

ივანე ჯავახიშვილის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

გიგა ჩიტიშვილი

**სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციები საქართველოში
და მისი გავლენა ინოვაციური ბიზნესის გადაწყვეტილებებზე**

სამაგისტრო პროგრამა: ეკონომიკა

ნაშრომი შესრულებულია ეკონომიკის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

ნაშრომის მეცნიერ-ხელმძღვანელი:
პროფესორი ეთერ ხარაიშვილი

თბილისი
2019

ანოტაცია

ნაშრომში სოციალური მეწარმეობის განვითარების ისტორიულ-ეკონომიკური საფუძვლები და ის ნაბიჯებია განხილული, რომლებიც მეოცე საუკუნის მიწურულს ამ კონცეფციის განვითარების მიმართულებით გადაიდგა მთელ მსოფლიოში. ასევე, მიმოხილულია განსხვავებული თეორიული და მეთოდოლოგიური მიდგომები ევროპული და ამერიკული მოდელების შედარების საფუძველზე. სოციალური მეწარმეობის კონცეფციების უცხოური პრაქტიკების გაზიარებასთან ერთად, ნაშრომში გაანალიზებულია საქართველოში არსებული პრაქტიკა.

ექსპერტული ინტერვიუების საფუძველზე განხილულია სოციალური მეწარმეობის და ახლადდაფუძნებული, განვითარების პოტენციალის მქონე ბიზნეს სუბიექტების სამოქმედო გარემოს ნაკლოვანებები და უპირატესობანი, ასევე, შემუშავებულია რეკომენდაციები, რომლის შესრულების შემთხვევაშიც, ქვეყანაში ამ მიმართულების ეკოსისტემა განვითარდება.

Abstract

The following paper (Social Entrepreneurship Trends in Georgia and It's Influence on Innovative Business Decisions) reviews Social Entrepreneurship development trends, its historical and economic motifs. So forth, the paper analyses the basics of the concept development worldwide for the second half of the twentieth century. Dissimilar theoretical and practical approaches is also studied through comparison of European and American models. Moreover, the paper analyzes a well-established Georgian practice of the Social Entrepreneurship.

Paper concludes deficiencies and advantages of Social Entrepreneurship and Start-Up (newly established entrepreneurial entities with development potential) ecosystems in Georgia, based on Expert Interviews. Furthermore, the paper offers recommendations to support afore-mentioned entities through advancing the ecosystems in which they operate.

შინაარსი

ანოტაცია.....	2
შესავალი.....	4
თავი 1. თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომები და უცხოური გამოცდილება სოციალური მეწარმეობის შესახებ.....	8
1.1. სოციალური მეწარმეობის განვითარების შესახებ თეორიული მიდგომები და ისტორიულ-ეკონომიკური საფუძვლები	8
1.2. სოციალური მეწარმეობის უცხოური გამოცდილება.....	13
თავი 2. სოციალური მეწარმეობა და ინოვაციების განვითარების შესაძლებლობები.....	22
2.1. მეწარმეობა და ინოვაციები.....	22
2.2. სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიმართულებები	27
2.3. სოციალური მეწარმეობის გავლენა ინოვაციურ გადაწყვეტილებებზე.....	32
თავი 3. სოციალური მეწარმეობის განვითარების პერსპექტივები.....	40
3.1. სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშესაწყობად.....	40
3.2. სოციალური მეწარმეობის განვითარების პრიორიტეტები და პერსპექტივები საქართველოში .	46
დასკვნა და რეკომენდაციები.....	52
გამოყენებული ლიტერატურა.....	54
ექსპერტული ინტერვიუ #1, დანართი #1.....	57
ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2.....	63
ექსპერტული ინტერვიუ #3, დანართი #3.....	68
ექსპერტული ინტერვიუ #4, დანართი #4.....	76
ექსპერტული ინტერვიუ #5, დანართი #5.....	81
დანართი #6.....	85
ექსპერტული ინტერვიუ #7, დანართი #7.....	90
ექსპერტული ინტერვიუ #8, დანართი #8.....	94

შესავალი

პრობლემის აქტუალობა

სოციალური მეწარმეობა, როგორც ახალი და ინოვაციური კონცეფცია ბიზნეს მიდგომებით სოციალური პრობლემების გადაწყვეტისათვის, მსოფლიოში XX საუკუნის 70-იან წლებში იდგამს ფეხს. მისი დინამიკური განვითარება კი 90-იანი წლებიდან იწყება და მას შემდეგ, სულ უფრო და უფრო მზარდ ინტერესს იწვევს სხვადასხვა ქვეყანაში.

სოციალური საწარმოდ განიხილება „*ორგანიზაცია ან საწარმო, რომელიც ახორციელებს სოციალურ მისიას სამეწარმეო, შემოსავლის მომტანი სტრატეგიებით*“.¹ მას შეიძლება განსხვავებული როლი დაეკისროს სხვადასხვა საზოგადოებაში, მისი საქმიანობის სფერო კი შეიძლება ძალზე განსხვავებული და მრავალფეროვანი იყოს. სოციალური საწარმო შეიძლება მიზნად ისახავდეს გარემოს დაცვითი პრობლემების მოგვარებას, ბაზარზე ნაკლებად კონკურენტუნარიან მდგომარეობაში მყოფი პირების დასაქმებას, საზოგადოების ზღვრული (მარგინალური) ჯგუფის წევრების მიერ წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის ხელშეწყობასა და სხვა ნებისმიერი პრობლემის გადაჭრას, რაც კონკრეტული სოციუმისთვის მწვავე საკითხია და საჭიროებს მდგრად გადაწყვეტას.

სოციალური საწარმოებს აქვთ კონკრეტული როლები საზოგადოებაში, რაც გულისხმობს იმას, რომ ისინი ორიენტირებულნი არიან სოციუმში არსებული გამოწვევების გადაწყვეტაზე. აღნიშნული გამოწვევები განზოგადებული სახით შეგვიძლია ასე წარმოვადგინოთ:

- დასაქმების ხელშეწყობა;
- სოციალური სერვისების მიწოდება;
- ეკონომიკური განვითარების და სამართლიანი ვაჭრობის ხელშეწყობა;
- საზოგადოებრივი ორგანიზაციების დამოუკიდებლობის ზრდის უზრუნველყოფა;
- გარემოსდაცვა;
- კულტურულ მიზნებზე ორიენტირება და სხვა.

აღნიშნული როლების შესრულებას სოციალური საწარმოების გარდა, ასევე, სხვა ორგანიზაციული ერთეულებიც ახორციელებენ, თუმცა, სოციალური მეწარმეობის

¹ სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (აშშ) - <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/> (შემოწმდა: 04.06.2019).

შემთხვევაში მიდგომა არის განსაკუთრებული და გამორჩეული იმ თვალსაზრისით, რომ პრობლემური ამოცანის გადასაწყვეტად გამოიყენება მიზანზე ორიენტირებული საბაზრო სტრატეგია. მაგალითად, დასაქმებაზე ორიენტირებული სოციალური საწარმოები და მათი პრიორიტეტი ტრადიციული ბიზნეს ორგანიზაციებისგან იმით განსხვავდება, რომ ასაქმებენ მოწყვლადი ჯგუფის წევრებს (პირებს, რომლებიც გარკვეული მიზეზების გამო კარგავენ კონკურენტუპირატესობას შრომით ბაზარზე). რაც შეეხება ქვეყნის ეკონომიკური წინსვლის ხელშეწყობაში სოციალურ საწარმოების წვლილს, ამის ნათელი მაგალითია „ესპანეთი, სადაც ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 7% სოციალურ საწარმოებზე მოდის“.²

ერთ-ერთი გამორჩეული მახასიათებელია ის ფაქტიც, რომ სოციალური საწარმოების უმრავლესობა დაფუძნებულია საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მიერ და მათი მიზანია საზოგადოებრივი ორგანიზაციების დონორებისგან დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფა სამეწარმეო საქმიანობით მიღებული მოგების შესაბამისად.

ზოგადად, სოციალური მეწარმეობა სოციალური ეკონომიკის ნაწილია, რომელსაც საერთაშორისო შრომითი ორგანიზაცია (WTO) განმარტავს, როგორც „კონცეფციას, რომელიც უკავშირდება საწარმოებს და ორგანიზაციებს, კერძოდ, კოოპერატივებს, არაკომერციულ საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს, ასოციაციებს, ფონდებს და სოციალურ საწარმოებს, რომლებიც სოლიდარობის პრინციპებზე დაყრდნობით აწარმოებენ სპეციფიკურ პროდუქტს ან სერვისს ეკონომიკური და სოციალური მიზნების მისაღწევად“³, აქედან გამომდინარე, მისი დანერგვა ქვეყნის ეკონომიკაში ამცირებს უმუშევრობის დონეს, ზრდის ეკონომიკური აქტიურობის მაჩვენებელს, ხელს უწყობს ეკონომიკის მწარმოებლურობის ამაღლებას და განვითარების ხელშეწყობას დასახული მიზნების შესრულებასთან თანხვედრით.

² „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი“, კვლევა „სოციალური მეწარმეობა - საერთაშორისო გამოცდილება 10 ქვეყნის მაგალითზე“, თბილისი (საქართველო), 2010. 1-104, (გვ. 12, იხ. ელექტრონული ვერსია: http://segeorgia.org/FILES/doc/96_Socialuri-mecarmeoba_Kveknebi.pdf (შემოწმდა: 04.06.2019).

³ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Job Creation through the Social Economy and Social Entrepreneurship*; 2013, 1-166, ელექტრონული სახელმძღვანელო ხელმისაწვდომია ბმულზე: https://www.oecd.org/cfe/leed/130228_Job%20Creation%20through%20the%20Social%20Economy%20and%20Social%20Entrepreneurship_RC_FINALBIS.pdf (შემოწმდა: 04.06.2019).

ამის ნათელი მაგალითია ფაქტი, რომ სოციალური ეკონომიკა ასაქმებს 11 მილიონ ადამიანს ევროკავშირში, რაც მთლიანად დასაქმებულთა რაოდენობის 6%-ს უტოლდება⁴.

მიზანი და ამოცანები

კვლევის მიზანია ინოვაციური პროდუქციის/სერვისის მწარმოებელი სოციალური საწარმოების და ახლადდაფუძნებული ბიზნეს ოპერატორების მიერ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში არსებული ძირითადი სტიმულების გამოვლენისა და მათი კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე მთავარი გამოწვევების დაძლევის შესახებ რეკომენდაციების შემუშავება.

აღნიშნულის მისაღწევად დასახულია შემდეგი ამოცანები:

- სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციების მიმოხილვა (საქართველოს მაგალითი);
- თვისობრივ-რაოდენობრივი მეთოდების შერჩევა და გამოყენება;
- საქართველოში მოქმედი ინოვაციური სოციალური საწარმოების და ახლადდაფუძნებული ბიზნეს ოპერატორების საქმიანობების, შედეგებისა და მიდგომების პრაქტიკული მაგალითების განხილვა;
- სოციალური მეწარმეობის განვითარების გავლენის მიმოხილვა ინოვაციური ბიზნესების გადაწყვეტილებებზე და სხვ.

კვლევის საგანი და ობიექტი

კვლევის საგანია საქართველოში დაფუძნებული სოციალური საწარმოები და ბიზნეს ოპერატორები, რომლებიც ქმნიან ინოვაციურ პროდუქტს/სერვისს ან/და ინოვაციური მეთოდებით ქმნიან პროდუქციას/სერვისს. კვლევის ობიექტია სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის არსებული ეკოსისტემა საქართველოში.

თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომები

⁴ *European Commission, Social Business Initiative, 2011: 1-14, გვ.4, ელექტრონული სახელმძღვანელო ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/EN/1-2011-682-EN-F1-1.Pdf> (შემოწმდა 04.06.2019).*

ნაშრომში გამოყენებულია თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები. კერძოდ, თვისებრივი კვლევის თვალსაზრისით გამოყენებულია ჩაღრმავებული (ექსპერტული) ინტერვიუს მეთოდი, ხოლო რაოდენობრივი კვლევის თვალსაზრისით სტრუქტურიზებული ინტერვიუს მეთოდი, ასევე, ანალიზის, შედარებისა და სტატისტიკური ანალიზის მეთოდები. კვლევის საინფორმაციო ბაზაა მეცნიერთა ნაშრომები, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მიერ აღნიშნულ თემაზე ჩატარებული კვლევების მონაცემები, სამეცნიერო სტატიები და მსოფლიო სტატისტიკური მასალები სხვადასხვა სახელმწიფოების მაგალითებზე.

პრობლემის კვლევის მდგომარეობა

საკითხთან დაკავშირებული კვლევითი საქმიანობა საქართველოში განხორციელებული აქვს ორ ორგანიზაციას „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრს“ და „არბაითერ სამარიტერ ბუნდს“, ასევე, ინდივიდუალ მკვლევარს, ირაკლი მხეიძეს, თუმცა, ავტორების მიერ ჩატარებული კვლევითი საქმიანობა ძირითადად ფარავს მხოლოდ სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით არსებულ სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმებს, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების განვითარების შესაძლებლობებს სექტორში, არსებულ გამოწვევებსა და საუკეთესო პრაქტიკებს. წინამდებარე კვლევა კი აღნიშნულთაგან იმით განსხვავდება, რომ აანალიზებს იმ გარემოებებს, რაც კონკრეტულ სექტორს ახასიათებს და რაც შესაძლოა შემაფერხებელი/წამახალისებელი ფაქტორი აღმოჩნდეს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ამ ტიპის საქმიანობის წამოსაწყებად. კვლევა კომპლექსურად უდგება საკითხს და განიხილავს ბიზნეს კომპანიების ხელშემწყობი ეკოსისტემის განვითარების და სპეციფიკის გავლენას სოციალური მეწარმეობის განვითარებაზე, ხაზს უსვამს საქმიანობით დაინტერესებული პირების გადაწყვეტილებების მოტივაციას.

თავი 1. თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომები და უცხოური გამოცდილება სოციალური მეწარმეობის შესახებ

1.1. სოციალური მეწარმეობის განვითარების შესახებ თეორიული მიდგომები და ისტორიულ-ეკონომიკური საფუძვლები

სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის მსგავსი მიდგომები ისტორიული თვალსაზრისით ანტიკური ეპოქიდან გვხვდება, მაგრამ, მისი ფორმალიზება, კონკრეტული კრიტერიუმების ჩამოყალიბებისა და მისი იურიდიულ ჩარჩოებში მოქცევა ევროპაში, ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და კანადაში 70-იანი წლებიდან იწყება და აქტიურად, უკვე 90-იანი წლების შემდგომ იწყებს გავრცელებას.

სოციალური მეწარმეობა, არსებულ რეალობაში, სოციალური ეკონომიკის კონკრეტულ მიმართულებას წარმოადგენს, რომლის ფორმირების და განვითარების პროცესიც სოციალური სამართლიანობის (Social Justice) კონცეფციის ჩამოყალიბებას უკავშირდება.

სოციალური სამართლიანობა, როგორც ცნება, პირველად 1840 წელს გაჟღერდა და ფორმირების საწყის ეტაპზე ის ინერგებოდა რელიგიურ სწავლებებში, როგორც სამართლიანი ეკონომიკური წყობის ნაწილი. ის თავის თავში მოიაზრებს ეკონომიკურად და სოციალურად თანასწორი საზოგადოების ფორმირებასა და განვითარებას. თავდაპირველად ის წარმოადგენდა კათოლიციზმის წამყვან მიმართულებას.

1891 წელს, რომის პაპმა ლეო VIII-მ გამოსცა ნაშრომი, სადაც დაგმო როგორც კაპიტალიზმის, ისე სოციალიზმის გავლენები და მათი მიდგომები შრომითი უფლებებისადმი და კერძო საკუთრებისადმი. ის აცხადებდა, რომ „საზოგადოება უნდა ეფუძნებოდეს თანამშრომლობის ღირებულებას და არა შემინული კონფლიქტისა თუ შეჯიბრებითობის პრინციპს“⁵.

აღნიშნული შეხედულებები გაღრმავდა შემდგომი პაპების ეპოქაშიც და ძირითადად, XX საუკუნის მიწურულს კონცეფცია უკავშირდებოდა ინდივიდის მორალურ კანონს, რომელიც

⁵ Oxford Said Business School, Mari Marcel Thekaekara, Stan Thekaekara, *Social Justice and Social Entrepreneurship – Contradictionary or Complementary*, 2017, 1-11, გვ.3, - ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: http://eureka.sbs.ox.ac.uk/764/1/Social_Justice.pdf (შემოწმდა: 06.06.2019).

გულისხმობდა საზოგადოების სოციალური სამართლიანობისკენ მიდრეკილებას იმ შემთხვევაში, თუ თითოეული ინდივიდი იზიარებს ამ ღირებულებას.

