისა და მამაკაცების საშუალო საათობრივი შემოსავალი (მიზანი: ქალების საშ. საათობრივი შემოსავალი - 14.4 ლარი, მამაკაცების - 17.4 ლარი)
- 8.5.2 უმუშევრობის მაჩვენებელი (მიზანი: 9.5%)
- 8.6.1: იმ ახალგაზრდების (15-24 წლის) პროპორციული ოდენობა, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას (მიზანი: შემცირებულია 8%-ით)
- 12.8.1 არაფორმალური საგანმანათლებლო პროგრამები, რომლებიც მოიცავს მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების წესის საკითხებს, 100%-ით ხელმისაწვდომი იქნება იმ მონაწილეებისთვის, რომლებიც დაესწრებიან სამინისტროს მიერ ორგანიზებულ კურსებს და სხვადასხვა საინფორმაციო კამპანიებს

ქვევით, ცხრილის სახით შეჯამებულია ამოცანები, ინდიკატორები და სოციალური საწარმოების კავშირი.

გლობალური ამოცანა	საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანა	გლობალური ინდიკატორი	საქართველოსთვის მისადაგებული განახლებული ინდიკატორი (მიზანი 2030)	საბაზისო ინდიკატორი	სოციალური საწარმო, რომელიც კონტრიბუციას ახდენს აღნიშნული მიზნის შესრულებაში
<p>1.1 2030 წლისათვის ყველგან ყველა ადამიანისათვის უკიდურესი სიღარიბის აღმოფხვრა; უკიდურესი სიღარიბე ამჟამად იზომება იმ ადამიანების მიხედვით, რომლებიც ცხოვრობენ დღეში 1.25 აშშ დოლარზე ნაკლები თანხით</p>	<p>1.1 2030 წლისათვის საქართველოს ყველა ნაწილში მცხოვრები ყველა ადამიანისათვის უკიდურესი სიღარიბის აღმოფხვრა; უკიდურესი სიღარიბე ამჟამად იზომება იმ ადამიანების მიხედვით, რომლებიც ცხოვრობენ დღეში 1.9 აშშ დოლარზე ნაკლები თანხით</p>	<p>1.1.1: სიღარიბის საერთაშორისო ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა სქესის, ასაკის, დასაქმების მდგომარეობის და გეოგრაფიული მდებარეობის (ქალაქი/სოფელი) მიხედვით</p>	<p>1.1.1: სიღარიბის საერთაშორისო ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა (< 1 %)</p>	<p>1.1.1 უკიდურეს სიღარიბეში მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა: 2014: 9.77%</p>	<p>არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყვები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი, ლიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი</p>

1.2 2030 წლისათვის წლებისმიერი ფორმით სიღარიბეში მცხოვრები ყველა ასაკის მამაკაცების, ქალებისა და ბავშვების პროპორციული ოდენობის სულ მცირე განახევრება, ქვეყანაში დადგენილი განმარტებების შესაბამისად	1.2 2030 წლისათვის წლებისმიერი ფორმით სიღარიბეში მცხოვრები ყველა ასაკის მამაკაცების, ქალებისა და ბავშვების პროპორციული ოდენობის 20%-ით შემცირება ქვეყანაში დადგენილი განმარტებების შესაბამისად	1.2.1: სიღარიბის ეროვნულ ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა, სქესისა და ასაკის მიხედვით	1.2.1: სიღარიბის ეროვნულ ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის პროპორციული ოდენობა (ქალაქი/სოფელი) და სქესის მიხედვით, მათ შორის ბავშვებისა (17%)	1.2.1 2016 ჯამი: 21.3%, ურბანული: 16.9%, სასოფლო: 25.5%, ქალები - 20.6%, კაცები - 22.0%.	არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციფები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი, ღიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი
		1.2.2: წლებისმიერი ფორმით სიღარიბეში მცხოვრები მამაკაცების, ქალებისა და ბავშვების პროპორციული ოდენობა, ქვეყანაში დადგენილი განმარტებების შესაბამისად	1.2.2. ინდიკატორი ჯერ-ჯერობით ნაციონალიზებული არ არის. შესაძლებელი იქნება ამ ინდიკატორის ნაციონალიზება გლობალურ დონეზე მეთოდოლოგიის შემუშავების შემდგომ, და ასევე რესურსების მობილიზების შემთხვევაში.		

2.3 2030 წლისთვის სოფლის მეურნეობის პროდუქტიულობის და სურსათის მცირე მწარმოებლების, კერძოდ, ქალების, მკვიდრი მოსახლეობის, საოჯახო ფერმერების, მწყემსებისა და მეთევზეების შემოსავლების გაორმაგება, მათ შორის მიწაზე და სხვა პროდუქტიულ რესურსებზე და საშუალებებზე, ცოდნაზე,	2.3 2030 წლისთვის სოფლის მეურნეობის პროდუქტიულობის და სურსათის მცირე მწარმოებლების, კერძოდ, ქალების, საოჯახო ფერმერების და მეთევზეების შემოსავლების გაზრდა, მათ შორის მიწაზე და სხვა პროდუქტიულ რესურსებზე და საშუალებებზე, ცოდნაზე, ფინანსურ მომსახურებაზე, ბაზრებსა და დამატებითი ღირებულების შექმნის და არასასოფლო-	2.3.1: წარმოების მოცულობა შრომის დანახარჯის ერთეულზე ფერმერული/მეცხოველ ეობის/სატყეო საწარმოების ზომის კლასების მიხედვით	2.3.1: წარმოების მოცულობა შრომის დანახარჯის ერთეულზე ფერმერული/მეცხოველეობი ს/სატყეო საწარმოების ზომის კლასების მიხედვით	ინდიკატორის გასაზომად საჭირო იქნება რესურსების მოზილიზება. ასევე, 2018 წლის ივნისისთვის გლობალურ დონეზე მეთოდოლოგია შემუშავებული ჯერ არ არის	სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი
		2.3.2: სურსათის მცირე მწარმოებელთა საშუალო შემოსავალი სქესისა და ადგილობრივი მკვიდრის სტატუსის მიხედვით	2.3.2. ინდიკატორი ჯერ-ჯერობით ნაციონალიზებული არ არის. შესაძლებელი იქნება ამ ინდიკატორის ნაციონალიზება გლობალურ დონეზე მეთოდოლოგიის შემუშავების შემდგომ, და ასევე რესურსების მობილიზების შემთხვევაში.		
		2.ა.2: სოფლის მეურნეობის სექტორში მიმართლი მთლიანი ოფიციალური სახსრები	2.ა.2: სოფლის მეურნეობის სექტორში მიმართლი მთლიანი ოფიციალური სახსრები (ოფიციალური	მონაცემი გაიზომება 2018 წლის აგვისტოს თვეში	

<p>ფინანსურ მომსახურებაზე, ბაზრებსა და დამატებითი ღირებულების შექმნის და არასასოფლო-სამეურნეო სექტორში დასაქმების შესაძლებლობებზე უსაფრთხო და თანაბარი ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის მემშვეობით</p>	<p>სამეურნეო სექტორში დასაქმების შესაძლებლობებზე უსაფრთხო და თანაბარი ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის მემშვეობით</p>	<p>(ოფიციალური საერთაშორისო დახმარებისა და სხვა ოფიციალური თანხების ჩათვლით)</p>	<p>საერთაშორისო დახმარებისა და სხვა ოფიციალური თანხების ჩათვლით)</p>		
--	---	--	--	--	--

<p>4.4 2030 წლისთვის იმ ახალგაზრდებისა და ზრდასრული ადამიანების რაოდენობის მნიშვნელოვნად გაზრდა, რომელთაც აქვთ დასაქმებისთვის, ღირსეული სამუშაოსთვის და მეწარმეობისთვის შესაფერისი უნარები, მათ შორის ტექნიკური და პროფესიული უნარები</p>	<p>4.4 2030 წლისთვის იმ ახალგაზრდებისა და ზრდასრული ადამიანების რაოდენობის გაზრდა 85%-მდე, რომელთაც აქვთ დასაქმებისთვის, ღირსეული სამუშაოსთვის და მეწარმეობისთვის შესაფერისი უნარები, მათ შორის ტექნიკური და პროფესიული უნარები</p>	<p>4.4.1: იმ ახალგაზრდებისა და ზრდასრული ადამიანების პროპორციული ოდენობა, რომელთაც აქვთ უნარები საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სფეროში, უნარების ტიპის მიხედვით</p>	<p>4.4.1. სამიზნე ინდიკატორი განისაზღვრება 2018 წლის სექტემბერში</p>	<p>4.4.1. საბაზისო ინდიკატორი განისაზღვრება 2018 წელს (სექტემბერი)</p>	<p>არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყვები, ხანდაზმულთა სახლი, პერა, ისტორიალი, მწვანე საჩუქარი, ლიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი</p>
		<p>–</p>	<p>4.4.2. დასაქმებულ ან თვითდასაქმებულ პროფესიულ განათლებულ მიღებულთა პროცენტული ოდენობა (სულ მცირე 60%)</p>	<p>4.4.1.ა 2015 წლის მონაცემებით, კურსდამთავრებულთა 47% იყო დასაქმებული ან თვითდასაქმებული</p>	<p>აუტოლაიფი</p>

<p>4.5 2030 წლისთვის განათლებაში უთანასწორობები ს აღმოფხვრა და მოწყვლადი ადამიანებისთვის, მათ შორის შეზღუდული შესაძლებლობები ს მქონე პირებისთვის, მკვიდრი მოსახლეობისა და მოწყვლად მდგომარეობაში მყოფი ბავშვებისთვის განათლებისა და პროფესიული სწავლების ყველა დონეზე თანაბარი</p>	<p>4.5 2030 წლისთვის განათლებაში გენდერული უთანასწორობების აღმოფხვრა და მოწყვლადი ადამიანებისთვის, მათ შორის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისა და მოწყვლად მდგომარეობაში მყოფი ბავშვებისთვის პროფესიული სწავლების ყველა დონეზე თანაბარი უზრუნველყოფა</p>	<p>4.5.1: თანასწორობის მაჩვენებლები (ქალი/მამაკაცი, სოფლად/ქალაქში მცხოვრები, სიმდიდრის ყველაზე მაღალი/ყველა დაბალი კვინტილის მქონე და სხვები, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირის სტატუსის მქონე, მკვიდრი მოსახლეობა და კონფლიქტით დაზარალებული პირები, როდესაც ხელმისაწვდომი იქნება მონაცემები) ამ ჩამონათვალში მოცემული ყველა სასწავლო ინდიკატორისთვის, რომელთა კლასიფიცირება შესაძლებელია</p>	<p>4.5.1: თანასწორობის მაჩვენებლები (ქალი/მამაკაცი, სოფლად/ქალაქში მცხოვრები, სიღარიბის ყველაზე მაღალი/ დაბალი კვინტილის მქონე) ზოგადი, პროფესიული და უმაღლესი განათლების სისტემაში</p>	<p>4.5.1. მრავალინდიკატორიანი კვლევის შედეგები ქალი/მამაკაცის, სოფელი/ქალაქი და სიმდიდრის დონის მიხედვით ხელმისაწვდომი იქნება 2019 წელს. ადმინისტრაციული მონაცემები 2015 წლისთვის: პროფესიული განათლების სისტემაში სტუდენტი ქალი/კაცის თანაფარდობა - 0.74. უმაღლესი განათლების სისტემაში ახალგაზრდებისა და ზრდასრული ადამიანების კაცი/ქალის</p>	<p>არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყეები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი, ლიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი</p>
--	---	---	---	---	--

<p>წვდომის უზრუნველყოფა</p>				<p>თანაფარდობა - 0.89 (2015 წელს უმაღლესი განათლების სისტემაში სპეციალური სასწავლო საჭიროებების მქონე სტუდენტთა მონაწილეობა 0.94%-ის ტოლია 2015 წელს პროფესიული განათლების სისტემაში შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა მონაწილეობა 2.1%-ის ტოლია, 2015 წლის მონაცემები: ზოგადი განათლების სისტემაში სპეციალური სასწავლო საჭიროებების მქონე</p>	
---------------------------------	--	--	--	--	--

				<p>პირთა მონაწილეობა 1%-ის ტოლია, მათ შორის მამრობითი სქესის პირთა მონაწილეობა - 63.4%, ხოლო სპეციალური სასწავლო საჭ. მქონე მდედრობითი სქესის პირთა მონაწილეობა - 36.6%.)</p>	
--	--	--	--	--	--

<p>4.7 2030 წლისთვის უზრუნველყოფილ იქნას ყველა მოსწავლის მიერ მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად ცოდნისა და უნარების შექმნა, მათ შორის მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების მდგრადი წესის, ადამიანის უფლებების, გენდერული თანასწორობის, მშვიდობისა და ძალადობისგან თავისუფალი კულტურის ხელშეწყობის,</p>	<p>4.7 2030 წლისთვის უზრუნველყოფილ იქნას ყველა მოსწავლის მიერ მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად ცოდნისა და უნარების შექმნა, მათ შორის მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების მდგრადი წესის, ადამიანის უფლებების, გენდერული თანასწორობის, მშვიდობისა და ძალადობისგან თავისუფალი კულტურის ხელშეწყობის, გლობალური</p>	<p>4.7.1: (i) გლობალური მოქალაქეობის ჩამოყალიბებისკენ მიმართული განათლება და (ii) მდგრადი განვითარების, მათ შორის გენდერული თანასწორობისა და ადამიანის უფლებების დაცვის, ხელშეწყობისკენ მიმართული განათლება მეინსტრუმირებულია ყველა დონეზე (ა) ეროვნულ საგანმანათლებლო პოლიტიკაში, (ბ) სასწავლო პროგრამებში, (გ) მასწავლებელთა განათლებაში და (დ) მოსწავლეთა და სტუდენტთა შეფასებაში</p>	<p>4.7.1. (i) გლობალური მოქალაქეობის ჩამოყალიბებისკენ მიმართული განათლება და (ii) მდგრადი განვითარების, მათ შორის გენდერული თანასწორობისა და ადამიანის უფლებების დაცვის, ხელშეწყობისკენ მიმართული განათლება ინტეგრირებულია ყველა დონეზე ა) სამინისტროს პოლიტიკის დოკუმენტებში; ბ) სასწავლო პროგრამებში; გ) მასწავლებელთა მომზადება/გადამზადების პროგრამებში</p>	<p>4.7.1 2015: ა) აღნიშნული თემები მხოლოდ ნაწილობრივ იყო ასახული სამინისტროს პოლიტიკის დოკუმენტებში; ბ) საქართველოს ზოგადი განათლების ეროვნული სასწავლო გეგმა ნაწილობრივ მოიცავს აღნიშნულ კონცეპციებს; გ) მასწავლებელთა მომზადება/გადამზადების პროგრამები ნაწილობრივ შეიცავს აღნიშნულ თემებს</p>	<p>სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8</p>
---	---	--	---	--	---

<p>გლობალური მოქალაქეობის, ასევე კულტურული მრავალფეროვნების და მდგრად განვითარებაში კულტურის წვლილის აღიარებისაკენ მიმართული განათლების მეშვეობით</p>	<p>მოქალაქეობის, ასევე კულტურული მრავალფეროვნების დაფასებისა და მდგრად განვითარებაში კულტურის წვლილის აღიარებისაკენ მიმართული განათლების მეშვეობით</p>				
<p>8.1 ერთ სულ მოსახლეზე ეკონომიკური ზრდის შენარჩუნება ეროვნული გარემოებების შესაბამისად, განსაკუთრებით, მთლიანი შიდა პროდუქტის სულ</p>	<p>8.1 2020 წლისთვის ერთ სულ მოსახლეზე ეკონომიკური ზრდის შენარჩუნება ეროვნული გარემოებების შესაბამისად</p>	<p>8.1.1: ერთ სულ მოსახლეზე რეალური მშპ-ის წლიური ზრდის მაჩვენებელი</p>	<p>8.1.1 ერთ სულ მოსახლეზე რეალური მშპ-ის წლიური ზრდის მაჩვენებელი (5%)</p>	<p>8.1.1 ერთ სულ მოსახლეზე რეალური მშპ-ის ზრდის მაჩვენებელი 2014 წელს - 4.5%</p>	<p>არაბული არტჰაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყვები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი,</p>

<p>მცირე 7 პროცენტთან წლიური ზრდა ყველაზე ნაკლებად განვითარებულ ქვეყნებში</p>					<p>ლიახველი ოსტატები, ეთნოდიზაინი</p>
<p>8.2 ეკონომიკური პროდუქტიულობ ის უფრო მაღალი დონეების მიღწევა დივერსიფიცირე ბის, ტექნოლოგიების განახლებისა და ინოვაციების მეშვეობით, მათ შორის მაღალი დამატებითი ღირებულებისა და იმ სექტორებზე ფოკუსირების</p>	<p>8.2 2020 წლისთვის ეკონომიკური პროდუქტიულობის უფრო მაღალი დონეების მიღწევა დივერსიფიცირების , ტექნოლოგიების განახლებისა და ინოვაციების მეშვეობით, მათ შორის მაღალი დამატებითი ღირებულებისა და იმ სექტორებზე ფოკუსირების მეშვეობით, რომლებიც</p>	<p>8.2.1: ერთ დასაქმებულ პირზე რეალური მშპ-ის წლიური ზრდის მაჩვენებელი</p>	<p>8.2.1 ერთ დასაქმებულ პირზე რეალური მშპ-ის წლიური ზრდის მაჩვენებელი (2.5%)</p>	<p>8.2.1 ერთ დასაქმებულ პირზე რეალური მშპ- ის ზრდის მაჩვენებელი 2015 წელს - 0.8%</p>	

მეშვეობით, რომლებიც მოითხოვს ინტენსიურ შრომას	მოითხოვს ინტენსიურ შრომას				
8.5 2030 წლისთვის ყველა ქალისა და მამაკაცისათვის, მათ შორის ახალგაზრდებისა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის, სრული და პროდუქტიული დასაქმების და ღირსეული სამუშაოს, ასევე თანასწორი	8.5 2030 წლისთვის ეფექტიანი სახელმწიფო პოლიტიკის გატარება ყველა ქალისა და მამაკაცისათვის, მათ შორის ახალგაზრდებისა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის, პროდუქტიული დასაქმების და ღირსეული სამუშაოს, ასევე	8.5.1: დასაქმებული ქალებისა და მამაკაცების საშუალო საათობრივი შემოსავალი, სამუშაოს, ასაკისა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების მიხედვით 8.5.2: უმუშევრობის დონის მაჩვენებელი, სქესის, ასაკისა და შეზღუდული შესაძლებლობების	8.5.1: დასაქმებული ქალებისა და მამაკაცების საშუალო საათობრივი შემოსავალი (მიზანი: ქალების საშ. საათობრივი შემოსავალი - 14.4 ლარი, მამაკაცების - 17.4 ლარი) 8.5.2 უმუშევრობის მაჩვენებელი (მიზანი: 9.5%)	8.5.1 ქალების საშუალო საათობრივი შემოსავალი - 3.9 ლარი; მამაკაცების საშუალო საათობრივი შემოსავალი - 6.1 ლარი 8.5.2 უმუშევრობის მაჩვენებელი 2015 წელს, სულ - 12.0%; ქალები 10.2%; მამაკაცები 13.5%; ასაკობრივი ჯგუფები:	არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყვები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი, ღიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი

ღირებულების სამუშაოსთვის თანასწორი ანაზღაურების მიღწევა	თანასწორი ღირებულების სამუშაოსთვის თანასწორი ანაზღაურების მისაღწევად	მკონე პირების მიხედვით		15-24 - 30.8%, 25-34 - 18%, 35-44 - 12.8%, 45-54 - 9.6%, 55-64 - 6.4%, 65 და უფრო მეტი ასაკის - 0.9%	
8.6 2020 წლისთვის იმ ახალგაზრდების პროპორციული ოდენობის მნიშვნელოვნად შემცირება, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას	8.6 2020 წლისთვის იმ ახალგაზრდების პროპორციული ოდენობის მნიშვნელოვნად შემცირება, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას	8.6.1: იმ ახალგაზრდების (15-24 წლის) პროპორციული ოდენობა, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას	8.6.1: იმ ახალგაზრდების (15- 24 წლის) პროპორციული ოდენობა, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას (მიზანი: შემცირებულია 8%-ით)	8.6.1 2014: იმ ახალგაზრდების პროპორციული ოდენობა, რომლებიც არ მუშაობენ, არ სწავლობენ ან არ გადიან პროფესიულ მომზადებას - 32.4%	არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყვები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი, ლიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი

<p>12.8 2030 წლისთვის, ნებისმიერ ადგილას მყოფი ადამიანებისთვის შესაბამისი ინფორმაციისა და ცოდნის უზრუნველყოფა მდგრადი განვითარების და ბუნებასთან ჰარმონიული ცხოვრების წესის შესახებ</p>	<p>12.8 2030 წლისთვის, საქართველოში მყოფი ადამიანებისთვის შესაბამისი ინფორმაციისა და ცოდნის უზრუნველყოფა მდგრადი განვითარების და ბუნებასთან ჰარმონიული ცხოვრების წესის შესახებ</p>	<p>12.8.1: რა მოცულობით არის ჩართული (i) გლობალური მოქალაქეობის ჩამოყალიბებისკენ მიმართული განათლება და (ii) მდგრადი განვითარების ხელშეწყობისკენ მიმართული განათლება (მათ შორის კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებული განათლება) ყველა დონეზე (ა) ეროვნულ საგანმანათლებლო პოლიტიკაში, (ბ) სასწავლო პროგრამებში, (გ) მასწავლებელთა განათლებაში და (დ) მოსწავლეთა და სტუდენტთა შეფასებაში</p>	<p>12.8.1 არაფორმალური საგანმანათლებლო პროგრამები, რომლებიც მოიცავს მდგრადი განვითარებისა და ცხოვრების წესის საკითხებს, 100%-ით ხელმისაწვდომი იქნება იმ მონაწილეებისთვის, რომლებიც დაესწრებიან სამინისტროს მიერ ორგანიზებულ კურსებს და სხვადასხვა საინფორმაციო კამპანიებს</p>	<p>12.8.1. ამჟამად, საქართველო მუშაობს განათლება მდგრადი განვითარებისთვის სტრატეგიის განახლებაზე, რომელშიც ასახული იქნება არაფორმალური საგანმანათლებლო პროგრამები, მაგ. მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებული აქტივობები და გეგმები. შესაბამისად, საბაზისო ინდიკატორის დადგენა შესაძლებელი იქნება 2017 წლის შემდეგ, როდესაც საქართველოს მთავრობა</p>	<p>არაბული არტკაუზი, ტრადიციული მოდის სახლი, სობისის ახალგაზრდული კოოპერატივი, გენერატორი 9.8, აუტოლაიფი, რეაის ციყვები, ხანდაზმულთა სახლი, ჰერა, ისტორიული, მწვანე საჩუქარი, ლიახველი ოსტატები, ეთნოლიზაინი გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტრო</p>
---	--	---	---	---	---

		<p>რა მოცულობით არის გათვალისწინებული (i) გლობალური მოქალაქეობის ჩამოყალიბებისკენ მიმართული განათლება და (ii) განათლება მდგრადი განვითარებისთვის (მათ შორის კლიმატის ცვლილებასთან დაკავშირებული განათლება) (ა) ეროვნულ საგანმანათლებლო პოლიტიკაში, (ბ) სასწავლო პროგრამებში, (გ) მასწავლებელთა განათლებაში და (დ) მოსწავლეთა და სტუდენტთა შეფასებაში</p>		<p>დაამტკიცებს სტრატეგიას.</p>	
--	--	--	--	------------------------------------	--

ნახაზი 12: მდგრადი განვითარების მიზნების ეროვნული ჩარჩო დოკუმენტი და სოციალური საწარმოების საქმიანობის შესაბამისობა საქართველოს მისადაგებულ ამოცანასთან

დასკვნები და წინადადები

ამრიგად, საქართველოში სოციალური მეწარმეობა უკანასკნელი წლების მანძილზე უფრო და უფრო მეტად ვითარდება და პოპულარობას იძენს მოსახლეობას შორის.

სოციალური მეწარმეობა გავრცელებული და მზარდი ფენომენია ევროპაში; მათ განიცადეს ეტაპობრივი ინსტიტუციონალიზაცია და პოლიტიკური აღიარება, მათ შორის სპეციალური სამართლებრივი ფორმების განვითარების გზით. შეიძლება ითქვას, რომ ევროპაში მოქმედი სოციალური საწარმოების უმეტესობა მოქმედებს მესამე სექტორის ტრადიციულ სამართლებრივ გარემოში.

სოციალური მეწარმეობა გავრცელებული და მზარდი ფენომენია ევროპაში. მათ გაიარეს ეტაპობრივი ინსტიტუციონალიზაცია და პოლიტიკური აღიარება, მათ შორის სპეციალური სამართლებრივი ფორმების განვითარების გზით. შეიძლება ითქვას, რომ ევროპაში მოქმედი სოციალური საწარმოების უმეტესობა მოქმედებს მესამე სექტორის ტრადიციულ სამართლებრივ გარემოში. ისინი იქმნებიან ასოციაციების სახით იმ ქვეყნებში, სადაც კანონი ამ სექტორს საშუალებას აძლევს გარკვეულ დონეზე აწარმოოს პროდუქტების და სერვისების გაყიდვა ბაზარზე.

იმ ქვეყნებში, სადაც კანონი უფრო მკაცრია და ზღუდავს მესამე სექტორის ეკონომიკურ საქმიანობას (მაგალითად, ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებში) სოციალური საწარმოები იქმნება კოოპერატივების სახით.

სოციალური მეწარმეობა თავისი არსით გულისხმობს სოციალური პრობლემების მოგვარებას ბიზნეს მიდგომებით. რიგ შემთხვევებში სოციალური საწარმო უზრუნველყოფს ახალი სერვისების ან პროდუქტების განვითარებას და მიწოდებას იმ სფეროებში, სადაც ბიზნეს ინტერესები ნაკლებია, ხოლო სახელმწიფო დაფინანსება არასაკმარისი. სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერის სამართლებრივი საფუძვლის შექმნა ხელს შეუწყობს არა მხოლოდ სოციალური მეწარმეობის განვითარებას, არამედ განაპირობებს სოციალური პასუხისმგებლობის დონის ამაღლებას და ხელისუფლებას მისცემს საშუალებას ბიზნესთან და არასამთავრობო სექტორთან ერთად ოპტიმალური საშუალებებით მიადწიოს საზოგადოებრივად სასარგებლო მიზნებს.

სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში სიღრმისეულად იქნა შესწავლილი საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების საქმიანობა თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების გამოყენებით. დოკუმენტის მიზანს ასევე წარმოადგენდა, ინკლუზიური ბიზნესის სოციალური ზემოქმედების გაზომვა. როგორც კვლევის შედეგებმა აჩვენა, სოციალური ზემოქმედების შეფასებისთვის აუცილებელია სოციალური და ეკონომიკური ზეგავლენის შეფასების ინდიკატორების შემუშავება. ეს ინდიკატორები შესაძლებლობას მისცემს სოციალურ საწარმოს, გაზომოს, რამდენად რეალიზებულია მისი ორგანიზაციის გრძელვადიანი ხედვა, რამდენად მიაღწია იმ ცვლილებას, რომლის მიღწევასაც ისახავდა მიზნად, ან სად იმყოფება ამ მიზნებისაკენ მიმავალ გზაზე. ამის შედეგად კი შეძლებს საწარმო შეაფასოს, რამდენად ქმედითი და ეფექტური იყო მიდგომები, რომლებიც სამიზნე პრობლემის გადასაჭრელად იქნა შერჩეული.

სოციალური და ეკონომიკური ზეგავლენის შეფასების ინდიკატორები ეხმარება სოციალურ საწარმოს უზრუნველყოს, რომ ორგანიზაციის ხედვა წარმატების შესახებ ეფუძნებოდეს კონკრეტულ და მიღწევად, იმავდროულად ამბიციურ ამოცანებს; აგრეთვე აძლევს შესაძლებლობას, კონკრეტულ მონაცემებზე და მტკიცებულებებზე დაყრდნობით გაზომოს ორგანიზაციის საქმიანობით მოხდენილი ზოგადი ზეგავლენა.

ბიზნესის წარმატების ეკონომიკური მაჩვენებლების განსაზღვრა პირდაპირ უკავშირდება პროდუქტების / სერვისების გაყიდვით მიღებულ შემოსავლებს და მოგებას.

გაცილებით უფრო რთულია იმ სოციალური შედეგების შეფასება, რომელსაც სოციალური საწარმო ახდენს ადამიანებზე ან კონკრეტულ თემზე. ამასთანავე, რაც უფრო ხარისხობრივი შედეგებია გასაზომი, მით რთულია გაზომვა. მაგალითად, კეთილდღობის ისეთი ფაქტორების გასაზომად, როგორცაა დადებით განწყობა, ნდობის გაზრდა, საკუთარი თავის რწმენა და შესაძლებლობებში დარწმუნება - საკმაოდ სერიოზული ძალისხმევაა საჭირო ამ კრიტერიუმების შეფასებისას.