სოციალური სამართლიანობის პრინციპები შემდგომში გაზიარებულ იქნა სოციალური მეწარმეობის კონცეფციაში, რომელიც წარმოადგენს თავისუფალი, სოციალური ბიზნესის მოდელს, რომელიც ეყრდნობა ბაზრის ფუნქციონირებაში ჩაურევლობის პრინციპს და ორიენტირებულია სოციუმის კეთილდღეობაზე.

საინტერესოა პასუხი გაეცეს შეკითხვას, თუ რა ინსტიტუციონალურმა, კულტურულმა, პოლიტიკურმა და ეკონომიკურმა ფაქტორებმა გამოიწვიეს პროცესების ამგვარი განვითარება ევროპაში.

II მსოფლიო ომის შემდგომი ხანა ხასიათდება ნაციონალური მოძრაობების აღორძინებით, ამავდროულად, ლიბერალური აზროვნება იმკვიდრებს საფუძველს და საზოგადოება იძულებული ხდება გააცნობიეროს დასავლური ქვეყნების მიერ ე.წ. კოლონიებისადმი მიყენებული ზიანი. დამოუკიდებლობისა და მოქალაქეების უფლების, ისევე, როგორც დემოკრატიულობის იდეა ვრცელდება და მასშტაბურ სახეს იძენს მსოფლიოს ბევრ სახელმწიფოში.

წარსულმა გამოცდილებამ და დაგროვილმა პრაქტიკამ, ბრძოლამ სიღარიბის წინააღმდეგ, გააერთიანა მსოფლიო მოთამაშეები სავაჭრო ბარიერების გაუქმების/შესუსტების იდეის გარშემო. ასევე, აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ საბჭოთა კავშირის დაშლის შედეგები სოციალური მეწარმეობის განვითარებაზე. სოციალისტური წყობილების კრახი ფართოდ ინტერპრეტირდა, როგორც კაპიტალიზმის აღზევების ეპოქა, რის შედეგადაც საბაზრო ეკონომიკა ფართო მასების ფოკუსში მოექცა. კერძოდ, მიწათმფლობელებისა და ადგილობრივი კომპანიების მფლობელობაში არსებული ქონება გადავიდა უხილავი ხელის - ბაზრის მფლობელობაში. აღნიშნულმა ფაქტმა სრულიად შეცვალა სოციალური სამართლიანობის კონცეფციის მომხრეთა სტრატეგია. ბევრი სახელმწიფო ვერ ახერხებდა სოციალური უთანასწორობის დაძლევას, რაც იწვევდა ღარიბი მოსახლეობის კიდევ უფრო გაღარიბებას. სწორედ ამ დროს დადგა სოციალური საწარმოს მოდელის აუცილებლობა, როგორც წინაპირობა ზემოთაღნიშნული მიდგომის განხორციელებისთვის, ის არის მისიაზე ორიენტირებული შედეგი (Mission Related Impact).

სოციალური მეწარმეობის დაახლოებით 30 წლიანი გამოცდილების გაზიარებისას უამრავი ფაქტორია გასათვალისწინებელი, რომ გავავლოთ ზღვარი სოციალურ სამართლიანობასა და სოციალურ მეწარმეობას შორის. პოლიტიკური ძალაუფლება (შესაძლებლობა რომ ინტერესთა ჯგუფები ჩაერთონ იმ გადაწყვეტილებების მიღებაში, რომლებიც უშუალოდ მათ ყოფაზე ახდენს გავლენას) და სოციალური ძალაუფლება (ცხოვრების სტანდარტის გაუმჯობესება) არის ორი მნიშვნელოვანი ფაქტორი გრძელვადიანი და ეფექტური შედეგების მისაღწევად. სოციალური მეწარმეობის არსი კი, თავისი მრავალფეროვნებით, სწორედ ამ ორი ძალაუფლების შექმნის შესაძლებლობაში მდგომარეობს მარგინალური ჯგუფის წევრებისთვის.

სოციალური მეწარმეები ერთობლივად მუშაობენ იმისათვის, რომ უზრუნველყონ მაქსიმალურად მაღალი სოციალური გავლენა, ეს კი არის ხანგრძლივი შრომა, რომლის საბოლოო შედეგი სოციალური სამართლიანობის კონცეფციის ჩარჩოს ფარგლებში ექცევა.

სოციალური მეწარმეობა საშუალებას იძლეოდა ყოველგვარი მასობრივი არეულობების გარეშე დაწყებულიყო სოციუმში არსებული პრობლემების მოგვარება უშუალოდ, სამეწარმეო მიდგომების გამოყენებით. აღნიშნული პროცესების ნათელი მაგალითია სოციალური მეწარმეობის განვითარების პირველი იმპულსები ევროპაში, კერძოდ იტალიაში, სადაც, სოციალური მეწარმეობა, როგორც ტერმინი, 1980 წელს გაჟღერდა და ეს კონცეფცია ცდილობდა მოხალისე ჯგუფების მიერ შემუშავებული ინოვაციური ინიციატივების ფორმალიზების საშუალებების შექმნას. აღნიშნულის დემონსტრირებისთვის შეგვიძლია მოვიხსენიოთ ერთ-ერთი პირველი ევროპული სოციალური საწარმო „სანპატრიანო“ (SanPatignano).

სხვადასხვა ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემა განსხვავებული ფორმით ყალიბდებოდა და ვითარდებოდა, შესაბამისად, განსხვავებული პრაქტიკა და გამოცდილება დაგროვდა. აღნიშნული გამოწვეულია სოციალური პრობლემების მრავალფეროვნებით, რომლის გადაჭრაზეც არის ორიენტირებული თითოეული სოციალური საწარმო მსოფლიოს სხვადასხვა სახელმწიფოში.

ევროპის სახელმწიფოებს შორის იტალია პიონერი ქვეყანა იყო საკანონმდებლო ჩარჩოს მოწესრიგების თვალსაზრისით. 1991 წელს მიღებულ იქნა კანონი „სოციალური

კოოპერატივების“⁶ შესახებ. საინტერესოა ის ეკონომიკური საფუძვლები, რამაც იტალიაში სოციალური მეწარმეობის განვითარებას შეუწყო ხელი. 70-იანი წლების შემდგომ, ქვეყანაში გაიზარდა ქალთა მონაწილეობა დასაქმების ბაზარზე, ასევე, გაიზარდა ხანდაზმულთა რაოდენობა. ქვეყანა ისეთი გამოწვევების წინაშე დადგა, რაც დაკავშირებული იყო ე.წ. „პოსტ მატერიალურ სიღარიბესთან“ (Post-materialistic Poverties). ტრადიციული მოდელი კი ვერ პასუხობდა ისეთ საზოგადოებრივ პრობლემებს, როგორებიცაა ფსიქიკურ დაავადებებთან დაკავშირებული სერვისების უზრუნველყოფის ნაკლებობა, მიუსაფარ და ნარკოდამოკიდებულ პირთა რაოდენობის ზრდა, ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში პირთა დაუსაქმებლობის შედეგად მათი სამუშაო უნარების დაქვეითება და სხვ. უმუშევართა რაოდენობამ 70-იანი წლების 5%-იანი მაჩვენებლიდან 1990 წელს 12%-იან მაჩვენებელს⁷ მიაღწია. უკვე 1980-იანი წლებიდან, მკვიდრდება „სოციალური სოლიდარობის კოოპერატივის“ (Social Solidarity Co-operative) იურიდიული ფორმა, რომელიც მიზნად ისახავს შეზღუდული შესაძლებლობის და განსაკუთრებული საჭიროებების მქონე ადამიანებისთვის სოციალური სერვისების მიწოდებას. 1991 წელს, სოციალური კოოპერატივების შესახებ „მიღებული კანონის შემოქმედება იყო ძალიან დიდი. ამ კანონმა კომერციული საქმიანობის საშუალება მისცა არაკომერციულ ორგანიზაციებს, რასაც ისინი ადრეულ წლებში მოხალისეობრივად, მხოლოდ სურვილის შემთხვევაში აკეთებდნენ. ბევრი ასეთი ორგანიზაცია მუშაობდა ეგიდით “სოლიდარობა-სოციალური კოოპერატივები”, მაგრამ მათ არ ჰქონდათ კანონის, ლეგალური მხარდაჭერა”⁸.

იტალიაში დაძრული სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტალღა ევროპის სხვა ქვეყნებზეც აქტიურად გავრცელდა.

ერთ-ერთ მაგალითად ასევე შეგვიძლია მოვიყვანოთ ესპანეთი. სოციალური მეწარმეობის საქმიანობის მსგავს აქტივობებს ესპანეთში სხვადასხვა ტიპის ფონდი თუ საზოგადოებრივი

⁶ Paul Gosling, *Social Enterprise London for Co-operative Solutions, Social co-operatives in Italy, 2003, 1-26*, გვ. 12. ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://socialeconomyaz.org/wp-content/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> (შემოწმდა 06.06.2019)

⁷ G. Bertola, P. Garibaldi, *The Structure and History of Italian Unemployment, 2003, 1-36*, გვ. 3, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: https://www.ifo.de/DocDL/cesifo_wp907.pdf (შემოწმდა 17.06.2019)

⁸ საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, კვლევა „სოციალური მეწარმეობა - საერთაშორისო გამოცდილება 10 ქვეყნის მაგალითზე“, 2010 წელი. თბილისი (საქართველო), 1-104, გვ.58, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: http://segeorgia.org/FILES/doc/96_Socialurimecarmeoba_Kveknebi.pdf (შემოწმდა 17.06.2019).

ინსტიტუტიციები მრავალი წლის განმავლობაში ახორციელებდნენ, თუმცა, 1990-იანი წლებიდან, ხელისუფლების პრიორიტეტების დღის წესრიგში, ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობა დადგა, რადგან, ის მიიჩნეოდა როგორც უმუშევრობისა და სიღარიბის დაძლევის ეფექტური გზა.

1970 წელს ესპანეთში უმუშევრობის დონის აქტიური ზრდა დაიწყო და ის წლის ბოლომდე 2%-იდან 10%-მდე გაიზარდა, 1994 წელს კი ეს მაჩვენებელი 24.2%-ს გაუტოლდა⁹. შემდგომში უმუშევრობის დონემ ნელ-ნელა დაიწყო კლება და 2006 წლისათვის 8.5% გახდა.

ესპანეთის მთავრობის მონაცემებით ამ კლების მთავარი მიზეზი იყო აღნიშნულ პერიოდში სოციალური ეკონომიკის ზრდა, რომელმაც 1996 წლიდან 2005 წლის ჩათვლით ქვეყანაში დაახლოებით 420 000 სამუშაო ადგილი შექმნა. ესპანეთში ოფიციალური სტატისტიკის შესაბამისად სოციალური ეკონომიკის საწარმოებს აქვთ სტაბილურობის უკეთესი მაჩვენებელი, ვიდრე მცირე და საშუალო ბიზნესს. მათი 51% კვლავ აქტიურად აგრძელებს საქმიანობას და სამუშაო ადგილების შექმნას დაფუძნებიდან 5 წლის შემდეგ.

ევროკავშირმა სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის ხელშეწყობი გარემოს შექმნის ინიციატივა 2011 წელს დაიწყო¹⁰, ძირითადი სტიმულები, რამაც ევროკომისიას ინიციატივის წამოწყებისკენ უბიძგა იყო ინკლუზიური ზრდის მოლოდინი, რომელიც ფოკუსირებული იქნებოდა დასაქმების თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველსაყოფად ყველასთვის. ასევე, მოხმარების, დანაზოგებისა და ინვესტიციების ჰარმონიზება ეთიკურ და სოციალურ პრინციპებთან. აშშ-ის შემთხვევაში კი 1993 წელი გამოირჩევა იმით, რომ ჰარვარდის ბიზნეს-სკოლამ დაიწყო „სოციალური მეწარმეობის განვითარების ინიციატივა“¹¹.

რაც შეეხება საქართველოში, სოციალური მეწარმეობის განვითარების საფუძვლებს, დარეგისტრირებული არასამთავრობო (სოციალური ეკონომიკის წევრი) ორგანიზაციების

⁹ კვლევა „სოციალური მეწარმეობა - საერთაშორისო გამოცდილება 10 ქვეყნის მაგალითზე“, „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი“, 2010 წელი. თბილისი, საქართველო (გვ. 12, იხ. ელექტრონული ვერსია: http://segeorgia.org/FILES/doc/96_Socialuri-mecarmeoba_Kveknebi.pdf) (შემოწმდა 17.06.2019)

¹⁰ European Commission, Social Business Initiative, 2011: 1-14, გვ.2-3, ელექტრონული სახელმძღვანელო ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/EN/1-2011-682-EN-F1-1.Pdf> (შემოწმდა 06.06.2019)

¹¹ Harvard Business School; Social Enterprise - <https://www.hbs.edu/socialenterprise/about/Pages/history.aspx> (შემოწმდა 06.06.2019)

რაოდენობაა 27 228, მათგან 3458¹² აქტიურად მოქმედი საზოგადოებრივი ორგანიზაციაა, მათი დაახლოებით 2.6% კი ეწევა სოციალურ მეწარმეობას (80-90 აქტიური სოციალური საწარმო).

სოციალური საწარმოების შემთხვევაში ფოკუსი მეწარმეობის გზების სოციალურ სექტორში გამოყენებაზე და ბიზნეს სექტორისგან მის განსხვავებულობაზე კეთდება. სოციალური მეწარმეებისთვის ამოსავალი წერტილი სოციალური მისიაა. სოციალური მეწარმეობა არ არის კონცენტრირებული ერთი ინდივიდის კეთილდღეობაზე, ის ორიენტირებულია საზოგადოების კონკრეტული ჯგუფის ან სათემო გაერთიანებისთვის მაქსიმალური შედეგის მიღწევაზე, მოწყვლადი ჯგუფის წევრების ეკონომიკურ გაძლიერებაზე, სოციალური ცვლილებების მიღწევაზე.

1.2. სოციალური მეწარმეობის უცხოური გამოცდილება

სოციალური მეწარმეობის თეორიულ მიდგომებზე საუბრისას სასურველია ვახსენოთ, რომ კონცეფციის თეორიული და პრაქტიკული მიდგომების განვითარების თვალსაზრისით მსოფლიოს ქვეყნების პირველი სამეულია ამერიკის შეერთებული შტატები, კანადა და ბრიტანეთი (გაერთიანებული სამეფო)¹³. შესაბამისად, უპრიანია მიმოვიხილოთ თეორიული მიდგომები, რომლებიც ამ ქვეყნებში განვითარდა. აქვე, უნდა აღვნიშნოთ, რომ არსებობს განსხვავებები დასავლეთ ევროპისა და ამერიკის კონტინენტის სახელმწიფოებში კონცეფციის განვითარების თვალსაზრისით. ეს განსხვავებები კი კიდევ უფრო კონტრასტულია აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების შემთხვევაში. აღნიშნული ძირითადად განპირობებულია უშუალოდ ეკონომიკური განვითარების განსხვავებული მაკორდინირებელი სისტემების არსებობით, რომლებიც კონკრეტულ ეკონომიკებში აყალიბებენ მოდელებს, რომლის შესაბამისადაც იღებენ გადაწყვეტილებებს საოჯახო მეურნეობები და ფირმები. ამის მაგალითად შეიძლება მოვიხილოთ აშშ-ში განვითარებული საბაზრო ეკონომიკა და დასავლეთ ევროპის ქვეყნების სოციალური ეკონომიკისადმი მიდრეკილება. ასევე, ზოგიერთ სახელმწიფოში არსებობს განსხვავებული პრეფერენციები სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შესაძლო სფეროებთან დაკავშირებით და თუ,

¹² საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური -

<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/67/organizatsiul-samartlebrivi-formebis-mikhedvit> (შემოწმდა 17.06.2019)

¹³ World Economic Forum - <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/these-are-the-best-countries-to-be-a-social-entrepreneur/> (შემოწმდა 17.06.2019)

მაგალითად, გაერთიანებულ სამეფოში სოციალური მეწარმეობა მოიცავს თითქმის ყველა სექტორს, „აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან გამომდინარე, ძალიან შეზღუდული არის სოციალური მეწარმეობის მრავალფეროვნება. ზოგიერთგან კანონის დონეზეც კი არის დავიწროვებული, თუ რა შეიძლება იყოს სოციალური მეწარმეობა. ამის ნათელი მაგალითი არის აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები, როგორებიც არის სლოვენია, ლიტვა, პოლონეთი.“¹⁴

ამ განსხვავებების უკეთ წარმოსაჩენად, მიზანშეწონილია მიმოვიხილოთ ამ ქვეყნებში განვითარებული თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომები სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით.

სოციალური მეწარმეობა აშშ-ში

ამერიკის შეერთებულ შტატებში, სოციალური მეწარმეობის თეორიული მიდგომების თვალსაზრისით, ორი მიდგომაა განვითარებული:

1. საბაზრო პრინციპების სკოლა;
2. სოციალური ინოვაციების სკოლა.