მიუხედავად იმისა, თუ რა გზას აირჩევს შედეგების შესაფასებლად, შეფასების მაჩვენებლები შესაძლოა ორ ჭრილში უნდა განიხილოს:

ა) სოციალური შედეგების შეფასება შესაძლებელია განხორციელდეს როგორც სოციალური სარგებელის რაოდენობრივი, ფინანსური მაჩვენებლების ჭრილში, ისე

სოციალური სარგებელის ხარისხობრივი (აღამიანზე კონცენტრირებული) მაჩვენებლებით, როგორცაა კეთილდღეობასთან დაკავშირებული საკითხები;

ბ) შეფასება შესაძლებელია განხორციელდეს როგორც ცალკეული ინდივიდების მიერ მიღებული სარგებელის, ისე მთლიანად თემში მიღწეული პოზიტიური ცვლილებების ჭრილში.

დასაქმებასა და შრომით ინტეგრაციაზე ორიენტირებული სოციალური საწარმოები ხშირად საკუთარი საქმიანობის შედეგების დემონსტრირებას ახდენენ სახელმწიფო ბიუჯეტზე მათი საქმიანობის ეკონომიკური გავლენების მიხედვით.

ასეთი ეკონომიკური გავლენები შესაძლოა იყოს:

ა) შემოსავლები ბიუჯეტში:

- გადასახადები, რომლებსაც იხდიან ამ საწარმოებში დასაქმებული თანამშრომლები;
- დამატებითი ღირებულების გადასახადი, რომელსაც იხდის საწარმო;
- რეინტეგრირებული ჯგუფების ცხოვრების პირობების გაუმჯობესების შედეგად
- დაზოგილი თანხები (დაზღვევა, სოციალური სერვისები და ა.შ.);

ბ) სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯები:

- გრანტები სოციალური საწარმოსთვის;
- სუბსიდიები ან არაფულადი შენატანები.

რომელ გზას აირჩევს შედეგების გასაზომად, დამოკიდებულია იმაზე, თუ ვის უნდა მიაწოდოთ ინფორმაცია მიღწეული შედეგების შესახებ. ხელისუფლების წარმომადგენლებისთვის შესაძლოა საინტერესო იყოს ის ფინანსური სარგებელი, რომელიც შესაძლოა ჰქონდეს ბიუჯეტს.

სპონსორებს ბიზნეს კომპანიებიდან აგრეთვე აინტერესებს მათ მიერ ინვესტირებული თანხებიდან მიღებული სარგებელი გამოსახული ფინანსურ მაჩვენებლებში; თემს და საზოგადოებას, სავარაუდოდ, უფრო მეტად აინტერესებს კეთილდღეობასთან დაკავშირებული მაჩვენებლები.

ასევე, საინტერესოა, საქართველოში სოციალური საწარმოებისათვის არ არის დადგენილი სპეციფიური იურიდიული ფორმა. აქედან გამომდინარე, თეორიულად, შესაძლებელია, რომ ნებისმიერი სამეწარმეო, თუ არასამეწარმეო სუბიექტის ფორმით

დაფუძნებულმა სუბიექტმა განახორციელოს სოციალური მეწარმეობა. თუმცა, პრაქტიკაში დომინირებს არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირისა და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების ფორმით დაფუძნებული სოციალური საწარმოები.

საქართველოში არ არსებობს სოციალური მეწარმეობის სფეროსა და სოც. მეწარმეების მხარდაჭერაზე უშუალოდ პასუხისმგებელი სამთავრობო უწყება ან სააგენტო. ასევე, არც ერთი მოქმედი სამინისტროს დებულებაში არ არის მოხსენიებული სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული ფუნქცია-მოვალეობები.

საქართველოში, ასევე არ არსებობს სახელმწიფო ან მუნიციპალური ფონდები, რომლებიც სპეციფიურად სოციალური მეწარმეებისათვის გამოჰყოფს სუბსიდიებს, გასცემს სესხებს ან გრანტებს, ან რაიმე ფორმით უზრუნველყოფს მათი შესაძლებლობების ზრდას.

ქვეყანაში, ასევე არ არსებობს ინსტიტუციები, რომლებიც სოციალურ მეწარმეებს სესხების მიღებაში დაეხმარებოდა ან რაიმე ტიპის ფინანსურ გარანტიებს უზრუნველყოფდა მათთვის.

მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო დროს პრაქტიკაში შეიმჩნევა სხვადასხვა უწყებების მხრიდან სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი ცალკეული ინიციატივების განხორციელების ტენდენცია, ასეთ უწყებებს სოციალური მეწარმეობის დასახმარებლად უწევთ თავიანთი უფლებამოსილებების, ზოგადი საბიუჯეტო პროგრამებისა და მრავლისმომცველი პროექტების მორგება სოციალურ საწარმოებზე და ამ ინიციატივების ზოგადი ქოლგის ქვეშ განხორციელება.

სადოქტორო კვლევის ფარგლებში გამოყენებულ იქნა თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგია, რომელიც კვლევის შედეგად მიღებული ინფორმაციის სიღრმისეული ანალიზის და დამუშავების საშუალებას იძლევა. კერძოდ, შერჩეულ იქნა კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი. კონკრეტული შემთხვევის მეთოდოლოგია არის ძალიან კარგი და გამოსადეგი მეთოდი რაიმე საკითხის სიღრმისეულად შესასწავლად. ქვის სთადები გულისხმობს მონაცემების შეგროვებას სხვადასხვა წყაროდან, როგორცაა ზეპირი და წერილობითი ანგარიშები, პირადი ინტერვიუები, დაკვირვებები. ძირითადი მახასიათებლები ამ დროს არის კვლევის საგნის სიღრმისეულობა და ფოკუსი. ქვის სთადები არის უმჯობესი მიდომა, როდესაც შეკითხვებზე “როგორ” და “რატომ” უნდა იქნას პასუხი გაცემული, როდესაც

მკვლევარს აქვს მცირედი კონტროლის საშუალება გარემოებებზე და როდესაც ფოკუსირება ხდება მიმდინარე ფენომენზე რეალურ კონტექსტში. კრიტიკიუმების გაანალიზება აჩვენებს, რომ კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი არის კვლევის შესაბამისი მეთოდოლოგია ზემოაღნიშნული კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე. ქეის სთადებს აქვს პოტენციური სიღრმისეულად შეისწავლონ კვლევის ფენომენი მისი კონტექსტუალობიდან და მრავალმხრივი მიდგომებიდან გამომდინარე. სწორედ ამიტომ, ქეის სთადები არის განსაკუთრებით სასარგებლო და გამოყენებადი როდესაც კვლევის საგანზე ხელმისაწვდომობა რთულია. კონკრეტული შემთხვევის მეთოდი საშუალებას აძლევს რესპოდენტსა და მკვლევარს დასვან შეკითხვები მანამ, სანამ არ მიიღებენ პასუხებს მათ კითხვებზე

ხოლო, სოციალურ საწარმოთა კვლევის რაოდენობრივი კომპონენტის ფარგლებში გამოყენებული იქნა თვითადმინისტრირებადი ინტერვიუს ტექნიკა. კვლევის მიზნებისათვის შემუშავდა ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი, რომელიც მოიცავდა ისეთ საკითხებს, როგორცაა სტრუქტურული მონაცემები საწარმოს მისიაზე, ზომისა და დასაქმებულთა რაოდენობაზე კატეგორიების მიხედვით (ქალი, კაცი, ახალგაზრდა, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირი, იძულებით გადაადგილებული პირი), დაფუძნების გარემოებები, ბაზარზე ქცევა, მმართველობის სტრუქტურა, ღირებულებები, დაინტერესებული მხარეები და მათთან თანამშრომლობა, საწარმოს მომავალი გეგმები, კომუნიკაცია.

აღსანიშნავია, რომ კვლევის მაღალი ხარისხის უზრუნველსაყოფას, თავდაპირველად, კითხვარის ტესტირება მოხდა 5 სოციალური საწარმოზე, რის შედეგადაც დარედაქტირდა დოკუმენტი და მოხდა მისი ელექტრონულ სისტემაში აწყოლა. სოციალურმა საწარმოებმა თავად შეავსეს ელექტრონულად ანონიმურობის პრინციპის დაცვით.

სოციალურ საწარმოთა მონაცემთა ბაზის შეკრება განხორციელდა ევროპის ფონდის, სტრატეგიული კვლევებისა ცენტრისა და საქართველოს ბანკის მიერ მოწოდებული სიის საფუძველზე. სულ დაფიქსირდა 102 საწარმო, რომელიც საკუთარ თავს აიდენტიფიცირებს, როგორც “სოციალური”. კითხვარის დაგზავნა მოხდა ელექტრონულად ბაზაში არსებულ ყველა საწარმოსთან, თუმცა საბოლოოდ კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 57 საწარმომ. კვლევის სანდოობის კოეფიციენტად განისაზღვრა 95%, ხოლო შერჩევის ცდომილებამ შეადგინა 8.66%.

კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 77% რეგისტრირებულია არასამეწარმეო არაკომერციული იურიდიული პირის (ა(ა)იპ)-ის სტატუსით, ხოლო 18%- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებად. საინტერესოა, რომ კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების 44% დაფუძნდა 3-5 წლის წინ, ხოლო 5% 1 წელზე ნაკლებია, რაც ფუნქციონირებს. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულ საწარმოთა 4%-ს მინიმუმ 9 წლის ისტორია აქვს.

სოციალურ საწარმოებს კვლევის ფარგლებში ასევე უნდა მიეთითებინათ მათი საქმიანობის სფერო. იქიდან გამომდინარე, რომ მიღებული პასუხები განსხვავდებოდა 57-ივე საწარმოს შემთხვევაში, უპირატესად მივიჩნიეთ მიმართულებების დაჯგუფება შემდეგი კლასტერების მიხედვით: განათლება და მეცნიერება, მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმება, ეკონომიკური განვითარება, ტურიზმი, ჯანმრთელობის დაცვა.