საბაზრო პრინციპების სკოლა ხაზს უსვამს, რომ უმთავრესია შემოსავლის მომტანი სტრატეგიების განხორციელება. აღნიშნული გამომდინარეობს იქედან, რომ „აშშ-ში სოციალური ეკონომიკა, როგორც კონცეფცია, არ არის აქტუალური“¹⁵, და სოციალური საწარმოები, რომლებიც მოგების 100 პროცენტის რეინვესტირებას ახდენენ სოციალური მიზნების განხორციელებაში ან/და საწარმოო შესაძლებლობების გასაფართოვებლად, განიხილებიან საბაზრო ეკონომიკის ნაწილებად.

რაც შეეხება სოციალური ინოვაციების სკოლას, მისი მიმდევრები ახდენენ სოციალური საწარმეობის პერსონიფიკაციას და ხაზს უსვამენ სოციალური მეწარმეების „ცვლილებების აგენტობას“, იმას, რომ ეს ადამიანები ინოვაციური მეთოდებით პასუხობენ საზოგადოების წინაშე არსებულ მწვავე გამოწვევებს.

ზემოთხსენებული სკოლების განსხვავებული მეთოდოლოგიური მიდგომა სოციალური მეწარმეობისადმი და ზოგადად, აშშ-ში დამკვიდრებული განსხვავებული პრაქტიკა

¹⁴ ექსპერტული ინტერვიუ #1, დანართი #1, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-7, გვ.58.

¹⁵ Janelle A. Kerlin, *Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences*, Atlanta (USA), 2006, 1-17, გვ.3, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: http://inovum.si/social/public/files/social_enterprise_in_the_united_states_and_europe.pdf (შემოწმდა 07.06.2019).

განპირობებულია იმ განსხვავებული კონტექსტით, რომლის ფარგლებშიც განვითარდა ქვეყანაში კონცეფცია.

აშშ-ის შემთხვევაში, ქვეყნის ინსტიტუციური განვითარების თანმდევი მოვლენა იყო არამომგებიანი ორგანიზაციების მიერ სამეწარმეო საქმიანობის წამოწყება (მაგალითად როდესაც რელიგიური ან სათემო ჯგუფები მართავდნენ ყოველკვირიულ ბაზრობებს) იმ მიზნით, რომ მიღებული შემოსავალი მოხმარებოდა მათ მიერ დასახული მთავარი მიზნის შესრულებას და მისიის მიღწევას.

რაც შეეხება უშუალოდ ტერმინს „სოციალური მეწარმეობა“, ამერიკის შეერთებულ შტატებში საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მიერ, ეს ტერმინი და კონცეფცია შემოდებულ იქნა 1970-იან წლებში, თუმცა, თავდაპირველად ის ძალიან დავიწროებული ხედვით იყო წარმოდგენილი და გულისხმობდა „საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მიერ ბიზნესის წარმოებას ნაკლებადკონკურენტული პირებისთვის სამუშაო ადგილების შესაქმნელად, კერძოდ მიუსაფართა და სხვა რისკის ქვეშ მყოფი პირებისათვის“¹⁶. თუმცა, შემდგომში, საბაზრო პრინციპებისა და სოციალური ინოვაციების სკოლების ფარგლებში, სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია გამრავალფეროვნდა და განვითარდა. 1998 წელს, სოციალური მეწარმეების ყოველწლიური კრების შემდგომ დაფუძნდა ამერიკის შეერთებული შტატების „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“, რომელიც სოციალურ საწარმოს განმარტავს, როგორც „*ორგანიზაციას რომელიც პასუხობს საბაზისო სოციალურ და გარემოსდაცვით პრობლემებს სამეწარმეო, შემოსავლის მომტანი სტრატეგიებით*“¹⁷.

რაც შეეხება უშუალოდ იურიდიულ ფორმებს, აშშ-ში დაფუძნებული სოციალური საწარმოებს ოპერირება შეუძლიათ განსხვავებული იურიდიული ფორმების ფარგლებში იმდენად, რამდენადაც მათ შეუძლიათ მოიპოვონ სოციალური საწარმოს სტატუსი. ეს შეიძლება იყოს არამომგებიანი ორგანიზაციები, რომლებიც გათავისუფლებულები არიან გადასახადებისგან, ასევე შეზღუდული პასუხისმგებლობის კომპანიები. სოციალურ მეწარმეებს ასევე შესაძლებლობა აქვთ ბაზარზე განახორციელონ სამეწარმეო საქმიანობა როგორც ერთი ფორმით, ისე რამდენიმე სხვადასხვა იურიდიული ფორმის მქონე

¹⁶ *Sutia Kim Alter, Counterpart International, Case Studies in Social Enterprise, Washington (USA), 2002, 1-59, გვ.5, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://www.setoolbelt.org/resources/31> (შემოწმდა 07.06.2019).*

¹⁷ *Social Enterprise Alliance (USA) - <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/> (შემოწმდა 07.06.2019).*

ორგანიზაციის გაერთიანების სახით. გარემოს ასეთი მოქნილობა სოციალურ მეწარმეებს შესაძლებლობას აძლევს აირჩიონ მათ საქმიანობაზე ყველაზე მეტად მორგებული სტრუქტურა, რომელიც მათ საშუალებას მისცემს უფრო მეტი პროდუქტიულობით შეასრულონ აღებული სოციალური ვალდებულებები, მოიზიდონ ფონდები, ისარგებლონ საგადასახადო შეღავათებით.

სოციალური მეწარმეობა კანადაში

კანადაში სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციებზე საუბარი უნდა დავიწყოთ ამ კონკრეტული ქვეყნის გამორჩეული მახასიათებელით: ის დაყოფილია ათ პროვინციად და ხუთ ძირითად რეგიონად, კონცეფციის განვითარების ტემპი და მეთოდოლოგია კი, თუ შეიძლება ასე ითქვას, განსხვავებულია ხუთივე რეგიონის შემთხვევაში.

სოციალური მეწარმეობა, როგორც საზღვარგარეთ დამკვიდრებული პრაქტიკის იმპორტირება ადგილობრივ ეკონომიკაში, დისკუსიის საგანი გახდა, ზემოთხსენებული რეგიონების განსხვავებულმა კონტექსტმა კი გაართულა კონცეფციის ერთიანი ჩარჩო-რეგულაციებით შემოსაზღვრა.

დღეისათვის კანადაში არსებობს ხუთი¹⁸ იურიდიული ფორმა, რომლის ფარგლებშიც სოციალური საწარმოები წარმატებით ფუნქციონირებენ არსებული კულტურული და საგადასახადო კონტექსტის გათვალისწინებით. ესენია: კოოპერატივები, საბაზრო სტრატეგიების მქონე საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, სათემო ორგანიზაციები, ადგილობრივი მეწარმეობა (Indigenous businesses) და ბიზნესები სოციალური მისიით.

ერთიანი გაგება სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის, როგორც ასეთის, კანადაში არ არის დამკვიდრებული, თუმცა, შეიძლება მოვიხმოთ 2007 წელს, კანადაში დაფუძნებული ქოლგა ორგანიზაციის, „სოციალურ საწარმოთა საბჭოს (Social Enterprise Council of Canada)“ მიერ შემუშავებული განმარტება, რომელიც სოციალურ საწარმოდ მიიჩნევს „სათემო ბაზისებზე შექმნილ ორგანიზაციას, რომელიც აწარმოებს და ყიდის სერვისს ან/და პროდუქციას

¹⁸ J.J. McMurtry, François Brouard, *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research, Social Enterprises in Canada: An Introduction, 2015, 1-17, გვ.12, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: <https://www.iap-socent.be/sites/default/files/ANSERJ%20%2801%29%206-17.pdf> (შემოწმდა 07.06.2019).*

სოციალური, კულტურული ან/და გარემოსდაცვითი მისიის მისაღწევად. ისინი ახდენენ საკუთარი მოგების რეინვესტირებას მისიის უკეთ მიღწევის მიზნით¹⁹.

სოციალური საწარმოები კანადაში, აშშ-ს მსგავსად, ბაზარზე ოპერირებისთვის იყენებენ სხვადასხვა იურიდიულ ფორმებს, ეს შეიძლება იყოს ფართოდ გავრცელებული კოოპერატივები, ან არამომგებიანი ორგანიზაციების ფორმა, ასევე საქველმოქმედო კორპორაციები (incorporated charities).

სოციალური მეწარმეობა გაერთიანებულ სამეფოში

განსახლების სახელმწიფო პროგრამების წარმატებლობის, სამუშაო ბაზრის პრობლემების, უმუშევრობის გამომწვევი არასწორი მაკროეკონომიკური პოლიტიკისა და ადგილობრივი მმართველობის მიერ სათემო განვითარებისაკენ მიმართული ინიციატივების ჩავარდნის შედეგად, 1800-იან წლებში ინგლისში ჩამოყალიბდა კოოპერაციული მოძრაობები, რაც სოციალური მეწარმეობის მაგვარი საქმიანობა გახლდათ.

დიდი ბრიტანეთი, სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობის კუთხით, მსოფლიოში ერთ-ერთი პიონერი და ყველაზე წარმატებული სახელმწიფოა.

1998 წელს, ლონდონში შეიქმნა პირველი ორგანიზაცია, Social Enterprise London (SEL), რომლის მთავარი მისიასაც ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობა წარმოადგენს. 2002 წელს კი მთავრობამ შეიმუშავა სამწლიანი სტრატეგია „სოციალური მეწარმეობა - გზა წარმატებისკენ“ და სამოქმედო გეგმა, რომლის ფარგლებშიც, სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემის გაუმჯობესების მიზნის მქონე სახელმწიფო დაწესებულებები ექვემდებარებოდნენ „ვაჭრობისა და ინდუსტრიის დეპარტამენტს“.

დეპარტამენტის მიერ სოციალური მეწარმეობა განიმარტა შემდეგგვარად:

„სოციალური საწარმო არის ბიზნესი, რომელიც პირველ რიგში ემსახურება სოციალურ მიზნებს და ახდენს მოგების რეინვესტირებას ბიზნესში ან თემში სოციალური მიზნების

¹⁹ Social Enterprise Council of Canada - <http://secouncil.ca/index.php/about/>

მისაღწევად და არა დაინტერესებული მხარეებისა და მფლობელების სარგებლის გასაზრდელად“²⁰.

Social Enterprise UK-ის მონაცემებით²¹:

- გაერთიანებულ სამეფოში ფუნქციონირებს 100 000-მდე სოციალური საწარმო;
- მათ მიერ სოციალურ ეკონომიკაში ფინანსური კონტრიბუცია 60 მილიარდ გირვანქას შეადგენს (გაერთიანებული სამეფოს მთლიანი შიდა პროდუქტის 3%);
- აღნიშნულ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულია 2 მილიონამდე ადამიანი;
- სოციალური საწარმოების 73%-ის ძირითადი შემოსავალია ეკონომიკური საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი.

მიუხედავად იმისა, რომ ბრიტანეთი ამჟამად წამყვანი სახელმწიფოა სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიმართულებით, მთავრობა ჯერ კიდევ აქტიურად არის ჩართული სოციალური საწარმოების მხარდაჭერი ეკოსისტემის განვითარების პროცესში, რაც გულისხმობს მათი სამართლებრივი ფორმის გაუმჯობესებას, საგადასახადო შეღავათების დაწესებას და სოციალური საწარმოს მომსახურეობის მოთხოვნების გაზრდას.

„დავინახეთ, თუ რა შედეგები მოაქვს სოციალურ მეწარმეობას ამ ქვეყანაში (გაერთიანებულ სამეფოში), ეს ქვეყანა მაღლა დგას ეკონომიკურად (სხვა ქვეყნებთან შედარებით), და შევხედეთ სახელმწიფოს ძალიან დიდ როლს, რომელიც ახდენს ასეულობით მილიონი ფუნტის მობილიზებას იმისათვის, რომ კონკრეტულად სოციალური მეწარმეობა განავითაროს“²².

ბრიტანეთში სოციალური მეწარმეობის ყველაზე გავრცელებული იურიდიული ფორმაა სათემო/საზოგადოებრივი ინტერესის კომპანია (Community Interest Company), რომელიც მხარდაჭერილია როგორც სახელმწიფო, ისე კერძო სექტორის მიერ. აღნიშნული ფორმა ზუსტად ერგება ქვეყნის თითქმის ყველა სექტორში დამკვიდრებულ და განვითარებულ სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას, თუმცა, სხვა იურიდიული ფორმის მქონე

²⁰ საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, კვლევა „სოციალური მეწარმეობა - საერთაშორისო გამოცდილება 10 ქვეყნის მაგალითზე“, 2010 წელი. თბილისი (საქართველო), 1-104, გვ.14, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: http://segeorgia.org/FILES/doc/96_Socialurimecarmeoba_Kveknebi.pdf (შემოწმდა 10.06.2019).

²¹ Social Enterprise UK - <https://www.socialenterprise.org.uk/the-hidden-revolution>

²² ექსპერტული ინტერვიუ #1, დანართი #1, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-7, გვ.3.

სუბიექტებსაც შეუძლიათ მოიპოვონ სოციალური მეწარმეობის სტატუსი, იმდენად, რამდენადაც აშშ-სა და კანადას მსგავსად, ბრიტანეთშიც დამკვიდრებულია სოციალური საწარმოს იურიდიული სტატუსი, რომლის მიღებაც განსხვავებულ სუბიექტებს შეუძლიათ.

სოციალური მეწარმეობა საქართველოში

სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაცია საქართველოში რამდენიმე არასამთავრობო ორგანიზაციის მიერ 2009 წელს დაიწყო. ამ მხრივ, განსაკუთრებული ნიშა დაიმკვიდრა „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრმა (CSRDG)“, რომელმაც 2009 წელს, „ბრიტანეთის საბჭოს“ ფინანსური მხარდაჭერითა და „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდთან (ამჟამად „ევროპის ფონდი“)“ პარტნიორობით სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია თარგმნა ქართულად და დაიწყო სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამა.

„იმ პერიოდში, ჩვენ სოციალურ მეწარმეობას მოვიაზრებდით, როგორც საზოგადოებრივი ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობის ერთ-ერთ შესაძლო მექანიზმს. მაგრამ, შემდგომში, საკმაოდ მალე, ჩვენ მივხვდით, რომ ეს არ არის ის ერთადერთი სიკეთე, რაც სოციალურ მეწარმეობას შეუძლია მოიტანოს. უფრო მეტიც, უფრო ხშირად და უფრო მეტ შემთხვევებში, სოციალური მიზნები, რომლებსაც ემსახურება სოციალური მეწარმეობა სრულიად განსხვავებულია და არ უკავშირდება საზოგადოებრივი ორგანიზაციების ფინანსურ მდგრადობას, გაცილებით უფრო ხშირად არის სხვა საზოგადოებრივი მიზნები.“²³.

ამჟამად, კონცეფციის განვითარების მიმართულებით ქვეყანაში რამდენიმე მსხვილი ადგილობრივი და საერთაშორისო საზოგადოებრივი ორგანიზაცია მუშაობს.

სექტორში ოპერირებადი საზოგადოებრივი ორგანიზაციების და სოციალური საწარმოების მიერ 2016 წელს დაარსდა „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“, რომელიც წარმოადგენს სოციალური საწარმოების ქოლგა ორგანიზაციას და მიზნად ისახავს თემის აქტუალურობის ადვოკატირებას, სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო ჩარჩოს მოწესრიგებაში აქტიურ ჩართულობას, სოციალური საწარმოების ინტერესების დაცვა/გატარებას და ზოგადად, კონცეფციის პოპულარიზაციის ხელშეწყობას.

²³ ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-6, გვ. 62.

„ალიანსის იდეა გაჩნდა სწორედ ფორუმების (სოციალური მეწარმეობის) ფარგლებში 2015 წელს, როდესაც სოციალური მეწარმეები სხვადასხვა მცირე სამუშაო ჯგუფებში იყვნენ გადანაწილებულნი. ყველა ჯგუფის იდეა, იყო რომ შექმნილიყო ორგანიზაცია, რომელიც გააერთიანებდა სოციალურ საწარმოებს და უშუალოდ მათ ინტერესებს წარმოადგენდა, მათ გაძლიერებაზე, განვითარებაზე იქნებოდა ორიენტირებული“²⁴.