შედეგების ანალიზმა გამოავლინა, რომ სოციალურ საწარმოთა უდიდესი ნაწილი რამოდენიმე მიმართულებით ახორციელებს საქმიანობას და თითოეული მათგანი შეგვიძლია გადავანაწილოთ 2 ან მეტ კლასტერში.

სოციალურ საწარმოთა 53%-ს მიუღია დაფინანსება გრანტის სახით სახელმწიფო ან არასამთავრობო ორგანიზაციისგან. ასევე, გამოკითხულთა 70%-ის აქვს ეკონომიკური საქმიანობიდან შემოსავალი, ხოლო 52%-ს გააჩნია 1-ზე მეტი დაფინანსების წყარო. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალურ საწარმოთა 19%-ისათვის გრანტი წარმოადგენს შემოსავლის ერთადერთ წყაროს. გამოკითხულ საწარმოებში დასაქმებულია 9.05 ადამიანი, მათ შორის არიან შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, იძულებით გადაადგილებული პირები, სოციალურად დაუცველები და ა.შ. გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 2%-ს ჰქონდა 10,000 ლარზე მეტი მოგება, მაშინ, როდესაც 51% აცხადებდა, რომ 2017 წელს მოგება არ ჰქონდა. საინტერესოა, რომ 23% -ის მოგება ამავე წელს არ აღემატებოდა 1000 ლარს, ხოლო ანალოგიური მაჩვენებლები დაფიქსირდა 1000-5000 ლარის მოცულობის ჩარჩოში. საინტერესოა, რომ გამოკითხულ საწარმოთა 90% მოგების რეინვესტირებას სრულად ახდენს წესდებაში დაფიქსირებული სოციალური მიზნების შესასრულებლად. შედეგებმა აჩვენა, რომ ყველა გამოკითხული საწარმოსათვის, სოციალური მიზნების პრიორიტეტულობა აღემატება ეკონომიკურ მიზნებს. ასევე, იმ შემთხვევაში, თუ საწარმო დგას რისკის ქვეშ, ისინი ცდილობენ სოციალური მიზნების მიღწევას, ეკონომიკური მიზნების დაჩრდილვის ხარჯზე. გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობა მიიჩნევს,

რომ მოსახლეობას ან არ აქვს ინტერესი “სოციალური საწარმოს” კონცენფციის მიმართ ან საერთოდ არ ფლობს ინფორმაციას ზემოაღნიშნულის შესახებ.

ჩემს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ კვლევის მონაწილე არცერთი სოციალურ საწარმო და სოციალური მეწარმეობის სფეროში მოქმედი ორგანიზაცია არ ახორციელებს სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასებას, თუმცა გეგმავენ ამ მიმართულებით საქმიანობის განვითარებას.

საინტერესოა, რომ კვლევის შედეგებმა აგრეთვე გამოავლინა, რომ სოციალური საწარმოები ძირითადად ფუნქციონირებენ არასამთავრობო ან დონორი ორგანიზაციის ფინანსური მხარდაჭერით ააიპ-ის იურიდიული სტატუსით. საგულისხმოა, რომ საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობა, სოციალურ მეწარმეობასთან მიმართებაში, სახელდება, როგორც შემაფერხებელი ფაქტორი სოციალური მეწარმეობის სექტორის განვითარებასა საქართველოში. აღნიშნული გამოწვევის გადაწყვეტის ერთ-ერთი გზად რესპოდენტები კანონმდებლობაში სოციალური საწარმოს შესახებ ჩანაწერის გაკეთებას მიიჩნევენ.

ბიზნესის მართვის გამოცდილების ნაკლებობა და ბიზნესის პრინციპების შესახებ მცირედი ინფორმაცია სახელდება ყველა გამოკითხული სოციალური მეწარმის მიერ, როგორც სოციალური საწარმოს განვითარების ერთ-ერთი შემაფერხებელი ფაქტორი. კვლევის მონაწილეები ოპტიმალურად თვლიდნენ რაიმე ტიპის სასწავლო მასალის/გზამკვლევის/კონსულტაციების მექანიზმის დანერგვას, რომელიც სოციალურ საწარმოებს მიაწვდიდა ინფორმაციას ზემოაღნიშნული საკითხების შესახებ.

მოსახლეობის “სოციალური მეწარმეობის” ფენომენის შესახებ დაბალი ინფორმირებულობა გამოიკვეთა, როგორც სოციალური საწარმოს ფუნქციონირების ერთ-ერთი შემაფერხებელი ფაქტორი სოციალური საწარმოების ქეისების შესწავლისას. რესპოდენტები მიიჩნევენ, რომ საჭიროა განხორციელდეს ცნობიერების ამაღლების მიზნობრივ კამპანიები არამარტო მოსახლეობის, არამედ სახელმწიფო და კერძო სექტორის ორგანიზაციების ჩართულობის უზრუნველსაყოფად.

მაშასადამე, შესწავლილი კონკრეტული შემთხვევის მაგალითზე საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების სოციალურ მისიას წარმოადგენს მოწყვლადი ჯგუფების (ახალგაზრდები, მთაში მცხოვრები მოსახლეობა, ზრდასრული ადამიანები, რომელთაც ხელი არ მიუწვდებათ დასაქმების სხვა შესაძლებლობებზე) სწავლებისა და დასაქმების სტიმულირება, სოფლიდან-ქალაქში მიგრაციის დონის შემცირება და ა.შ. მათთვის სოციალური და ფინანსური მიზნების დაბალანსებისას, უპირატესობა ენიჭება სოციალურ მიზანს, თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც იძულებულნი არიან ფინანსური მიზნებით იხელმძღვანელონ, რათა უზრუნველყონ სოციალური საწარმოს მდგრადობა. კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ვთქვათ, გამოკითხული სოციალური საწარმოები უმეტესწილად ორიენტირებულნი არიან მასლოუს პირამიდის პირველი დონის- ძირითადი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე არიან ორიენტირებულნი. ისინი ცდილობენ მათ სამიზნე ჯგუფებს შეუქმნან სწავლისა და დასაქმების შესაძლებლობები, რათა გამომუშავებული შემოსავლით დაიკმაყოფილოთ მათი ფიზიოლოგიური მოთხოვნილებები.

ასევე, მნიშვნელოვანია სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასება მდგრადი განვითარების კონტექსტში. ზოგადად, მდგრადი განვითარება მოიცავს საკუთარი მოთხოვნების იმგვარად დაკმაყოფილებას, რომ არ შეექმნას საფრთხე მომავალი თაობების შესაძლებლობებს. კონცეფცია ეფუძნება სოციალურ, ეკონომიკურ და ეკოლოგიურ ასპექტებს.

მდგრადი განვითარების ფენომენზე დიდი ხნის მანძილზე მიმდინარეობდა მსოფლიო მასშტაბით დისკუსია და მეცნიერები მსჯელობდნენ, როგორ შეეძლოთ გაეზომათ “მდგრადი განვითარება”. გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია ამ კუთხით პოისონერს წარმოადგენს და შეიმუშავა “მდგრადი განვითარების” მიზნები, რომლებიც 2001-2015 წლებში ცნობილი იყო ათასწლეულის განვითარების მიზნები, ხოლო 2015 წლის სექტემბერში, საქართველო შეუერთდა მსოფლიოს ქვეყნებს, რომლებმაც ერთობლივად მიიღეს მდგრადი განვითარების დღის წესრიგი 2030 წლისათვის. აღნიშნული დღის წესრიგი მოიცავს მდგრადი განვითარების 17 მიზანს, რომელიც სიღარიბის აღმოფხვრას, ფართოდ გავრცელებული უთანასწორობის შესუსტებას და კლიმატის გლობალური ცვლილების წინააღმდეგ ბრძოლას ემსახურება.

კვლევის ფარგლებში შესწავლილი სოციალური საწარმოები ეხება პირველ (არა სიღარიბეს), მეორე (არა სიღატაკს), მერვე (ღირსეული სამუშაო და ეკონომიკური ზრდა), მეათე (შემცირებული უთანასწორობა) მიზნებს. გარდა ამისა, მეჩვიდმეტე მიზანი ყველა მიზნის შესასრულებლად პარტნიორობას გულისხმობს, შესაბამისად, ყველა სოციალურ საწარმოს თუ განვიხილავთ ერთიან კონტექსტში, მეჩვიდმეტე მიზანიც თავისთავად დაიფარება.

კვლევის მონაწილე სოციალური საწარმოები აკმაყოფილებენ ზემოაღნიშნული სოციალური და ეკონომიკური კრიტერიუმების დიდ ნაწილს, თუმცა საჭიროა მეტი აქცენტი გაკეთდეს დაინერესებულ მხარეთა ჩართულობაზე და უზრუნველყოფილ იქნას დიალოგი სხვადასხვა სექტორის წარმომადგენლებს შორის სოციალური საკითხების ერთობლივად მოგვარების მიზნით.

კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით გამოიკვეთა შემდეგი რეკომენდაციები:

- **სოციალური საწარმოების მიმართულებით საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა**
 - პირველ ყოვლისა, აუცილებელია, საქართველოს კანონმდებლობით აღიარებულ იქნას სოციალური მეწარმეობის ფენომენი, სოციალური საწარმოები დაექვემდებარონ სპეციფიურ რეგულაციას და კანონმდებლობაში განიმარტოს ტერმინები „სოციალური საწარმო“ და „სოციალური მეწარმეობა“. ეს შესაძლებელია სხვადასხვა გზით განხორციელდეს. მაგალითად, შესაძლებელია, აღნიშნული ტერმინები განიმარტოს სამოქალაქო და საგადასახადო კოდექსებში, ან შეიქმნას ცალკე კანონი, რომელიც სოციალური მეწარმეობის სფეროს კომპლექსურად მოაწესრიგებს. სოც. საწარმოების სამართლებრივი აღიარების პრობლემის აღმოფხვრა, ასევე შესაძლებელია „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონისა და საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის ერთდროული მოდიფიკაციით. აღტერნატივები დამოკიდებულია იმ მოდელზე, რომელიც კანონმდებლის მიერ იქნება შერჩეული და რომელიც ყველაზე უკეთ მოერგება საქართველოს საკანონმდებლო სისტემას. საქართველოში სოციალური მეწარმეობის მარეგულირებელი კანონმდებლობის ფორმირებისას საჭიროა განისაზღვროს მკაფიო მახასიათებლები, თუ რა მიიჩნევა სოციალურ საწარმოდ. შედარებითი სამართლის საფუძველზე, შესაძლოა, ითქვას, რომ სხვადასხვა ქვეყნებში არსებული განსხვავებული იურიდიული განმარტებების მიუხედავად, არსებობს

სოციალური საწარმოს ფუნდამენტური მახასიათებლები, რომლებიც ყველა სამართლებრივ სისტემაში მეტ-ნაკლებად აღიარებულია.

- **სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება** – მიუხედავად იმისა, რომ რამოდენიმე სახელმწიფო უწყების პოლიტიკის დოკუმენტში გვხვდება სოციალური მეწარმეობის შესახებ ჩანაწერი, მივიჩნევთ, რომ სასურველია შეიქმნას სახელმწიფო დონეზე ერთიანი “ქოლგა” ჩარჩო, რომელიც დაარეგულირებს ამ მიმართულებას და ხელს შეუწყობს სოციალური მეწარმეობის განვითარებას მთელი ქვეყნის მასშტაბით. სოციალური მეწარმეობის განვითარების სტრატეგიამ, ასევე შეიძლება გაითვალისწინოს საჯარო და კერძო სექტორებთან თანამშრომლობის განვითარების, საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებისა და მეწარმეთა უნარ-ჩვევების განვითარების დონისძიებები. ასევე, აუცილებელია, რომ განისაზღვროს სოციალური მეწარმეობის მიმართულების განვითარებაზე პასუხისმგებელი, რომელიც კოორდინირებას გაუწევს აღნიშნული მიმართულებით სხვადასხვა სახელმწიფო ინსტიტუციების ქმედებებს. საზღვარგარეთის ქვეყნებში, იქ, სადაც სოციალური მეწარმეობა მეტ-ნაკლებად განვითარებულია, ცენტრალურ ან/და ადგილობრივ დონეზე გვხვდება მრავალმხრივი სტრატეგიები, რომლებიც ამ სექტორის მხარდაჭერას უზრუნველყოფს.
- **ფინანსებთან ხელმისაწვდომობის ზრდა** – კვლევის შედეგების მიხედვით, ფინანსურ რესურსებთან წვდომის ნაკლებობა დასახელდა სოციალური მეწარმეების მიერ მათი საწარმოების განვითარების ერთ-ერთ დამაბრკოლებელ ფაქტორად. სოციალური საწარმოების განვითარებისათვის აუცილებელია მათ ჰქონდეთ ხელმისაწვდომობა იაფ კრედიტზე.
- **სოციალურ მეწარმეთა ტრენინგი ბიზნესის მართვაში** - გამოკითხვისას არაერთმა სოციალურმა მეწარმემ მიუთითა, რომ მათთვის ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევად რჩება ბიზნეს უნარ-ჩვევების ნაკლებობა. აღნიშნული, ძირითადად, განპირობებულია იმით, რომ საქართველოში სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობა დაფუძნებულია არასამთავრობო სექტორში მოღვაწე პროფესიონალების მიერ, რომელთაც იშვიათად, თუ აქვთ ბიზნესის წარმოების გამოცდილება. ამ პრობლემის აღმოსაფხვრელად, აუცილებელია, სოციალურ მეწარმეებს სისტემურად ჩაუტარდეთ ტრენინგები მარკეტინგში, ბიზნეს-მენეჯმენტში, ბიზნეს სამართალში და სხვა მომიჯნავე დისციპლინებში.

- **საერთაშორისო თანამშრომლობის ხელშეწყობა** -აუცილებელია მოხდეს საერთაშორისო წარმატებული მაგალითების გაცნობა საქართველოში მოქმედი სოციალური მეწარმეებისთვის, ასევე, საერთაშორისო დონეზე თანამშრომლობის დამყარების ხელშეწყობა.
- **მონაცემთა სრულყოფა** – სოციალური საწარმოების მიერ შეგროვებული მონაცემების არასრულყოფილების გამო, რთულია ანალიზისა და დაკვირვებების გაკეთება. ასევე, სასურველია, მას შემდეგ, რაც კანონმდებლობით დარეგულირდება სოციალური მეწარმეობის საკითხები, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ანგარიშთა სისტემაში ჩაემატოს სოციალური საწარმოების შესახებ სტატისტიკა.

გამოყენებული ლიტერატურა

- გველესიანი რ. ერქომაიშვილი გ. გოგორიშვილი ი. ლეკაშვილი ე. ფერსაშვილი ნ. ხურცია ლ: სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციები საქართველოში, თბილისი, 2017
- საკანონმდებლო წინადადება "სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ" კანონპროექტისა და თანმდევი კანონპროექტების შესახებ
- სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების გზამკვლევი-სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარების სააგენტო- 2014
- სოციალური მეწარმეობა საერთაშორისო გამოცდილება ათი ქვეყნის მაგალითზე - სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი – 2010
- A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - European Commission - 2014
- Amit Gupta: Role of Entrepreneurship in National Economic Growth – A Comparative Analysis of India & China, April, 2012
- Austin, J., Gutierrez, R., Ogliastris, E., Reficco, R. (Eds) (2006a). Effective Management of Social Enterprises. Harvard: David Rockefeller Centre Series on Latin American Studies
- Austin, J., Stevenson H., Wei-Skillem, J. (2006b). "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?" Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 30, No. 1, pp. 1–22.
- Banks, J. A. (1972). The Sociology of Social Movements. MacMillan, London
- Bloom, P. N., Chatterji, A. K. (2009). "Scaling Social Entrepreneurial Impact." California Management Review, Vol. 51, No. 3, pp. 114–133
- Borzaga, C., Defourny, J. (Eds.) (2001). The Emergence of Social Enterprise. Routledge, New York
- Boschee, J. (2001). "Eight basic principles for nonprofit entrepreneurs." Nonprofit World, Vol. 19, No. 4, pp. 15–18
- Brincerhoff, P. (2000). Social Entrepreneurship: The art of Mission-Based Venture Development. John Wiley & Sons, New York
- Burdge, R. J. (2003b). "The practice of social impact assessment – background." Impact Assessment and Project Appraisal, Vol. 21, No. 2, pp. 84–88
- Chell, E. (2007). "Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process." International Small Business Journal, Vol. 25, No. 1, pp. 5–26

- Dees, J. G. (1998). "Enterprising non-profits." *Harvard Business Review*, January- February, pp. 54–67
- Dees, J. G., Anderson, B. B. (2003). "Sector-bending: Blurring lines between nonprofit and for-profit." *Society*, Vol. 40, No. 4, pp. 16–27
- Dees and Battle Anderson (2006), pp41
- Defourny, J., Nyssens, M. (2008a). "Social enterprise in Europe: recent trends and developments." *Social Enterprise Journal*, Vol. 4, No. 3, pp. 202–228
- Dholakia, N., Dholakia, R. R. (1975). "Marketing Planning in a Social Enterprise." *European Journal of Marketing*, Vol. 9, No. 3, pp. 250–258
- Di Domenico, M. L., Haugh, H., Tracey, P. (2010). "Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises." *Entrepreneurship Theory and Practice*
- Diochon, M., Anderson, A. R. (2009). "Social enterprise and effectiveness: a process typology." *Social Enterprise Journal*, Vol. 5, No. 1, pp. 7–29
- Douglas, H. (2008). "Creating Knowledge: A Review of Research Methods in Three Societal Change Approaches." *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol. 20, No. 2, pp. 141–163
- Drucker, P. (1979). *The Practice of Management*. Pan Books, London
- Ducci, G., Stantella, C., Vulturni, P. (2002). "The Social Enterprise in Europe: The State of the Art." *International Journal of Mental Health*, Vol. 31, No. 3, pp.76–91
- Economic Impact of Social Enterprises in the Republic of Serbia- Statistical Office of the Republic of Serbia – 2014
- Economic self-sufficiency and life stability one year after starting a social enterprise job – Mathematica Policy Research – January 13, 2015
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 11(4), 533-550
- Emerson, J., Bonini, S., Brehm, K. (2003). *The Blended Value Map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation*
- Evert-Jan Quak: *Social Enterprises: Catalysts of Economic Transition?*-October 29, 2013
- Florman M, Klingler-Vidra R, Facada Martim Jacinto (2016) "A critical evaluation of social impact assessment methodologies and a call to measure economic and social impact holistically through the External Rate of Return platform" , W/P# 1602 London School of Economics (LSE)