რაც შეეხება სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო რეგულირებას ამჟამად, საქართველოს კანონმდებლობა იურიდიულად არ განმარტავს კონცეფციას, შესაბამისად, არ არსებობს არანაირი საგადასახადო რეგულირება ამ მიმართულებით, თუმცა, სოციალური საწარმოები წარმატებულად ახორციელებენ მათ საქმიანობას არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის იურიდიული (ა(ა)იპ) ფორმის ფარგლებში. აღნიშნული ფორმის ფარგლებში საქართველოში მოქმედ ა(ა)იპ-ებს ეკონომიკური საქმიანობის უფლება აქვთ (როგორც დამხმარე საქმიანობის) მათ მიერ შემუშავებული წესდების შესაბამისად ან/და მის გარეშე, თუ ის არ ეწინააღმდეგება კანონით გათვალისწინებულ სხვა რეგულაციებს და მიზნად არ ისახავს კანონსაწინააღმდეგო პროდუქტის/სერვისის წარმოებას. იმ შემთხვევაში, თუ საწარმოს მაღალი ეკონომიკური შემოსავლები უფიქსირდება, შესაძლებელია ა(ა)იპ-ის მფლობელობაში დაფუძნდეს შესაბამისი შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს), რომელიც ბუღალტერიის გამიჯვნის შესაძლებლობას მისცემს საწარმოს მენეჯმენტს.

ფინანსური მხარდამჭერებისთვის აღნიშნული ფორმა მისაღებია იმ თვალსაზრისით, რომ არ ირღვევა სოციალური საწარმოს მნიშვნელოვანი კრიტერიუმი, რომელიც გულისხმობს მათი მფლობელებისთვის დივიდენდების სახით მოგების გატანის შეზღუდვას. „სოციალურ საწარმოში, მოგებსენებათ, წამყვანი და უპირატესი არის სოციალური მიზნების მიღწევა. და ამ სოციალური მიზნების უპირატესობის გარანტი არის აიპის ფორმა იმ გარემოში, სადაც სხვა რაიმე რეგულაცია, რომელმაც შეიძლება ეს გარანტიები მისცეს ამ სფეროში მომუშავე ორგანიზაციებს - არ არსებობს. ამიტომაც, ჩვენ ვირჩევდით ა.ა.ი.პ-ის ფორმას სოციალური მეწარმეობის ინიცირებისთვის.“²⁵ შესაბამისად, ეკონომიკური საქმიანობით მიღებულ მოგებას სოციალური საწარმო იყენებს სოციალური პასუხისმგებლობის შესასრულებლად

²⁴ ექსპერტული ინტერვიუ #3, დანართი #3, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-10, გვ. 68-69.

²⁵ ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2, თბილისი (საქართველო), 1-6, გვ.64

ან/და საზოგადოებრივი ორგანიზაციის (რომლის ფარგლებშიც ფუნქციონირებს) მიზნების დასაფინანსებლად. საქართველოში საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, რომლებსაც აქვთ ეკონომიკური საქმიანობის პრაქტიკა, ძირითადად მას საკუთარი ორგანიზაციის ფარგლებქვეშ ახორციელებენ (76%).

„ცალკე საწარმო დაფუძნებული აქვს 24%-ს, მათ შორის, ვისაც დაფუძნებული აქვს ცალკე საწარმო, უმეტესობას (72,7%) არჩეული აქვს შპს-ს ფორმა. გარდა შპს-სა, ცალკე საწარმოდ რეგისტრაციისას გვხვდება სპს-ს და კოოპერატივის ფორმები.“²⁶

გარდა ზემოთ მოტანილი ინფორმაციისა, საქართველოში შესაძლოა სოციალური საწარმოები გვხვდებოდნენ სხვა იურიდიული ფორმებითაც.

სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი, საქართველოში დაფუძნებული ორგანიზაცია „სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ სოციალურ მეწარმეობას, განმარტავს შემდეგნაირად:

„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 უპირატესად მოგების მიღება და პარტნიორთა, მეპაიეთა ან აქციონერთა შორის განაწილება“²⁷.

აღნიშნული განმარტება ნათელი მაგალითია იმისა, რომ საქართველოში, სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია განიხილება მრავალგანზომილებიანი ჭრილით და არ არის კონცენტრირებული მხოლოდ დასაქმების ხელშეწყობაზე ან/და სხვა რაიმე კონკრეტულად შემოზღუდულ სოციალურ გამოწვევაზე.

²⁶ საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების განვითარება საქართველოში – დინამიკა და ტენდენციები, თბილისი (საქართველო), 2010, 1-128, გვ.5 - http://segeorgia.org/FILES/doc/95_CSO-Research.pdf (შემოწმდა 09.06.2019).

²⁷ საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ლევან ალაფიშვილი, საკანონმდებლო წინადადება „სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ“ კანონპროექტისა და თანმდევი კანონპროექტების შესახებ. თბილისი (საქართველო), 2015: 1 - ელექტრონული ვერსია იხილეთ ბმულზე: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/132460> (შემოწმდა 09.06.2019).

თავი 2. სოციალური მეწარმეობა და ინოვაციების განვითარების შესაძლებლობები

2.1. მეწარმეობა და ინოვაციები

სოციალური საწარმოები განსხვავდებიან იმისდა მიხედვით, თუ რამდენად ინოვაციურ პროდუქტს ან სერვისს ქმნიან. არსებობენ ინოვაციური სოციალური საწარმოები და ტრადიციული სოციალური საწარმოები, რომლებიც არ ქმნიან ინოვაციურ პროდუქტს. მათ აერთიანებთ ის, რომ ისინი იქმნებიან კონკრეტული, საზოგადოებრივი, პრობლემების მოსაგვარებლად.

როგორც აღინიშნა, ამის ნათელი მაგალითია ამერიკის შეერთებულ შტატებში არსებული „სოციალური ინოვაციის სკოლა“, რომლის მიმდევრებიც აქცენტს ამახვილებენ სოციალური მეწარმეების ბუნებაზე, რომ ისინი არიან ცვლილებების მომტანები და ქმნიან საზოგადოებისთვის საჭირო ინოვაციურ პროდუქციას/სერვისს, რომლის მეშვეობითაც აგვარებენ კონკრეტულ სოციუმში წამოჭრილ აქტუალურ პრობლემებს.

სოციალური მეწარმეობის სფეროში მოქმედი ინოვაციური ფონდის, Ashoka-ს განმარტებით:

„სოციალური მეწარმეები არიან პირები, რომლებსაც გააჩნიათ ინოვაციური მიდგომები საზოგადოების ყველაზე მწვავე სოციალური პრობლემების გადაწყვეტისთვის. ისინი არიან ამბიციურები და შეუპოვარნი, ენერგიულად ეძებენ გამოსავალს სოციალური საკითხების გადასაჭრელად და გვთავაზობენ ახალ იდეებს ფართომასშტაბიანი ცვლილებებისთვის“²⁸.

რაც შეეხება სოციალური საწარმოების და ინოვაციების განვითარების შესაძლებლობებს, ეს ორი მიმართულება ერთმანეთთან პოზიტიურ კორელაციაშია, თუმცა, განსხვავებულ ქვეყნებში არსებობს განსხვავებული იურიდიული ჩარჩო-რეგულაციები, რომლებიც აღნიშნულის მიღწევისთვის ქმნიან და ავითარებენ ეკოსისტემებს.

საინტერესოა განვიხილოთ ინოვაციების სკოლის მიმდევრების მიერ წამოწყებული საქმიანობები, რომლებიც სოციუმში არსებული პრობლემების გადაწყვეტას ინოვაციური

²⁸ საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი, სოციალური მეწარმეობის სახელმძღვანელო, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-164, გვ.12, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: http://segeorgia.org/FILES/doc/447_Manual%202018%20for%20WEB.pdf (შემოწმდა 12.06.2019)

პროდუქტის/სერვისის შექმნით ან/და ინოვაციური მეთოდებით პროდუქციის/სერვისის წარმოებას ისახავენ მიზნად:

▪ სოციალური ინოვაცია „აპოპო“ (Apopo)

1995 წელს ბერთ ვითჯინსი (Bart Weetjens) შეიპყრო გლობალურ გამოწვევაზე, ნაღმების პრობლემაზე ფიქრმა. ოთხი წლის განმავლობაში ბერთი გადიოდა კონსულტაციებს, იძიებდა დაფინანსებებს და წვრთნიდა ვირთაგვებს იმისათვის, რომ მათ აღმოეჩინათ ნაღმები კონფლიქტისპირა რეგიონებში. მას შემდგომ, საწარმომ დიდ წარმატებებს მიაღწია და ამჟამად 115 გაწვრთნილი ვირთაგვა²⁹ ახერხებს ნაღმების მიკვლევადობას კონფლიქტისპირა რეგიონებში, საწარმოში დასაქმებული 224 თანამშრომელი კი ყოველდღიურად ზრუნავს გლობალური პრობლემის რისკის შემცირებაზე.

ბერთი სოციალური ინოვაციების სკოლის მიმდევარია და მასში ჩანერგილია იდეა, რომ სოციალური ინოვაციის მეშვეობით საზოგადოებისთვის საკეთილდღეო საქმის და სოციუმში აღმოცენებული პრობლემების მოგვარება ჩვეულებრივი ბიზნეს ორგანიზაციისგან განსხვავებით უკეთ შეიძლება.

▪ სოციალური ინოვაცია „დანონ გრამინი“ (Danone Grameen)

პროფესორი იუნუს მუჰამედი (Younus Muhammad) პირველი ადამიანია მსოფლიოში, რომელმაც ნობელის პრემია სოციალური ბიზნესის კონცეფციის განვითარებისთვის მოიპოვა.

ბანგლადეშში, 5 წლამდე ასაკის ბავშვების 30% ვერ იღებს დღიური ნუტრიციების, ზრდა/განვითარებისთვის საჭირო ნორმას.³⁰ სწორედ ამ პრობლემის მოსაგვარებლად გადაწყვიტა იუნუს მუჰამედმა შეექმნა სოციალური საწარმო „დანონ გრამინი“, რომელიც „დანონის“ რძის ტექნოლოგიისა და „გრამინ ბანკის“ დაფინანსებით შექმნიდა ინოვაციურ პროდუქტს - ქილა იოგურტს, რომელიც მოზარდის განვითარებისთვის დღიური კვებითი ნორმის 30%-ს შეიცავს. მისი ხელმისაწვდომობის ზრდისთვის მუჰამედმა მოიპოვა დაფინანსებები, დაარსა ფონდი, რომელიც სხვადასხვა სერვისებს

²⁹ იხილეთ სოციალური საწარმოს ოფიციალური ვებ-გვერდის მეორე სლაიდერი: <https://www.apopo.org/en/who-we-are> (შემოწმდა 19.06.2019)

³⁰ Grameen Danone Foods Ltd. http://www.danonecommunities.com/index.php/portfolio_page/grameen-damone-food-limited/ (შემოწმდა 19.06.2019)

ყიდის და ეკონომიკური შემოსავლით სოციალურ საწარმო „დანონ გრამინს“ ეხმარება იოგურტების სუბსიდირებისთვის. ამჟამად იგი 7-9 დოლარ-ცენტად იყიდება ბანგლადეშელი მოსახლეობისთვის, რაც ამარტივებს იოგურტზე მათი ხელმისაწვდომობის ზრდას და მოზარდების კვებითი ნორმის უზრუნველყოფას ყოველდღიურად.

▪ სოციალური ინოვაცია „ტერასაიკლი“ (TerraCycle)

სოციალური საწარმოს ერთ-ერთ მისიას შეიძლება წარმოადგენდეს “მწვანე ეკონომიკის” მხარდაჭერა. ამის ნათელი მაგალითია საერთაშორისო სოციალური საწარმო „ტერასაიკლი“, რომელიც 2001 წელს, პრინსტონის უნივერსიტეტის სტუდენტის, ტომ სეიკის (Tom Szaky) მიერ დაარსდა და მას შემდეგ ახორციელებს ტრადიციულად არარეციკლირებადი ნარჩენების გადამუშავებას.

სოციალური საწარმო ამჟამად ოპერირებს 21 ქვეყანაში და იღებს გარშემო აერთიანებს 202 მილიონ ადამიანს³¹, ის არის ინოვაციური პლატფორმა, რომელიც ყოველწლიურად ბილიონობით რთულად და ტრადიციულად არარეციკლირებად ნარჩენს გადამუშავებს.

რაც შეეხება კონკრეტულ გლობალურ შედეგებს³², რომელსაც ტერასაიკლმა მიაღწია არსებობის მანძილზე:

- 202,831,611 ადამიანი ჩაერთო ნარჩენის მოგროვებისა და საწარმოსთვის გადაცემის პროცესში;
- 7,762,174,415 ერთეული ნარჩენი იქნა გადამუშავებული სოციალური საწარმოს არსებობის მანძილზე (18 წლის განმავლობაში);
- 44,806,327 დოლარი გამოიყო საქველმოქმედო მიზნებისთვის სოციალური საწარმოს არსებობის მანძილზე (18 წლის განმავლობაში).

უკანასკნელი 100 წლის განმავლობაში საზოგადოების მიერ წარმოებული ნარჩენები თითქმის 10 000%-ით გაიზარდა, მათი საშუალოდ 25%-კი ოკეანეში ხვდება და აბინძურებს მათ, რაც აზიანებს ფლორას. ნარჩენების უმეტესობა კი იმარხება ნაგავსაყრელებში, მათ მიერ გამოყოფილი მომწამვლელი გაზი და სხვა ტოქსიკები

³¹ About Terracycle - https://www.terracycle.com/en-US/about-terracycle?utm_campaign=admittance&utm_medium=menu&utm_source=www.terracycle.com

³² იხილეთ სოციალური საწარმოს ოფიციალური ვებ-გვერდის პირველი სლაიდერი მისამართზე - <http://www.terracycle.com/en-US/>

სეროზული საფრთხის ქვეშ აყენებენ საზოგადოების კეთილდღეობას. სწორედ ამიტომ, ტერასაიკლის მსგავსი სოციალური საწარმოების შექმნა ხელს შეუწყობს მილიარდობით ერთეული ნარჩენის გადამუშავებას და მათგან ეკოდამზოგავი პროდუქტის წარმოებას, რომელიც კონკურენტულ ფასად რეალიზდება ბაზარზე.

▪ „სანპატრიანოს“ (SanPatrignano) ინოვაციური მიდგომა
სანპატრიანო იტალიაში, 1978 წელს დაფუძნებული სოციალური საწარმოა, რომელიც სათემო ორგანიზაციის ფარგლებში შეიქმნა და მიზნად ისახავს რეაბილიტირებული პირების მიერ წამალდამოკიდებული პირებისთვის სერვისების უზრუნველყოფას სრულიად უფასოდ. მიზნის მისაღწევად სოციალური საწარმო აწარმოებს სხვადასხვა პროდუქტს (აგროსასურსათო პროდუქციას, ყვავილებს და ა.შ.) და სერვისს (გრაფიკული დიზაინი, აუდიო-ვიდეო მონტაჟი, ცხენების მოვლა-პატრონობა-გაწვრთნა, სემინარები, საკონსულტაციო მომსახურება და ა.შ.).

არსებობის მანძილზე სანპატრიანოს სარეაბილიტაციო სერვისით ისარგებლა 26 000-მა წამალდამოკიდებულმა პირმა, მათი დაახლოებით 72%³³ კი განიკურნა წამალდამოკიდებულებისგან 3 წლიანი კურსის გავლის შემდგომ.

რამდენიმე წლის წინ, სანპატრიანომ მიიღო შესაძლებლობა სახელმწიფოს მხრიდან, რომ გამხდარიყო ციხის ალტერნატივა, ამ სერვისით კი 1315-მა ადამიანმა ისარგებლა.

სოციალური საწარმო წარმოადგენს დიდ თემს, სადაც ბენეფიციარის ოჯახის წევრებს მათთან ერთად შეუძლიათ იცხოვრონ სანპატრიანოში, ჩაერთონ ცენტრის მიერ შეთავაზებულ თერაპიებში და სანაცვლოდ აბსოლუტურად უფასოდ იცხოვრონ მათ წამალდამოკიდებულ ახლობელთან ერთად.

ამჟამად სანპატრიანოში დასაქმებულია 327 პირი.³⁴

როგორც აღინიშნა, სანპატრიანო წარმოადგენს უიშვიათეს სოციალურ საწარმოს, რომელმაც სახელმწიფო ორგანოებისგან მიიღო ლეგიტიმაცია და წარმოადგენს ციხის ალტერნატივას იტალიაში. აღნიშნული პრეცედენტი წამახალისებელი მექანიზმია

³³ იხილეთ სანპატრიანოს ოფიციალური ვებ-გვერდი: <https://www.sanpatrignano.com/> (შემოწმდა 21.06.2019)

³⁴ *Actions That Change Lives – SanPatrignano - 2010, 1-136, გვ.27 -* https://www.sanpatrignano.com/wp-content/uploads/2013/02/bilancio_2010_en-2.pdf (შემოწმდა 21.06.2019)

კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირების ეკონომიკური და სოციალური ინტეგრაციის პროექტების განსახორციელებლად.

საქართველოს შემთხვევაში, ინოვაციების განვითარების ხელშეწყობა სახელმწიფო დონეზეა მხარდაჭერილი, საკანონმდებლო და განსაკუთრებით აღმასრულებელი ხელისუფლება აქტიურად მუშაობს ამ მიმართულებით. თვალსაჩინო მაგალითია „საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი სამინისტროს ბაზაზე, 2014 წელს შექმნილი „საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო - GITA“, რომლის მისიაც არის საქართველოში ინოვაციების და ტექნოლოგიების განვითარებისთვის საჭირო ეკოსისტემის ფორმირება.