- Freudenburg, W. R. (1986). "Social impact assessment." *Annual review of sociology*, Vol. 12, pp. 451–478
- G8 Factsheet: Social Investment and Social Enterprise – Policy Paper June 3, 2013
- Galera, G., Borzaga, C. (2009). "Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation." *Social Enterprise Journal*, Vol. 5, No. 3, pp. 210–228.
- Galera, G., Borzaga, C. (2009). "Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation." *Social Enterprise Journal*, Vol. 5, No. 3, pp. 210–228
- Ghauri, P. (2004). Designing and conducting case studies in international business research. In R. Marschan-Piekkari, & C. Welch (Eds.), *Handbook of qualitative research methods for international business* (pp. 109-124). Cheltenham, UK: Edward Elgar
- Glasson, J., Cozens, P. (2011). "Making communities safer from crime: An undervalued element in impact assessment." *Environmental Impact Assessment Review*, Vol. 31, No. 1, pp. 25–35.
- Grieco, Cecilia. (2015) *Assessing Social Impact of Social Enterprises: Does One Size Really Fit All?* Springer Briefs in Business
- Howitt, R. (1989). "Social Impact Assessment and resource development: issues from the Australian experience." *Australian Geographer*, Vol. 20, No. 2, pp. 153– 166
- Inspiring Innovation: The Size, Scope and Socioeconomic Impact of Nonprofit Social Enterprise in Ontario, The Canadian CED Network
- Jackson, M. (2010). "Matching rhetoric with reality: The challenge for Third Sector involvement in local governance." *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 30, Nos. 1–2, pp. 17–31
- Jones, M. G., Hartog, J. J., Sykes, R. M. (1996). "Social impact assessment – new dimensions in project planning." SPE Health, Safety and Environment in Oil and Gas Exploration and Production Conference, 9–12 June 1996, New Orleans, Louisiana
- Kerlin, J. A. (2006). "Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences." *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, Vol. 17, No. 3, pp. 247–263
- Kerlin, J. A. (2009). "A Comparison of Social Enterprise models and Contexts." In J. A. Kerlin (Ed), *Social Enterprise: A Global Comparison*, (pp. 184–200). Tufts University Press.
- Kerlin, J. A. (2010). "Social Enterprise in the United States and Abroad: Learning from Our Differences." In R. Mosher-Williams (Ed) *Research on Social Entrepreneurship*:

Understanding and Contributing to an Emerging Field (Volume 1, No. 3). ARNOVA's Occasional Papers

- Liveng, A. (2008) "Denmark." In J. Defourny, M. Nyssens (Eds), *Social enterprise in Europe: recent trends and developments*. EMES Working Papers, No. 08/01, pp. 15–16
- Lumley, T., Langerman, C., Brookes, M. (2005). "Funding success: NPC's approach to analysing charities." *New Philanthropy Capital*
- Maxwell, J. A. (1998). *Designing a qualitative study*. In L. Bickman, & D. Rog (Eds.), *Handbook of applied social research methods* (pp. 69-100). Thousand Oaks, CA: Sage
- Michaela Driver, 2012, *An Interview With Michael Porter: Social Entrepreneurship and the transformation of Capitalism*, *Academy of Management Learning & Education*, 2012, Vol. 11, No. 3, 421–431
- Miles, M. B., & Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded resource book* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Nicholls, A. (2009). "“We do good things, don't we?": 'Blended Value Accounting' in social entrepreneurship." *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 34, No. 6–7, pp. 755–769.
- Nyssens, M. (Ed.) (2006). *Social Enterprise – At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Routledge, London/New York
- O'Donohoe, Nick, Christina Leijonhufvud, Yasemin Saltuk, Antony Bugg-Levine and Margot Brandenburg. (2010) "Impact Investments: An Emerging Asset Class" *J. P. Morgan Global Research*. 29 November
- Olsen, S. and B. Galimidi. (2008) "Catalog of Approaches to Impact Measurement". *Social Venture Technology Group with Support of the Rockefeller Foundation*
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., Miller, D. T. (2008). "Rediscovering social innovation". *Stanford Social Innovation Review*, Vol. 6, No. 4, pp. 34–43
- Ragin, C. (1989). *The comparative method: Moving beyond quantitative and qualitative strategies*. London: University of California Press.
- Ridley-Duff, R. (2008). "Social enterprise as a socially rational business." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 14, No. 5, pp. 291–312.
- Ron Schultz: *Creating Local Impact: Connecting Social Business With Economic Development*, July 23, 2013
- Roper, J., Cheney, G. (2005). "The meanings of social entrepreneurship today." *Corporate Governance*, Vol. 5, No.3 , pp. 95–104

- Social enterprise: a new model for poverty reduction and employment generation- An Examination of the Concept and Practice in Europe and the Commonwealth of Independent States- UNDP Regional Bureau For Europe and the Commonwealth of Independent States – 2008
- Social Enterprises, Economic Self-Sufficiency, and Life Stability – REDF 2011 <http://redf.org/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/REDF-MJS-Final-Report-Brief.pdf>
- Spear, R., Bidet, E. (2005). “Social Enterprises for Work Integration in 12 European Countries: A Descriptive Analysis.” *Annals of Public and Cooperative Economics*, Vol. 76, No. 2, pp. 195–231
- The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective - Jacques Defourny Marthe Nyssens WP no. 12/03 -http://www.emes.net/site/wp-content/uploads/EMES-WP-12-03_Defourny-Nyssens.pdf
- The socio-economic impact of cooperatives and mutual- Institut de recherche et d'éducation pour les coopératives et les mutuelles de l'Université de Sherbrooke
- Thompson, J. L. (2008). “Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached?: A summary of issues and discussion points.” *Social Enterprise Journal*, Vol. 4, No. 2, pp. 146–161
- Townsend, D. M., Hart, T. A. (2008). “Perceived Institutional Ambiguity and the Choice of Organizational Form in Social Entrepreneurial Ventures.” *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 32, No. 4, pp. 685–700
- Tracey, P., Phillips, N. (2007). “The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education.” *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 6, No. 2, pp. 264–271
- Trivedi, C. (2010a). “A social entrepreneurship bibliography.” *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 19, No. 1, pp. 81–85
- Vanclay, F. (2003) “International principles for social impact assessment” *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21(1): 5-11
- Wallman-Stokes, C., Hovde, K., McLaughlin, C. & Rosqueta, K. (2013) “What we talk about when we talk about impact”. Center for High Impact Philanthropy; Women Moving Millions. September
- Westley, F., Antadze, N. (2010). “Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact.” *Innovation Journal*, Vol. 15, No. 2, pp. 1–19

- Yin, R. (1994). Case study research: Design and methods (2nd ed., Vol. 5). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Yin, R. (1998). The abridged version of case study research: design and methods. In L. Bickman, & D. Rog (Eds.), Handbook of applied social research methods (pp. 229-259). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Zalan, T., & Lewis, G. (2004). Writing about methods in qualitative research: Towards a more transparent approach. In R. Marschan-Piekkari, & C. Welch 476 (Eds.), Handbook of qualitative research methods for international business (pp. 507-526). Cheltenham, England: Edward Elgar.
- Trasi Foundation Web-site
http://trasi.foundationcenter.org/search_results.php?approach_tool=Tools&approach_method=Methods&Eval_Purp_Assessment=Assessment&Who_social_enterprise=Yes&Sector_Specified=General%20sector%20applicability&type_impact_Social=Social&Impact_Impact=Impact&Impact_Outcomes=Outcomes&Impact_Outputs=Outputs

დანართები

დანართი 1. ჩადრმაგებული ინტერვიუს სახელმძღვანელო კითხვარი ძირითადი ინფორმირებული პირებისათვის

ნაწილი 1. შესავალი

მისაღმება და კვლევის მიზნის გაცნობა

ნაწილი 2: Warm up

- გთხოვთ წარმოადგინეთ თქვენი თავი, გვითხარით თქვენი სახელი, გვარი, ორგანიზაცია, პოზიცია ორგანიზაციაში, რა საკითხებზე მუშაობთ თქვენ და თქვენი ორგანიზაცია
- როგორ შეაფასებდით სოციალური მეწარმეობის კუთხით ამჟამინდელ ვითარებას საქართველოში? შეიცვალა თუ არა რაიმე ამ კუთხით ბოლო 5 წლის განმავლობაში? თუ კი, რა შეიცვალა? განსხვავდება თუ არა ვითარება დედაქალაქსა და რეგიონებს შორის/რეგიონებს შორისაც? თუ განსხვავდება, როგორ?

ნაწილი 2: სოციალური მეწარმეობის არსი

- როგორ განმარტავთ ტერმინს „სოციალური საწარმო“ და „სოციალური მეწარმეობა“?
- რა ტიპის აქტივობებს/ინიციატივებს მიიჩნევთ სოციალურ საწარმოდ/სოციალურ მეწარმეობად? რატომ ფიქრობთ, რომ თქვენის მიერ დასახელებული მაგალითები შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც სოციალური საწარმო/სოციალური მეწარმეობა?
- დღესდღეობით საქართველოში, რა ტიპის სოციალური საწარმოები ვგხვდება?

ნაწილი 3: საკანონმდებლო რეგულირება და მისი ასპექტები

- როგორ ხდება სოციალური მეწარმეობის რეგულირება საკანონმდებლო რეგულირებაზე.

- თუ არსებობს რაიმე მარეგულირებელი მექანიზმი, რითაც ხდება სოციალური საწარმოების საქმიანობის რეგულირება?
- საკანონმდებლო დონე რამდენად ახდენს მოსახლეობის წახალისებას/შეფერხებას დაიწყო სოციალური საწარმოს ფუნქციონირება?

ნაწილი 4: მიმდინარე პროექტები / ინტერვენციები / ინიციატივები, რომლებიც ხორციელდება სამიზნე არეალში

- თუ შეგიძლიათ მოგვიყვით იმ პროექტების, აქტივობებისა თუ ინიციატივების შესახებ, რომლებიც ამჟამად ხორციელდება სოციალური მეწარმეობის კუთხით საქართველოში?
- რომელი საერთაშორისო ან ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციები ფუნქციონირებენ ამ მიმართულებით და რა საქმიანობას ახორციელებენ ისინი?
- გთხოვთ, ასევე, მოგვიყვით უკვე დასრულებული პროექტების შესახებ, რომელიც განხორციელდა სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით სხვადასხვა ორგანიზაციების მიერ ბოლო 3 წლის განმავლობაში
- თქვენი აზრით, თქვენს მიერ დასახელებული მიმდინარე და/ან დასრულებული პროექტებიდან, რომელი პროექტი/მიდგომა/ინტერვენცია იყო ყველაზე წარმატებული და/ან ჰქონდა დიდი გავლენა? გთხოვთ მოიყვანოთ მაგალითები და დაასაბუთოთ თქვენი აზრი.