ინოვაციების შესაძლებლობების გაფართოების მიზნით, სააგენტოს საქმიანობის პრიორიტეტებია³⁵:

- სამართლებრივი რეფორმის განხორციელება ინოვაციების სფეროში;
- ინოვაციების ინფრასტრუქტურის შექმნა და განვითარება;
- ინოვაციების და მეწარმეობის მხარდასაჭერი საგანმანათლებლო ღონისძიებების განხორციელება;
- ინოვაციების და მეწარმეობის ტექნიკური მხარდაჭერა;
- ფინანსებთან წვდომის მხარდაჭერა;
- კვლევები და განვითარების (R&D) სექტორის გაძლიერების ხელშეწყობა;
- საერთაშორისო თანამშრომლობის დამყარება ინოვაციების, ტექნოლოგიების და კვლევების განვითარებისათვის.

სააგენტოს საქმიანობის შედეგები ნათლად ასახავს იმ შესაძლებლობების ათვისებას დაინტერესებული მხარეების მიერ, რაც შეთავაზებულ იქნა მათთვის. კონკრეტულად, არსებობის მანძილზე სააგენტომ დააფინანსა 125 სტარტაპი, გასცა 125 მილიონ ლარზე მეტი დაფინანსება, ჩაატარა 358 ღონისძიება და 26 000-მდე პირს მიაწოდა ინფორმაცია სექტორის შესახებ.

ცხადია, სააგენტოს მიერ შეთავაზებული მხარდაჭერის პროგრამებით, სოციალური საწარმოების გარკვეული ნაწილიც სარგებლობს, თუმცა, ყველა სიკეთით სარგებლობის

³⁵ საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო, სტარტაპ ეკოსისტემა, ელექტრონული ინფორმაცია ხელმისაწვდომია ბმულზე - <https://gita.gov.ge/geo/ecosystem> (შემოწმდა 12.06.2019)

შემთხვევაში უპირატესობა ენიჭებათ შეზღუდული პასუხისმგებლობის მქონე იურიდიული ფორმის ფარგლებში ოპერირებად ბიზნეს ერთეულებს, აღნიშნული კი - გარკვეულწილად ართულებს სოციალური საწარმოების მიერ შესაძლებლობების სრულყოფილად ათვისებას. „შპს-ს ფორმის არჩევა თავიდანვე სახელმწიფო სტრუქტურებთან და მსხვილ კომპანიებთან თანამშრომლობის განვითარების მიზნით შეირჩა” - აღნიშნავს ერთ-ერთი ახლადდაფუძნებული ბიზნეს ოპერატორი სამწლიანი გამოცდილებით, რომელიც სარგებლობს სახელმწიფოს მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერის მექანიზმებით.

2.2. სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიმართულებები

მარგინალური ჯგუფის წევრების დასაქმებაზე და პროფესიულ განათლებაზე ხელმისაწვდომობის დაბალი დონე, გარემოს დაბინძურების მაღალი დონე, ტრადიციული მოტივების და რეწვით ახალგაზრდების დაინტერესების ნაკლებობა, მოწყვლადი ჯგუფების მიერ წარმოებული პროდუქციის არაკონკურენტუნარიანობა, კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირების არაინტეგრირებულობა საზოგადოებაში ის პრობლემებია, რომელთა გადასაჭრელად საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოები აქტიურად და წარმატებულად ოპერირებენ ბაზარზე. სწორედ ამ მიმართულებების შესაბამისად განვითარდა საქართველოში სოციალური მეწარმეობა.

საინტერესოა განვიხილოთ რამოდენიმე ინოვაციური სოციალური საწარმოს პრაქტიკული მაგალითი, რომლებიც ზემოთ ჩამოთვლილი გამოწვევების ინოვაციურ გზებს სახავენ.

▪ სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი”

4 ახალგაზრდისგან შემდგარმა გუნდმა 2015 წელს წამოიწყო საქველმოქმედო ინიციატივა - მაკულატურის შეგროვება და მისი გადაცვლა სახელმძღვანელოებში, რეგიონებში, დაცარიელებული სკოლის ბიბლიოთეკების შევსების მიზნით. ინიციატორთა ჯგუფის ე.წ. „მწვანე ჰობის“ გარდაქმნა ორგანიზებულ საქმიანობად სოციალური მეწარმეობის შესახებ, ერთ-ერთი დონორი ორგანიზაციის მიერ გამოცხადებულმა ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამამ განაპირობა.

შედეგად, 2017 წელს, დაარსდა სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი“, რომლის მისიაა „გარემოს დაცვა და მდგრადი განვითარების მიზნების ხელშეწყობა ნარჩენების მართვის

*პოლიტიკის გაძლიერებით, ინფორმირებულობის გაზრდითა და ნარჩენების მართვის კულტურის პოპულარიზაციით საზოგადოებაში*³⁶.

სოციალური საწარმოს ინოვაციურობა იმაში მდგომარეობს, რომ ის მომხმარებელს სთავაზობს ეკოდამზოგავ პროდუქციას, რომელიც შექმნილია გადამუშავებული ქაღალდისგან. უფრო კონკრეტულად, კონვერტებს, ქაღალდის ჩანთებს, საკანცელარიო მასალებს, შესაფუთ მასალებს და სხვ.

სოციალურ საწარმოს ჩვეულებრივი ბიზნეს-ოპერატორისგან სწორედ ის ფაქტი განასხვავებს, რომ ის ზრუნავს სოციალური შედეგების მიღწევაზე. „მწვანე საჩუქრის“ სოციალური შედეგები იზომება იმის მიხედვით, თუ „შეგროვებული მაკულატურის გადამუშავებით რამდენი ხე, და მასთან ისეთი მნიშვნელოვანი რესურსები დაიზოგა, როგორებიც არის წყალი, ნავთობი, რამდენი რესურსი დაიზოგა ნაგავსაყრელზე (ანუ რამდენად ნაკლები მაკულატურა განთავსდა ნაგავსაყრელზე, ესეც ერთ-ერთი საზომი ერთეულია, როდესაც მაკულატურის გადამუშავების დადებით და პოზიტიურ მხარეებზე საუბრობენ)³⁷.

საქმიანობის წამოწყება ა(ა)იპ-იურიდიული ფორმის ფარგლებში განაპირობა ერთ-ერთი დამფუძნებლის საზოგადოებრივ სექტორში მოღვაწეობის 10 წლიანმა გამოცდილებამ, ექსპერტული ინტერვიუს დროს მან აღნიშნა, რომ გარდა სოციალური მეწარმეობის, როგორც სავსებით მისაღები ფორმულის არსებობისა, საქმიანობის ა(ა)იპ ფორმით წამოწყება სწორედ იმ ფაქტორებმა განაპირობეს, როგორებიც არის დონორებთან ურთიერთობების გამოცდილება, სამეწარმეო საქმიანობასთან და ინვესტორებთან უშუალო შეხების გამოცდილების ნაკლებობა.

ასევე აღსანიშნავია ფაქტი, რომ ქაღალდის ნარჩენების შეგროვებით საქართველოში 4 მსხვილი ბიზნეს კომპანიაა დაკავებული, ისინი ეკონომიკური სტიმულების მეშვეობით ცდილობენ საზოგადოების წევრების დაინტერესებას, რომ შეაგროვონ ქაღალდის ნარჩენები და ამაში მიიღონ კონკრეტული ანაზღაურება, მიუხედავად ამ სტიმულებისა, როგორც კომპანიის წარმომადგენლები აღნიშნავენ, მათი საწარმოების ყოველწლიური

³⁶ სოციალურ საწარმოთ ალიანსი (საქართველო) - <http://seageorgia.ge/social-enterprises/37> (შემოწმდა 16.06.2019)

³⁷ ექსპერტული ინტერვიუ #4, დანართი #4, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-7, გვ.76.

დატვირთვა მხოლოდ 40%-ს აღწევს. „მწვანე საჩუქარმა“ კი 2 წლიანი არსებობის მანძილზე შეაგროვა 26 ტონამდე მაკულატურა და მათგან კი გადაამუშავა 20 ტონა, რომლისგანაც მიღებული ეკოდამზოგავი პროდუქტები ხელს უწყობენ ხეების მოჭრის ტენდენციის შეჩერებას, ნავთობისა და წყლის ამოწურვადი რესურსების გამოყენებას. სოციალური საწარმოს დამფუძნებელი, მარინა ბენდელიანი აღნიშნავს, რომ „რეწარმატებასაც მიაღწია „მწვანე საჩუქარმა“, 50% იმის დამსახურებაა, რომ ეს არის სოციალური საწარმო და არა შპს“.

„მწვანე საჩუქარი“ მომავალში, ნაკლებადკონკურენტულ მდგომარეობაში მყოფი კადრების დასაქმებასაც ისახავს მიზნად, რაც კიდევ უფრო მეტად გაამრავალფეროვნებს მათი საქმიანობის მიზნობრიობას.

▪ სოციალური საწარმო „ჩუ“

სოციალური საწარმო „ჩუს“ იდეა, ორი მეგობრის ისტორიას უკავშირდება, რომელთაგან ერთ-ერთი სმენის შეზღუდვის მქონე პირია. პრობლემის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ საზოგადოებაში არსებობს მეინსტრიმი, რომლის მიხედვითაც ამ ტიპის შეზღუდვების მქონე პირთათვის შესტური ენის შესწავლა, შეიძლება ითქვას, ქმნის გარკვეულ უხერხულობებს. სწორედ ამიტომ, სმენის არმქონე პირთათვის ერთადერთ საკომუნიკაციო საშუალებად პირის შესტიკულაციის, პირის მოძრაობის ამოკითხვად რჩება.

აღნიშნული სოციალური პრობლემის აღმოფხვრის მიზნით, ენთუზიასტმა დამფუძნებელმა 2018 წელს შექმნა სოციალური საწარმო „ჩუ“, რომლის მისიაა „სმენის შეზღუდვის მქონე პირების საზოგადოებაში ინტეგრაციის ხელშეწყობა შესტური ენის პოპულარიზაციის გზით“³⁸.

სოციალური საწარმოს ინოვაციურობა იმაში მდგომარეობს, რომ ის არის საქართველოში პირველი სამაგიდო, ჯგუფური თამაში, რომელიც აგებულია ძველი თამაშების პრინციპებზე და ხელს უწყობს შესტური ენის მარტივად დამახსოვრებას. საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს ინსტრუქტირებულ ბანქოს, რომელზეც სიტყვები გამოსახულია შესტური ენის მეშვეობით. საწარმოს დამფუძნებელი აღნიშნავს, რომ

³⁸ სოციალურ საწარმოს ალიანსი (საქართველო) - <http://seageorgia.ge/social-enterprises/18> (შემოწმდა 16.06.2019)

საწარმომ შექმნა „ისეთი პროდუქტი, რომელიც საზოგადოებისთვის არათუ სოციალური პრობლემის კუთხით იქნებოდა საინტერესო, არამედ თვითონ პროდუქტის სახით“, სწორედ აღნიშნულმა განაპირობა საწარმოს წარმატება, რადგანაც „ჩამოყალიბდა ისეთი მიდგომა, რომ საზოგადოებას მოუწოდო ის, რაც საზოგადოებისთვის არის საინტერესო. და მას უბრალოდ მოუწოდო, რომ მოდი ვითამაშოთ!“³⁹.

რაც შეეხება სოციალურ შედეგებს, დამფუძნებლებისთვის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენდა რეგიონებში თემის შესახებ ცნობიერების ამაღლება.

„როგორც მოგეხსენებათ, რეგიონებში ამ კუთხით გაცილებით რთული სიტუაციაა, ვიდრე დედაქალაქში, ამიტომ, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზანი გვექონდა, რომ გვემოგზაურა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში და იქაური ახალგაზრდებისთვის, ჩვენი თამაშის საშუალებით, გაგვეცნო შესტური ენა“ აღნიშნავს დამფუძნებელი. 200-მდე ახალგაზრდამ, თამაშის მეშვეობით, უკვე აიმაღლა ცნობიერება შესტური ენის მნიშვნელობის შესახებ. ასევე, არსებობს კონკრეტული მაგალითები, როდესაც თამაშის მეშვეობით დაიმსხვრა საზოგადოებაში დამკვიდრებული სტერეოტიპი შესტური ენის საჭიროების ნაკლებობის შესახებ და კონკრეტულმა ოჯახებმა დაინახეს თავიანთი წევრების შესტურ ენაზე განათლების ხელმისაწვდომობის ზრდის მნიშვნელობა.

საქმიანობის ა(ა)იპ იურიდიული ფორმით წამოწყება განაპირობა ფინანსების მოზიდვის და სხვადასხვა ღონისძიებებში ჩართულობის მრავალფეროვანმა შესაძლებლობებმა. „გამომდინარე იქედან, რომ საქართველოში ჯერ-ჯერობით არ გვაქვს სოციალური საწარმოსთვის ცალკე იურიდიული ფორმა, ყველაზე ახლოს და ყველაზე მოსახერხებელი აღმოჩნდა ა(ა)იპ.“⁴⁰.

განვითარების პოტენციალის მქონე, ინოვაციური სოციალური საწარმო „ჩუ“ მთავარ მიზნად მომავალში ფინანსური მდგრადობის შენარჩუნებას ისახავს, რათა დაბალანსებულ იქნეს საწარმოს ბიზნეს და სოციალური საქმიანობები, პოპულარიზდეს

³⁹ ექსპერტული ინტერვიუ #5, დანართი #5, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-5, გვ.81.

⁴⁰ ექსპერტული ინტერვიუ #5, დანართი #5, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-5, გვ.82.

ქესტური ენა, გამარტივდეს კომუნიკაცია შეზღუდვის მქონე პირთათვის და განვითარდეს ინკლუზიური გარემო, რომელიც უზრუნველყოფს სოციუმის ყველა წევრის აქტიურ ჩართულობას საზოგადოებრივ პროცესებში, რათა არავინ დარჩეს მიღმა.

▪ სოციალური საწარმო „მუსთერაპიული ცენტრი“

შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე (შშმ) პირებთან მუშაობის მრავალწლიანი გამოცდილების მქონე საზოგადოებრივი ორგანიზაციის „მშობელთა ხიდის“ ბაზაზე, 2016 წელს შეიქმნა სოციალური საწარმო „მუსთერაპიული ცენტრი“.

სოციალური საწარმოს მისიაა „ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაციის ალტერნატიულ მოდელზე - მუსთერაპიულ სერვისზე - ხელმისაწვდომობის ზრდა და ინკლუზიური საზოგადოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა“.

რაც შეეხება ინოვაციურობის კომპონენტს, ზოგადად, მუსიკალური თერაპია მსოფლიოში ფართოდ გავრცელებული პრაქტიკაა და ის წარმოადგენს „ფსიქოლოგიურ ინტერვენციას, რომელიც იყენებს მუსიკის ექსპრესიულ ელემენტებს, როგორც ურთიერთქმედების ძირითად საშუალებებს. მუსთერაპიული მომსახურება მოიცავს შემოქმედებით, თერაპიულ და პედაგოგიურ-აღმზრდელობით ინტეგრირებული მუშაობის ფორმებს“⁴¹. საქართველოში, მუსიკალური თერაპიის პირველი პრაქტიკა კი სწორედ „მშობელთა ხიდის“ მეშვეობით დაინერგა და წარმოადგენს უნიკალურ მიმართულებას, რომელიც მრავალწლიანი სწავლების და პრაქტიკის შემდგომ, პირველად განხორციელდა საქართველოს მაგალითზე.

სოციალური საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს მულტიდისციპლინური გუნდის მიერ მოზარდის საჭიროებების შეფასებას და ინდივიდუალური აბილიტაციის გეგმის შედგენას, ასევე, საჭიროების შესაბამისად, თერაპიულ ინტერვენციას და მშობელთან და ბავშვებთან ინტეგრირებულ გაკვეთილებს.

სოციალური შედეგების თვალსაზრისით, საწარმოს დაფუძნების შემდგომ 100-მდე ბავშვმა და მოზარდმა გაიუმჯობესა საზოგადოებაში ინტეგრაციისათვის აუცილებელი

⁴¹ სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (საქართველო) - <http://seageorgia.ge/ka/social-enterprises/20> (შემოწმდა 16.06.2019)

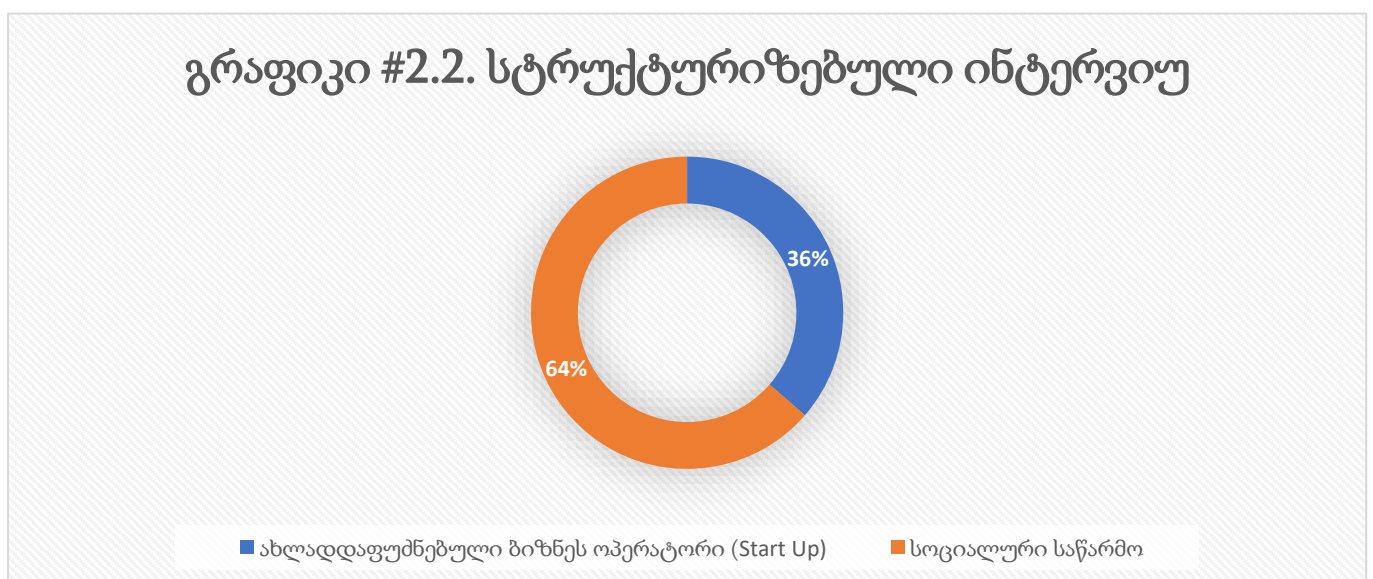
უნარ-ჩვევები, საზოგადოებაში გაიზარდა მუსთერაპიული სერვისის ცნობადობა, მიღებული მოგება კი ინვესტირდება დამფუძნებელი ორგანიზაციის, „შობელთა ხიდის“ სოციალური პროექტების დაფინანსებას.

ამ ეტაპზე საწარმო ფუნქციონირებს ა(ა)იპ იურიდიული ფორმის ფარგლებში, საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისთვის მინიჭებული ეკონომიკური აქტიურობის უფლების ფარგლებში. სოციალური საწარმოს აღნიშნული ფორმით ფუნქციონირების ერთ-ერთი განმაპირობებელი ფაქტორი, სწორედ ზემოთმოყვანილი ფაქტია, რომ მოგება რეინვესტირდეს დამფუძნებელი ორგანიზაციის მიზნების მისაღწევად.

მოყვანილი მაგალითები ნათლად ასახავენ სოციალური საწარმოების მრავალფეროვნებას საქართველოში, ასევე, მათი განვითარების მიმართულებებს და სამომავლო, გაფართოების შესაძლებლობებს.

2.3. სოციალური მეწარმეობის გავლენა ინოვაციურ გადაწყვეტილებებზე

ინოვაციურ გადაწყვეტილებებზე სოციალური მეწარმეობის გავლენის დასადგენად, სტრუქტურიზებული ინტერვიუს საშუალებით გამოიკითხა 11 ინოვაციური პროდუქტის-სერვისის მწარმოებელი ორგანიზაცია-კომპანია, მათგან 7 სოციალური საწარმო და 4 ახლადდაფუძნებული ბიზნეს ოპერატორი (ე.წ. Start Up).



კითხვარი ტექნიკურ ინფორმაციის მოთხოვნასთან ერთად, სოციალური საწარმოების შემთხვევაში მოიცავდა ისეთ შინაარსობრივ შეკითხვებს, როგორებიცაა

- მოტივაცია, რამაც განაპირობა საქმიანობის სოციალური მეწარმეობის ჭრილში წარმართვა ჩვეულებრივი ბიზნეს კომპანიის დაფუძნების ნაცვლად;
- თანადაფინანსების წყაროები;
- კმაყოფილების დონე სოციალური მეწარმეობის საქმიანობის წამოწყებით, ნაცვლად ჩვეულებრივი ბიზნეს საქმიანობისა და სხვ.

ხოლო ახლადდაფუძნებული, ინოვაციური ბიზნეს ოპერატორების შემთხვევაში, ზემოთ მოყვანილი ინფორმაციის გარდა, კითხვარი მოიცავდა შემდეგ შეკითხვებს:

- კმაყოფილების დაბალი დონის არსებობის შემთხვევაში, რა იყო ძირითადი მიზეზები?
- იყვნენ თუ არა იდეის ინიციატორები ინფორმირებულები სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის შესახებ?
- საქმიანობის იურიდიული ფორმის ცვლილების შემთხვევაში ინიციატორები წამოიწყებდნენ თუ არა სოციალური მეწარმეობის მაგვარ საქმიანობას?

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ კითხვარში ჩართული ყველა ახლადდაფუძნებული ბიზნეს ოპერატორის იდეის ინიციატორს ჰქონდა ინფორმაცია სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის შესახებ, თუმცა, მათ საქმიანობები წამოიწყეს ისეთი იურიდიული ფორმის ფარგლებში, როგორებიცაა:

- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს);
- სააქციო საზოგადოება;
- მიკრო ბიზნესის სტატუსი.

გრაფიკი #2.3. გამოკითხულ კომპანიათა იურიდიული ფორმა



გარდა სტრუქტურირებული კითხვარისა, გაიმართა 7 ჩაღრმავებული ინტერვიუ სოციალური მეწარმეობის და სტარტაპ სფეროში მოქმედ ექსპერტებთან, სოციალური საწარმოს და წარმატებული ბიზნეს ოპერატორების დამფუძნებლებთან. ინტერვიუების ძირითადი მიზანი იყო იმ სტიმულების და პრეფერენციების დადგენა, რაც სტარტაპ კომპანიების დამფუძნებლებს უბიძგებს კონკრეტული იურიდიული ფორმების არჩევისკენ, ასევე, სოციალურ საწარმოებს - ა(ა)იპ ფორმით საქმიანობის წამოწყებისკენ.

სექტორში გამორჩეული „სტარტაპერი“, ნიკოლოზ გოგოჩური, “VRex Immersive Inc-ის“ დამფუძნებელი, რომელმაც შექმნა პროგრამული უზრუნველყოფის პლატფორმა ტურისტულ ადგილებში ვირტუალური რეალობის საშუალებით მოგზაურობისთვის, აღნიშნავს, რომ *„შპს-ს ფორმის არჩევა თავიდანვე სახელმწიფო სტრუქტურებთან და მსხვილ კომპანიებთან თანამშრომლობის განვითარების მიზნით შეირჩა“*. გარდა აღნიშნულისა, ამ იურიდიული ფორმით, საგადასახადო ადმინისტრირება გაცილებით გამარტივებულად აღიქმება.

VRex-ის ამბიციური მიზანია ტურისტული პროდუქტების შექმნის პროცესის ცვლილება ვირტუალური რეალობის მეშვეობით. ასევე, ტურისტებისთვის არჩევანის პროცესის გამარტივება საქართველოში ჩამოსვლისთანავე, ვირტუალური რეალობის მეშვეობით ტურისტული ადგილების გაცნობის შედეგად.

კომპანია ბაზარზე ფუნქციონირების 3 წლიან გამოცდილებას ფლობს, თუმცა, მისი ეკონომიკური შემოსავლები ვერ ფარავს საწარმოს საქმიანობასთან დაკავშირებულ ყველა დანახარჯს. დონორი ორგანიზაციების მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამები, კრედიტები, ორგანიზაციის სახსრებით საწარმოს საქმიანობის დაფინანსება, სახელმწიფოს მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერის და საერთაშორისო აქსელერატორების პროგრამები (სახელმწიფო ინვესტიციები) კი ის მექანიზმებია, რომელთაც საწარმო თანადაფინანსებისთვის მიმართავს.

ძირითადი ფაქტორები, რის გამოც, ინიციატორთა ჯგუფმა არ წამოიწყო სოციალური მეწარმეობა, არის ის, რომ მომავალში კომპანია გეგმავს:

- სააქციო საზოგადოებად გარდაქმნას;

- აქციონერთა ჯგუფის ყოლას;
- ინვესტორთა და მეწილეთა სიმრავლეს;
- ასევე, საჭიროების შემთხვევაში საერთაშორისო ბირჟაზე გასვლას.

ეს ყველაფერი კი ფაქტობრივად შეუძლებელია სოციალური მეწარმეობის შემთხვევაში და პრინციპულ წინააღმდეგობაში მოდის კონცეფციის შინაარსთან.

რესპონდენტების პასუხებში, ასევე, ფიქსირდება, რომ ფინანსური მხარე და გადასახადების, დაბეგვრის საკითხები ძალიან მნიშვნელოვანია ახლადწამოწყებული ბიზნეს საქმიანობის შემთხვევაში. „*მიკრო მეწარმე თავისუფლდება ყველა გადასახადისგან, რაც სტარტაპის ხელსაყრელია.*“ აღნიშნავს ერთ-ერთი რესპონდენტი. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მიკრო მეწარმის სტატუსის შემთხვევაში, თუ 30 000 ლარს გადაცდება წლიური ბრუნვა, იურიდიული ფორმის ცვლილება გარდაუვალი აუცილებლობაა. საწარმო უნდა განვითარდეს, შესაბამისად, იურიდიული ფორმის ცვლილებაც თანმდევი მოვლენაა. სოციალური მეწარმეობის საქმიანობის შემთხვევაში კი, პრიორიტეტულად შეიძლება მივიჩნიოთ ფაქტი, რომ იურიდიული ფორმის ცვლილება არ არის საჭირო, განსაკუთრებით ისეთ სახელმწიფოებში, სადაც არსებობს სტატუსი სოციალური საწარმოს შესახებ.

ასევე, საქართველოს შემთხვევაში, ინოვაციური, დამგზავრების პლატფორმა „ჰარის“ დამფუძნებელი, აღნიშნავს, რომ განსაკუთრებით ტექნოლოგიურ სტარტაპებთან დაკავშირებით, გლობალურ ბაზარზე გასვლა აუცილებელია კომპანიის თვითკმარობის უზრუნველსაყოფად.

„ჰარის“ შექმნის იდეა საქალაქთაშორისო გადაადგილების არაკომფორტულობამ დაბადა, სამარშრუტო ტაქსების და მიკროავტობუსების მიერ შეთავაზებული სერვისის ხარისხი არადამაკმაყოფილებელია. სწორედ ამიტომ, „ჰარის“ მეშვეობით იდეის ავტორებმა დაინახეს, რომ თუ მოხდებოდა ორი მხარის ერთმანეთთან დაკავშირება „*ანუ მძღოლის, რომელსაც აქვს ადგილები მანქანაში და აპირებს გაემგზავროს ერთი ქალაქიდან მეორეში, და გაიყოლებს მგზავრს, რომელიც იმავე დღეს იმავე ქალაქში აპირებს გამგზავრებას, ორივე მათგანი ისარგებლებს*“⁴².

⁴² ექსპერტული ინტერვიუ #8, დანართი #8, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-5, გვ.94.

სოციალური მეწარმეობის მაგვარი საქმიანობაზე აქცენტი „ჰარის“ დამფუძნებლებმა 2 ფაქტორის გამო არ შეაჩერეს, ერთს წარმოადგენს ის, რომ უმაღლეს სასწავლებლებში სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის შესახებ მათ არ მიუღიათ ამომწურავი ინფორმაცია, ხოლო უშუალოდ ბიზნეს გადმოსახედით, „დიდი ალბათობით საჭირო გახდება ქვეყნის ფარგლებს გარეთ გასვლა, რადგან ქვეყნის ფარგლებს გარეთ გასვლა ვერ მოხდება კერძო ინვესტიციის გარეშე და ეს სტარტაპის დამახასიათებელიც არის რომ მას ძალიან ხშირად სჭირდება, რომ კერძო ინვესტიცია მოიზიდოს, სანამ ის საბოლოოდ არ გავა IPO-ზე, ანუ არ იქნება საჯაროდ ვაჭრადი კომპანია, ამიტომ, როდესაც ჩვენც ეს ეტაპი დაგვიდგება, რომ მოვიზიდავთ კერძო ინვესტიციებს, დიდი ალბათობით საჭირო გახდება რომ სააქციო საზოგადოებად გადაკეთდეს ჩვენი კომპანია“⁴³ - ამბობს „ჰარის“ იდეის ავტორი და თანადამფუძნებელი.

მეორე მხრივ, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი სოციალური საწარმო „ცისარტყელას“ დამფუძნებელი, ნინო პაატაშვილი, მიუთითებს, რომ რეგიონში, მოსახლეობის დაბალი მსყიდველობითუნარიანობის გამო მათ არ აირჩიეს ბიზნეს ოპერატორის დაფუძნების გზა. სოციალური პრობლემების გადაწყვეტისთვის კი სწორედ სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია მიიჩნიეს რეალურ საშუალებად, რაც გულისხმობდა სამეწარმეო მიდგომებითა და შერეული დაფინანსების სისტემის (გრანტი, ვაუჩერული დაფინანსება, ბენეფიციარების თანამონაწილეობა) მეშვეობით 0-7 წლამდე ასაკის ბავშვებისთვის შემდეგი მომსახურებების გაწევას:

- განვითარების სკრინინგი;
- სიღრმისეული შეფასება;
- განვითარების ინდივიდუალური გეგმის შემუშავება;
- ინტერვენცია, კონსულტაციები, მხარდაჭერა ბავა-ბალების აღზრდელთათვის ბავშვების სასწავლო სააღზრდელი პროცესში ჩართულობის უზრუნველსაყოფად.

„ცისარტყელა“ 2017 წელს დაარსდა და მიზნად ისახავს „თელავსა და მთლიანად კახეთის რეგიონში, არსებული სახელმწიფო სერვისების ეფექტიანი განხორციელების ადვოკატირებითა და ახალი სერვისების განვითარებით, ხელი შეუწყოს ბავშვზე

⁴³ ექსპერტული ინტერვიუ #8, დანართი #8, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-5, გვ.97.

ზრუნვის სერვისების ხელმისაწვდომობას⁴⁴. თავის მხრივ, სოციალური საწარმოს საქმიანობა ინოვაციურია, რადგან სახეზე იყო ამ სერვისის არ-არსებობა თვითმმართველ ერთეულში, პრეცედენტული მოდელის შექმნის შედეგად კი მოხდა საკითხის ადვოკატირება, ლობირება. შედეგად, 2017 -2018 წლებში, განხორციელდა 548 ბავშვის განვითარების სკრინინგი, მათგან 137 ბავშვის მშობელს გადაეცა რეკომენდაციები და მიიღო სპეციალისტის კონსულტაცია. 120 ბავშვი ჩაერთო სახელმწიფო პროგრამაში. 98 ბავშვმა კი თელავის მერიის მიერ მიიღო პროგრამული დაფინანსება სოციალური სერვისის მისაღებად.

სოციალური მეწარმეობის ინოვაციურ გადაწყვეტილებებზე გავლენაზე საუბრისას, მიზანშეწონილია ვახსენოთ საქართველოში არსებულ პრაქტიკებს შორის პირველი და უპრეცედენტო შემთხვევა - სოციალური საწარმო სასჯელაღსრულების დაწესებულებაში. საწარმოს ისტორია მრავლისმომცველია და თავის მხრივ, მნიშვნელოვან ინფორმაციას იძლევა ტრადიციული სერვისის მიმწოდებლების მიერ, იდეის ინიცირებისას, ინოვაციური გზების გამოყენებაზე.

▪ „ფრილანსერი“ სასჯელაღსრულების დაწესებულებაში

სოციალური საწარმო „ფრილანსერის“ (Freelancer) ისტორია 2 მეგობრის კოოპერაციას უკავშირდება სასჯელაღსრულების დაწესებულებაში⁴⁵. იდეის ინიცირების სტიმულაცია სოციალური საწარმოს დამფუძნებლებს მსჯავრდებულთათვის კარგად ნაცნობი პრობლემისგან მომდინარეობს, კერძოდ, „დაწესებულებაში არ არსებობდა არანაირი ინტელექტუალური საქმე, სადაც მსჯავრდებულები შეძლებდნენ არა მხოლოდ ფიზიკური ძალით დაკავებულებას⁴⁶, არამედ ინტელექტუალური საქმიანობა. პრობლემას გაცილებით ამწვავებდა ფაქტი, რომ დაწესებულებაში მყოფ პირთაგან ზოგიერთს არასოდეს უმუშავია ფიზიკურად, და მიუხედავად მათი სურვილისა, რომ დასაქმებულიყვნენ და გამოემუშავებინათ თანხა, ეს მათთვის, ფაქტობრივად, შეუძლებელი იყო.