ნაწილი 5: სოციალური საწარმოების საქმიანობის შეფასება

- თქვენი პრაქტიკიდან გამომდინარე, რა ბარიერებს აწყდებიან არსებული სოციალური საწარმოები ფუნქციონირების კუთხით?
- განსხვავდება თუ არა ვითარება თბილისსა და რეგიონებს შორის?
- როგორ შეაფასებდით არსებულ სოციალურ საწარმოებს მდგრადობის კუთხით?
- ხდება თუ არა არსებული სოციალური საწარმოების ეფექტიანობის შეფასება?

- თუ დიახ, რა კრიტერიუმებით/ ინდიკატორებით/ მექანიზმებით/ ინსტრუმენტებით? თუ არა, იგეგმება თუ არა?
 - თუ დიახ, რა იგულისხმება ეფექტიანობის შეფასებაში? რა პატარმეტრები გამოიყენება? (მოდერატორს: გადაეკითხეთ სოციალური და ეკონომიკური ეფექტიანობის შეფასების მეთოდებზე)

ნაწილი 6: მომავალი გეგმები

- თუ შეიძლება, რომ მოგვაწოდოთ ინფორმაცია სოციალური მეწარმეობის კუთხით დაგეგმილ სამომავლო გეგმების შესახებ?

დიდი მადლობა თანამშრომლობისთვის!

დანართი 2: ჩადრმაგებული ინტერვიუს სახელმძღვანელო კითხვარი სოციალური საწარმოებისათვის

ნაწილი 1. შესავალი

მისაღმება და კვლევის მიზნის გაცნობა

ნაწილი 2: Warm up

- გთხოვთ წარმოადგინეთ თქვენი თავი, გვითხარით თქვენი სახელი, გვარი, ორგანიზაცია, პოზიცია ორგანიზაციაში, რა საკითხებზე მუშაობთ თქვენ და თქვენი ორგანიზაცია
- როგორ შეაფასებდით სოციალური მეწარმეობის კუთხით ამჟამინდელ ვითარებას საქართველოში? შეიცვალა თუ არა რაიმე ამ კუთხით ბოლო 5 წლის განმავლობაში? თუ კი, რა შეიცვალა? განსხვავდება თუ არა ვითარება დედაქალაქსა და რეგიონებს შორის/რეგიონებს შორისაც? თუ განსხვავდება, როგორ?

ნაწილი 2: სოციალური მეწარმეობის არსი

- როგორ განმარტავთ ტერმინს „სოციალური საწარმო“ და „სოციალური მეწარმეობა“?
- რა ტიპის აქტივობებს/ინიციატივებს მიიჩნევთ სოციალურ საწარმოდ/სოციალურ მეწარმეობად? რატომ ფიქრობთ, რომ თქვენის მიერ დასახელებული მაგალითები შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც სოციალური საწარმო/სოციალური მეწარმეობა?

ნაწილი 3: ინფორმაცია სოციალური საწარმოს შესახებ

- მოგვიყევით თქვენი სოციალური საწარმოს დაფუძნების ისტორია
 - საქმიანობის სფერო
 - რამ გიბიძგათ სოციალური საწარმოს შექმნისკენ? რა მიზნები გამოძრავებდათ? (მოდერატორი: უმეტესწილად სოციალური, უმეტესწილად ეკონომიური - გადაეკითხეთ)
 - ვისთან ერთად ჩამოაყალიბეთ საწარმო და როგორია საკუთრების სტრუქტურა?
 - საიდან და როგორ მოიძიეთ საწყისი კაპიტალი?

- რატომ არის თქვენი საწარმო „სოციალური“? რა პარამეტრები განაპირობებს მის „სოციალურობას“?
- შეგიძლიათ აღწეროთ თქვენი კომპანიის ბიზნეს მოდელი?
 - აღწერეთ ღირებულების შექმნის პროცესი?
 - რა ძირითად/მხარდამჭერ აქტივობებს ახორციელებთ?
 - შემოსავლები მიღება როგორ ხდება?
- მოგვიყვით თქვენი ორგანიზაციის იურიდიული სტატუსის შესახებ
 - რატომ შეარჩიეთ ესათუის იურიდიული ფორმა?
 - რა უპირატესობები/ნაკლოვანებები აქვს თქვენს მიერ შერჩეულ იურიდიულ ფორმას სოციალურ საწარმოდ ფუნქციონირებისას?
- დასაქმებულთა რაოდენობა (ასაკობრივი ჭრილით)
 - სრულ-განაკვეთზე
 - ნახევარ-განაკვეთზე
 - მოხალისე
- როგორია თქვენი სოციალური საწარმოს მართვის სტრუქტურა?
 - რაიმე მიდგომების/მენეჯმენტის ცვლილება თუ განხორციელდა სოციალური საწარმოს დაფუძნების შემდეგ?

ნაწილი 4: სოციალური და ფინანსური მიზნები

- რა მიზანს ემსახურება თქვენი სოციალური საწარმო?
- როგორ ახორციელებთ სოციალური და ფინანსური მიზნების დაბალანსებას?
- რესურსების განაწილებასას, როგორ აბალანსებთ სოციალურ და ფინანსურ მიზნებს?
- როგორ აღწერდით დამოკიდებულებას/ურთიერთობას სოციალურ და ეკონომიკურ აქტივობებს შორის? (მოდერატორს: თუ გქონიათ შემთხვევა, როდესაც დილემის წინაშე დამდგარხართ, თუ რომელი აქტივობისთვის მიგენიჭებინათ უპირატესობა?)
- შეგიძლიათ აღწეროთ ის გზა, რომელიც მოიცავს ერთდროულად სოციალური და ეკონომიკური მიზნის მიღწევას?
 - რა შიდა და გარე გამოწვევები/პრობლემები გხვდებათ?

- როგორ ახდენთ აღნიშნული გამოწვევების/პრობლემების აღმოფხვრას?
- რას მიიჩნევთ წარმატების მიღწევის მთავარ ფაქტორად? გთხოვთ, დაგვისახელოთ შესაბამისი მაგალითები
- თუ შეგიძლიათ დაგვისახელოთ თქვენი სოციალური საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული კონკრეტული სოციალური შედეგი? გთხოვთ, მოგვიყვებთ კონკრეტული მაგალითების შესახებ?
- როგორ ფიქრობთ, რა ტიპის სოციალურ ცვლილებების/ზეგავლენის ხელშეწყობას ახდენს თქვენი სოციალური საწარმოს მიერ განხორციელებული სოციალური აქტივობები?
 - საზოგადოების რომელი საჭიროებების/რა ტიპის საჭიროებების დაკმაყოფილებაზეა ორიენტირებული?
- თუ ახორციელებთ თქვენი საქმიანობის შეფასებას სოციალური კუთხით? თუ დიახ, რა პარამეტრებს იყენებთ?
- როგორ უზრუნველყოფთ სოციალური საწარმოს ფინანსურ მდგრადობას? (მოდერატორს: თუ შესაძლებელია, გადაეკითხეთ კონკრეტული ფინანსური მაჩვენებლების შესახებ, რამდენი ჰქონდათ შემოსავალი 2014, 2015, 2016 წლებში, რამდენი ჰქონდათ მოგება 2014, 2015, 2016 წლებში)

ნაწილი 5: თანხების მოძიება

- როგორია თქვენი დაფინანსების წყარო? საიდან ხდება ფონდების მოძიება?
- რა გზებს იყენებთ თანხის მოსაზიდად? (მოდერატორს: გადაეკითხეთ კონკრეტული კამპანიებისა და აქტივობების შესახებ)
- თუ ყოფილა შემთხვევა, როდესაც გამოიყენეთ სხვადასხვა კრეატიული გზა რესურსების მობილიზებისათვის? გთხოვთ, დაგვისახელოთ მაგალითი

ნაწილი 6: საზოგადოების დამოკიდებულება სოციალური საწარმოს მიმართ

- თქვენი პრაქტიკიდან გამომდინარე, თუ აქვთ თქვენს კლიენტების ინფორმაცია სოციალური საწარმოების შესახებ?

- კლიენტები როგორ აღიქვამენ თქვენს საქმიანობას? (მოდერატორს: გადაეკითხეთ რა დამოკიდებულება აქვთ ფენომენტთან „სოციალური საწარმო“)

ნაწილი 7: მხარდამჭერის მექანიზმები

- თუ გავითვალისწინებთ თქვენს იურიდიულ ფორმას, რა წინააღმდეგობებს ხვდებით საქმიანობისას?
- რა წინააღმდეგობებს ხვდება თქვენი სოციალური საწარმო კომპეტენციების კუთხით? თუ ყოფილა შემთხვევა, როდესაც რაიმე პრობლემ წამოჭრილა იმის გამო, რომ კონკრეტულ სფეროში არ გქონდათ სათანადო ცოდნა/გამოცდილება? გთხოვთ, დაგვისახელოთ მაგალითები
- როგორ ახდენთ კომპეტენციების განვითარებას და ზოგადად, რა კომპეტენციები გჭირდებათ სოციალური საწარმოს ეფექტური ფუნქციონირებისათვის?
- რა მხარდაჭერას ისურვებდით ამ კუთხით სხვადასხვა აქტორების მხრიდან?
- რა მხარდაჭერას ისურვებდით საკანონმდებლო ბაზის კუთხით? რა შეუწყობდა ხელს თქვენი სოციალური საწარმოს საქმიანობის გაზრდა/გაფართოებას?

ნაწილი 8: სამომავლო გეგმები

- როგორ წარმოგიდგენიათ თქვენი სოციალური საწარმო დღეიდან 5 წლის შემდეგ?
- თუ გაქვთ რაიმე დოკუმენტები, რომელთა გაცნობა საინტერესო იქნებოდა კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე?

დიდი მადლობა კვლევაში მონაწილეობის მიღებისათვის !