⁴⁴ სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (საქართველო) - <http://seageorgia.ge/social-enterprises/42> (შემოწმდა 16.06.2019)

⁴⁵ შემდგომში „სასჯელაღსრულების დაწესებულება“ მოხსენიებულ იქნება, როგორც „დაწესებულება“.

⁴⁶ ექსპერტული ინტერვიუ #7, დანართი #7, თბილისი (საქართველო), 1-6, 2019, გვ.90.

შეიძლება ითქვას, სწორედ ამ უპირველესი პრობლემის გადაჭრას ისახავს მიზნად სოციალური საწარმო „ფრილანსერი“, რომელიც „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის“ ფინანსური მხარდაჭერით 2018 წელს შეიქმნა და ახლახანს დაიწყო საქმიანობა.

სოციალური საწარმოს განვითარების პირველ ეტაპზე, ხუთი გადამზადებული მსჯავრდებული დასაქმდება უშუალოდ დაწესებულებაში, მათ კი დაწესებულების ფარგლებს გარეთ ეყოლება კურატორი, რომელიც საერთაშორისო პლატფორმებზე მოიძიებს კონკრეტულ დავალებებს, რომლის შესრულების შემთხვევაშიც ე.წ. განვითარებული ქვეყნების მოსახლეობა, მსჯავრდებულთა შრომას სამართლიანად აანაზღაურებს.

საწარმოში დასაქმებულები ჯერ-ჯერობით საქმიანობას ტექსტების გაციფრულებით, ვიდეოების ტიტრირებითა და აუდიო-მონტაჟის სერვისით იწყებენ, თუმცა, საწარმოო საქმიანობიდან მიღებული მოგების სრული მოცულობა რეინვესტირდება მსჯავრდებულთათვის პროფესიულ განათლებაზე ხელმისაწვდომობის გასაზრდელად გრაფიკული დიზაინის მიმართულებით, რათა საწარმომ შემდგომში ამ ტიპის საჭიროებასთან დაკავშირებული დაკვეთების შესრულებაც შეძლოს.

რაც შეეხება იურიდიულ ფორმას, რომლის ფარგლებშიც სოციალური საწარმო ფუნქციონირებს: *„ვინაიდან ჩვენ საერთოდ არ ვართ ორიენტირებულები მოგებაზე და მთლიანად რეინვესტირდება თანხა, გარდა ხელფასებისა, რათქმუნდა, ჩვენთვის ყველაზე მოხერხებული იურიდიული ფორმა - ა(ა)იპ შევარჩიეთ“* - ექსპერტული ინტერვიუსას ამბობს საწარმოს თანადამფუძნებელი. ასევე აღინიშნა, რომ სახელმწიფო უწყებებთან ა(ა)იპ-ის ფორმით საწარმოო საქმიანობის საკითხებზე ურთიერთობისას, კომერციული ორგანიაციისგან განსხვავებით, მაღალია ნდობის მოპოვებისა და ლოიალურობის ხარისხი.

მიუხედავად უამრავი გამოწვევისა, საწარმოს მენეჯმენტი გეგმავს სტაბილური დასაქმების ადგილის შეთავაზებას მსჯავრდებულთათვის მას შემდეგ, რაც ისინი დატოვებენ დაწესებულებებს, რათა უზრუნველყოფილი იყოს როგორც მათი კეთილდღეობა, ისე საწარმოო თვალსაზრისით არ მოხდეს გადამზადებული და

კვალიფიციური კადრების გადინება. საწარმოს დამფუძნებელი ასევე აღნიშნავს, რომ მოკლევადიან პერიოდში იგეგმება დასაქმებულთა რაოდენობის გაზრდა 10 პირამდე, საშუალოვადიან პერიოდში საწარმოს სამიზნე აუდიტორია ასევე იქნება პრობაციონერები, ხოლო გრძელვადიან პერიოდში, პრაქტიკის გამართლებისა და დამკვიდრების შემთხვევაში, იგეგმება მსგავსი საქმიანობის განხორციელება სხვა დაწესებულებებშიც.

თავი 3. სოციალური მეწარმეობის განვითარების პერსპექტივები

3.1. სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშესაწყობად

სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის არსებული სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმებზე საუბრისას, აუცილებელია აღვნიშნოთ, თუ რა უდევს მას საფუძვლად. ზოგადად, სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები აერთიანებს 4 მიმართულებას:

1. პოლიტიკური ნება (Political Will);
2. მხარდამჭერი მექანიზმების პრინციპებზე ჩამოყალიბება (Supporting Principles);
3. სახელმწიფო მოქმედების გეგმები (Government Action Plans);
4. საერთო მიზნები (Goals).

აღნიშნული მიმართულებების შესრულება განაპირობებს სახელმწიფო დონეზე საბაზისო საქმიანობის განხორციელებას კონცეფციის განვითარებისთვის. რაც შეეხება სოციალურ მეწარმეობას, პირველყოვლისა, უნდა განვიხილოთ, თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი სოციალური მეწარმეობისთვის სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმების შექმნა და მათი განვითარება.

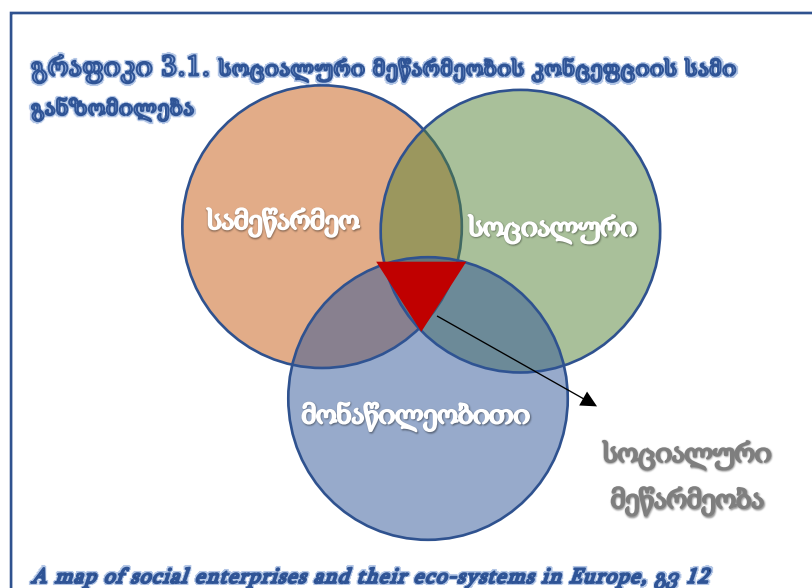
სოციალური საწარმოები:

- ახერხებენ ისეთი პროდუქციის წარმოებას და მომსახურების მიწოდებას, სადაც სახელმწიფო და ბიზნეს კომპანიები არაეფექტურად ფუნქციონირებენ;
- წარმოადგენენ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ოპერატორებს;
- საქმიანობას უდგებიან ხარჯთ-ეფექტიანად;
- ასაქმებენ მოწყვლადი და მარგინალური ჯგუფების წარმომადგენლებს, რომელთათვისაც დასაქმების სხვა, ალტერნატიული ფორმა ხელმიუწვდომელია;
- გვესახებიან სიღარიბის შემცირების და ინკლუზიურობის უზრუნველყოფის გზად;
- ზრუნავენ გარემოს დავაზე, კულტურის შენარჩუნებასა და პოპულარიზაციაზე, პროფესიული განათლების ხელმისაწვდომობაზე.

მიმდინარე დებატებისას, თუ რატომ არის სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის საკანონმდებლო ჩარჩო-რეგულაციების შემოღება საჭირო, მომხრეთა აზრი ერთიანდება შემდეგი გარემოებების გარშემო:

- იურიდიული რეგულირება უზრუნველყოფს კონცეფციის ერთიან გაგებას სახელმწიფო დონეზე;
- მარტივდება სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშესაწყობად;
- შესაძლებელი ხდება სტატისტიკური ანალიზისთვის ინფორმაციის მოკრება და განვითარების ტენდენციების დადგენა;
- ადვილდება მხარდაჭერის მექანიზმების შემუშავება სხვადასხვა სექტორის მიერ.

როგორც აღინიშნა, ევროკავშირმა 2011 წელს მიიღო სოციალური მეწარმეობის გლობალური ინიციატივის დოკუმენტი, რომლის მიხედვითაც „სოციალური საწარმოების მეშვეობით ხდება სოციალური მიზნების შერწყმა სამეწარმეო მიდგომებთან. ეს ორგანიზაციები ფოკუსირდებიან სოციალური შედეგების მაქსიმიზაციაზე, გარემოსდაცვითი და სათემო მიზნების მიღწევაზე“⁴⁷. ევროკავშირი ქმნის ხელსაყრელ ფინანსურ, ადმინისტრაციულ და ლეგალურ გარემოს იმისათვის, რომ კონცეფცია წარმატებით განვითარდეს წევრ სახელმწიფოებში.



⁴⁷ იხილეთ ევროკავშირის ოფიციალური ვებ-გვერდი - http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (შემოწმდა 21.06.2019).

შედეგად, ევროკავშირის წევრ 29 სახელმწიფოში (შვეიცარიის ჩათვლით) განვითარდა ერთიანი მიდგომა სოციალური მეწარმეობის კონცეფციისადმი, რომელიც აერთიანებს 3 განზომილებას⁴⁸, ესენია:

- **სამეწარმეო განზომილება** - რაც გულისხმობს განგრძობად ეკონომიკურ საქმიანობას. ეს განასხვავებს მათ არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირებისგან;
- **სოციალური განზომილება** - გამოკვეთილი სოციალური მისია, რითაც განსხვავდება სოციალური საწარმო ტრადიციული ბიზნეს ოპერატორისგან;
- **მონაწილეობითი მმართველობა** - გულისხმობს საწარმოს მუდმივ კონცენტრირებას სოციალურ მისიაზე დამფუძნებელთა მთელი ჯგუფის ჩართულობით. ანუ გადაწყვეტილებები მიიღება დემოკრატიული პრინციპით და არ ხდება უკვე მიღებული გადაწყვეტილებებით ხელმძღვანელობა, რაც ახასიათებს ტრადიციულ ბიზნეს ოპერატორებს.

კონცეფციის განვითარებისთვის შესაბამისი სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმების შემუშავების მიზნით, ევროკავშირი სოციალურ საწარმოებს აერთიანებს 4 ჯგუფში⁴⁹, ესენია:

- **სამუშაო ინკლუზია** (Work Integration) - სამუშაო უნარების ასამაღლებელი საგანმანათლებლო მიზნები, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა დასაქმების ხელშეწყობა;
- **სოციალური სერვისები** (Personal social services) - ჯანმრთელობა, ზრუნვა და სამედიცინო სერვისები, ხანდაზმულთა მოვლა-პატრონობა, შშმ მოზარდთა განვითარების შეფერხების აღმოჩენა და დროული ინტერვენცია, სამედიცინო მხარდაჭერა მოწყვლადი ჯგუფის წევრებს;
- **მოწყვლადი რეგიონების განვითარების ხელშეწყობა** (Local development of disadvantaged areas) - შიდამიგრაციული პროცესების შეჩერება, თემის (სოფლის) განვითარების ხელშეწყობა, ქალაქებიდან მოშორებით მდებარე დასახლებების განვითარების და გაძლიერების უზრუნველყოფა;

⁴⁸ *Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth – European Social Enterprise Law Association, 2015, 1-60, გვ. 16, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: https://esela.eu/wp-content/uploads/2015/11/legal_mapping_publication_051015_web.pdf (შემოწმდა 21.06.2019).*

⁴⁹ *იხილეთ ევროკავშირის ოფიციალური ვებ-გვერდი - http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (შემოწმდა 21.06.2019)*

- **სხვა** - ნარჩენების გადამუშავება, გარემოს დაცვა, სპორტი, კულტურა, ხელოვნება, ისტორიული მემკვიდრეობის შენარჩუნება, მეცნიერება, კვლევა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვა.

ამ ჯგუფების შესაბამისად, ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში ხდება სოციალური მეწარმეობის იურიდიული ჩარჩო-რეგულაციების შემოღება.

აღნიშნულის მიღწევა 3 მეთოდით⁵⁰ შეიძლება:

1. **არსებული, სხვა იურიდიული ფორმის ცვლილება და მის კანონმდებლობაში სოციალური საწარმოს თავისებურებების გათვალისწინება** - მაგალითად ბრიტანეთში არსებული სათემო ინტერესების კომპანია (Community Interest Company), ან საფრანგეთის, გერმანიის, პოლონეთისა და იტალიის მიერ კოოპერატივების ფორმის ადაპტირება სოციალურ მეწარმეობაზე;
2. **სოციალური მეწარმეობის სტატუსის შექმნა** - როდესაც ქვეყანაში არსებულ ნებისმიერ იურიდიულ სუბიექტს შეუძლია მოიპოვოს სოციალური საწარმოს სტატუსი, ამ შემთხვევაში მისი საგადასახადო და ადმინისტრაციული მმართველობა განხორციელდება სტატუსის ფარგლებში გათვალისწინებული კრიტერიუმების შესაბამისად;
3. **არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირებისთვის სამეწარმეო საქმიანობის წამოწყების ნების დართვა** - ა(ა)იპ-ებისთვის სამეწარმეო საქმიანობის და ეკონომიკური აქტიურობის უფლება ბევრ სახელმწიფოს აქვს ნებადართული, თუმცა ევროპაში ეს აღიქმება, როგორც დე-ფაქტო სოციალური საწარმოები და ძირითადად მოიაზრებიან როგორც სოციალური ეკონომიკის ნაწილები.

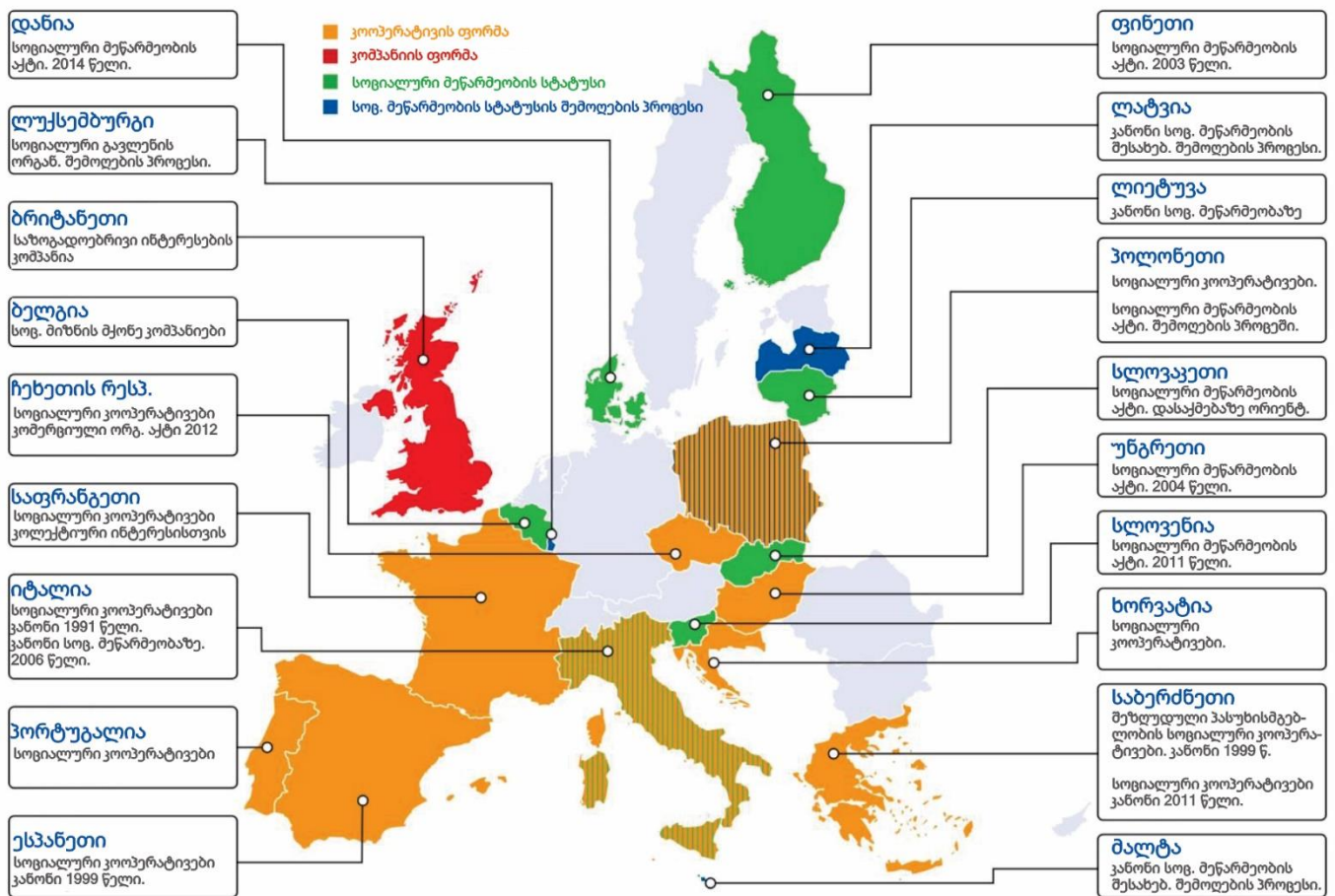
გრაფიკზე 3.2.⁵¹ – „ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოები არსებული სოციალური მეწარმეობის სპეციალური საკანონმდებლო ჩარჩო-რეგულაციების შესაბამისად“, ქვეყნები დაჯგუფებულია სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით გატარებული საკანონმდებლო ცვლილებების შესაბამისად, შემდეგი მახასიათებლებით:

⁵⁰ *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169, გვ. 21-22, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> (შემოწმდა 21.06.2019)*

⁵¹ *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169, გვ. 14.*

- კოოპერატივის ფორმაზე სოციალური საწარმოს ადაპტირება;
- კომპანიის ფორმაზე სოციალური საწარმოს ადაპტირება;
- სოციალური მეწარმეობის ლეგალური სტატუსი;
- სოციალური მეწარმეობის ლეგალური სტატუსის შემოღების პროცესი.

გრაფიკი 3.2. ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოები არსებული სოციალური მეწარმეობის სპეციალური საკანონმდებლო ჩარჩო-რეგულაციების შესაბამისად



გრაფიკი 3.2 ასახავს, რომ საფრანგეთი, პორტუგალია, ესპანეთი, ჩეხეთის რესპუბლიკა, უნგრეთი, ხორვატია და საბერძნეთი სოციალურ მეწარმეობას კოოპერატივის ფორმის ფარგლებში ავითარებენ. გაერთიანებული სამეფო (ბრიტანეთი) საზოგადოებრივი ინტერესების მქონე კომპანიის იურიდიულ ფორმას ამჯობინებს. ფინეთს, ლიეტუვას, სლოვაკეთს, სლოვენიას, ბელგიასა და დანიას მიღებული აქვთ სოციალური საწარმოს

სტატუსის იურიდიული ფორმა, ხოლო ლატვია და დანია მსგავსი სტატუსის შემოღების პროცესში არიან.

რაც შეეხება იტალიასა და პოლონეთს, იტალიამ 2006 წელს მიიღო სოციალური მეწარმეობის შესახებ კანონი, თუმცა 1991 წლის შემდგომ ამ ქვეყანაში კონცეფცია სოციალური კოოპერატივების ფარგლებში ვითარდებოდა. ამ ეტაპზე, იტალიაში სოციალური საწარმოს საქმიანობის განხორციელება ორივე იურიდიული ფორმის ფარგლებშია შესაძლებელი. პოლონეთში კი უკვე მომზადებულია საკანონმდებლო წინადადება სოციალური მეწარმეობის შესახებ, თუმცა ის ჯერ დამტკიცებული არ არის და ამ მხრივ, ეს ქვეყნები განსხვავებული ფერით არიან აღნიშნულები გრაფიკზე.

3.2. სოციალური მეწარმეობის განვითარების პრიორიტეტები და პერსპექტივები საქართველოში

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის თემაზე მუშაობა 2009 წელს, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების კონსორციუმმა წამოიწყო.

ამჟამად, სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიმართულებით ქვეყანაში რამდენიმე მსხვილი ადგილობრივი და საერთაშორისო საზოგადოებრივი ორგანიზაცია მუშაობს.

სექტორში ოპერირებადი საზოგადოებრივი ორგანიზაციების და სოციალური საწარმოების მიერ 2016 წელს დაარსდა „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“, რომელიც წარმოადგენს სოციალური საწარმოების ქოლგა ორგანიზაციას და მიზნად ისახავს თემის აქტუალურობის ადვოკატირებას, სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო ჩარჩოს მოწესრიგებაში აქტიურ ჩართულობას, სოციალური საწარმოების ინტერესების დაცვა/გატარებას და ზოგადად, კონცეფციის პოპულარიზაციის ხელშეწყობას.

რაც შეეხება სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო რეგულირებას, ამჟამად, საქართველოს კანონმდებლობა იურიდიულად არ განმარტავს კონცეფციას, შესაბამისად, არ არსებობს არანაირი საგადასახადო რეგულირება ამ მიმართულებით, თუმცა, სოციალური საწარმოები წარმატებულად ახორციელებენ მათ საქმიანობას არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის იურიდიული ფორმის ფარგლებში. აღნიშნული ფორმის ფარგლებში საქართველოში მოქმედ ა(ა)იპ-ებს ეკონომიკური საქმიანობის უფლება აქვთ (როგორც დამხმარე საქმიანობის) მათ მიერ შემუშავებული წესდების შესაბამისად ან/და მის გარეშე, თუ ის არ ეწინააღმდეგება კანონით გათვალისწინებულ სხვა რეგულაციებს და მიზნად არ ისახავს კანონსაწინააღმდეგო პროდუქტის/სერვისის წარმოებას. იმ შემთხვევაში, თუ საწარმოს მაღალი ეკონომიკური შემოსავლები უფიქსირდება, შესაძლებელია ა(ა)იპ-ის მფლობელობაში დაფუძნდეს შესაბამისი შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, რომელიც ბუღალტერიის გამიჯვნის შესაძლებლობას მისცემს საწარმოს მენეჯმენტს.

ფინანსური მხარდაჭერებისთვის აღნიშნული ფორმა მისაღებია იმ თვალსაზრისით, რომ არ ირღვევა სოციალური საწარმოს მნიშვნელოვანი კრიტერიუმი, რომელიც გულისხმობს მათი მფლობელებისთვის დივიდენდების სახით მოგების გატანის შეზღუდვას. შესაბამისად,

ეკონომიკური საქმიანობით მიღებულ მოგებას სოციალური საწარმო იყენებს სოციალური პასუხისმგებლობის შესასრულებლად ან/და საზოგადოებრივი ორგანიზაციის (რომლის ფარგლებშიც ფუნქციონირებს) მიზნების დასაფინანსებლად. საქართველოში საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, რომლებსაც აქვთ ეკონომიკური საქმიანობის პრაქტიკა, ძირითადად მას საკუთარი ორგანიზაციის ფარგლებქვეშ ახორციელებენ (76%).

„ცალკე საწარმო დაფუძნებული აქვს 24%-ს, მათ შორის, ვისაც დაფუძნებული აქვს ცალკე საწარმო, უმეტესობას (72,7%) არჩეული აქვს შპს-ს ფორმა. გარდა შპს-სა, ცალკე საწარმოდ რეგისტრაციისას გვხვდება სპს-ს და კოოპერატივის ფორმები“⁵².

გარდა ზემოთ მოყვანილი ინფორმაციისა, საქართველოში შესაძლოა სოციალური საწარმოები გვხვდებოდნენ სხვა იურიდიული ფორმებითაც.

2015 წელს „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ მიერ მომზადდა საკანონმდებლო წინადადება *”სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ“*, რომელიც მიზნად ისახავს კონცეფციის ინსტიტუციონალიზაციასა და მხარდაჭერის მექანიზმების სამართლებრივი საფუძვლების შექმნას.

„თავდაპირველად, როდესაც ამ მიმართულებით მუშაობა დავიწყეთ ჩვენ ვთვლიდით, რომ არ არის საჭირო ცალკე არსებობდეს კანონი სოციალური მეწარმეობის შესახებ, და ამას ვთვლიდით ამდაგვარად იმიტომ, რომ მაშინ საკმაოდ ცოტა იყო ასეთი პრაქტიკულად ფუნქციონირებადი სოციალური საწარმოები საქართველოში. ძალიან ცოტა გვექონდა მაგალითი იმისა, თუ როგორ შეიძლება სოციალური საწარმო აგვარებდეს საზოგადოებრივ პრობლემებს და შესაბამისად ამ რამოდენიმე ორგანიზაციისთვის ცალკე კანონმდებლობის შექმნის განსაკუთრებული აუცილებლობა არ არსებობდა“⁵³.

პირველ საკანონმდებლო ინიციატივაში სოციალური საწარმო განიმარტა, შემდეგი სახით:

„ორგანიზებული სამეწარმეო საქმიანობა სოციალური ზრუნვის, სოციალური ადაპტაციის, სიღარიბის შემცირებისა და დაძლევის, საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის, საგანმანათლებლო, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურის, სპორტის, გარემოს

⁵² საზოგადოებრივი ორგანიზაციების განვითარება საქართველოში – დინამიკა და ტენდენციები. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, 2010: 5 - http://segeorgia.org/FILES/doc/95_CS0-Research.pdf (შემოწმდა 21.06.2019)

⁵³ ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-6, გვ.64-65

დაცვის სფეროებში, რომლის მიზანი არ არის უპირატესად მოგების მიღება და პარტნიორთა, მეპაიეთა ან აქციონერთა შორის განაწილება“⁵⁴.

კანონპროექტი საქართველოს ეკონომიკის ესტონურ მოდელზე გადასვლის შემდგომ კიდევ ერთხელ გადაიხედა და 2017 წელს განახლებული ფორმით წარედგინა საქართველოს პარლამენტს, მას შემდგომ, ევროკავშირის დაფინანსებით მიმდინარე პროექტის „სოციალური მეწარმეობა - ინოვაციური მიდგომა ეკონომიკური და სოციალური ცვლილებებისთვის“ ფარგლებში მოეწყო სასწავლო ტური გაერთიანებულ სამეფოსა და პოლონეთში, ასევე ჩატარდა კვლევა⁵⁵ არსებული პრაქტიკების უკეთ შესწავლისა და რეკომენდაციების განვითარების მიზნით.

„ვფიქრობ, ძალიან მნიშვნელოვანია ერთიანი სტრატეგიის შემუშავება, რომ მოხდეს სოციალური მეწარმეობის ნაბიჯ-ნაბიჯ განვითარება. ჩვენი კვლევის ფარგლებში, დაახლოებით მოვიძიეთ, რომ ბოლო 8-9 წელიწადში 5 მილიონ ლარამდე დაიხარჯა უშუალოდ სოციალურ საწარმეობზე და უშუალოდ სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციაზე, ეს არ მოიცავს ორგანიზაციების ადმინისტრაციულ ხარჯვით ნაწილს (თანამშრომლების ხელფასები და ა.შ.)“⁵⁶ აღნიშნავს სასწავლო ტურის ერთ-ერთი ორგანიზატორი, გიორგი არსენიძე, რომელიც სოციალური მეწარმეობის სფეროში მუშაობის 9 წლიან გამოცდილებას ფლობს. ის ასევე აღნიშნავს, რომ „საქართველოს მთავრობა/სახელმწიფო, სხვადასხვა ფონდების მეშვეობით, ასე ვთქვათ, გაუთვითცნობიერებლად აფინანსებენ სოციალურ საწარმეობს, მაშინ, როდესაც არ არსებობს იურიდიული ბაზა, იურიდიული ცნება, თუ რა არის სოციალური საწარმეობი“.

დაფინანსებების მოცულობა, როგორც სახელმწიფო ინსტიტუციები, ისე საერთაშორისო თუ ადგილობრივი დონორი ორგანიზაციების მხრიდან სოციალური საწარმეობის დასაფუძნებლად, 9 მილიონ ლარს აღემატება 2009 წლის შემდგომ. ეს კი ხორციელდება

⁵⁴ საკანონმდებლო წინადადება "სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ" კანონპროექტისა და თანმდევი კანონპროექტების შესახებ. მომზადდა „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ მიერ. 2015: 1 - <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/132460> (შემოწმდა 01.07.2018)

⁵⁵ „სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკა და გამოწვევები საქართველოში“ - ირაკლი მხეიძე, თბილისი (საქართველო), 2017, ელექტრონული გამოცემა ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://bit.ly/SEchallengesinGeorgia> (შემოწმდა 21.06.2019)

⁵⁶ ექსპერტული ინტერვიუ #1, დანართი #1, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-7, გვ.60.

ა(ა)იპ-ის ფორმის ფარგლებში, რაც, გარკვეულწილად, სახავს ისეთ გამომოწვევებს, როგორებიცაა:

- ა(ა)იპ ფორმის არამიმართულობა ეკონომიკურ საქმიანობაზე (ამ ფორმისთვის ძირითადი დამახასიათებელი მიმართულება არაკომერციული საქმიანობაა, სამეწარმეო საქმიანობა კი მხოლოდ დამხმარე ეკონომიკური ხასიათისაა და ის არ უნდა წარმოადგენდეს განვითარების ძირითად მექანიზმს);
- საზოგადოებრივ სექტორში დასაქმებულთა ბიზნეს უნარების სიმწირე - სექტორში ხვდებიან ადამიანები, რომლებიც, თუ შეიძლება ასე ითქვას, მხოლოდ სოციალურად აზროვნებენ, მათი განათლება, გამოცდილება და უნარებიც სწორედ ამ ტიპის საქმიანობაზეა ორიენტირებული, სოციალური მეწარმეობა კი აერთიანებს როგორც სოციალურ, ისე ეკონომიკურ აქტივობებს. ეს, გარკვეულწილად, ბადებს კონკრეტულ გამოწვევებს.

კანონპროექტი 2019 წლის დასაწყისში, უკვე ინიცირდა საქართველოს პარლამენტში, რაც გულისხმობს იმას, რომ ის უკვე განსახილველ ინიციატივათა ნუსხაშია და შემოდგომის სესიებზე იგეგმება გადაწყვეტილების მიღება. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ კანონპროექტი არ ითხოვს საგადასახადო შეღავათებს სოციალური საწარმოებისათვის. *„სოციალური საწარმოები არის ძალიან განსხვავებული სოციალური მიზნების მქონე. ფორმითაც და საქმიანობის მიდგომებითაც ძალიან განსხვავდება ერთმანეთისგან. მსგავსი საგადასახადო შეღავათების მოთხოვნა ყველა სოციალური საწარმოსთვის შესაძლოა არც იყოს სწორი“*⁵⁷ - აღნიშნავს „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის“ სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამის კოორდინატორი - ეკა დათუაშვილი. სწორედ მან დაიწყო კონცეფციის პოპულარიზაცია 2009 წელს პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად, ასევე, მისი მხარდაჭერით განხორციელდა საკანონმდებლო ინიციატივის მომზადება და მასთან დაკავშირებული ყველა ღონისძიება.

კანონპროექტში გათვალისწინებულია:

- სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის იურიდიული განმარტება;

⁵⁷ *ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-6, გვ.66*

- სტატუსის მოპოვება (როგორც კომერციული ორგანიზაციებისთვის, ისე არაკომერციული იურიდიული პირებისთვის);
- გრანტის გაცემის შესაძლებლობა სამეწარმეო მიზნებისთვის (ისევე, როგორც სასოფლო კოოპერატივებისა და სასწავლო დაწესებულებების შემთხვევაში არსებული გამონაკლისები);
- მოგების 70%-იანი რეინვესტირება საწარმოს განვითარებაში ან/და სოციალური მისიის შესრულებაში, ხოლო 30%-ის პირადი სარგებლის სახით გატანის შესაძლებლობა და ა.შ.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, საკანონმდებლო წინადადების მნიშვნელობა საქართველოს მაგალითზე - დიდია. „ძალიან რთულია, როდესაც არ არსებობს განმარტება სოციალური მეწარმეობის და არ არის დარეგულირებული საკანონმდებლო დონეზე ერთის მხრივ ისარგებლონ არსებული პროგრამებით და მეორეს მხრივ განვითარდეს ახალი ინიციატივები სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის“⁵⁸.

კვლევაზე მუშაობის პროცესში, ექსპერტული ინტერვიუებისა და თვისებრივი კვლევის მეთოდების გამოყენების საფუძველზე გამოიკვეთა ის ძირითადი პრიორიტეტები, რომლებზეც სოციალური საწარმოები მუშაობენ. პირობითად, ეს პრიორიტეტები შეგვიძლია დავაჯგუფოთ შემდეგნაირად:

- ტრადიციული რეწვა და ოსტატების ხელშეწყობა;
- შემეცნებითი საშუალებები და ქიმიური საშუალებებისგან თავისუფალი ხის სათამაშოების წარმოება მოზარდებისთვის;
- გარემოს დაცვა და გადაშენების პირას მყოფი მცენარეების გადარჩენა;
- დეკორაციებისა და საყოფაცხოვრებო ნივთების წარმოება მოწყვლადი ჯგუფის წევრების ეკონომიკური და სოციალური ინტეგრაციის მიზნით;
- ნატურალური, ბიოლოგიურად სუფთა ნედლეულის წარმოება, შემდგომ კი მათი გადამუშავება და მზა პროდუქტების წარმოება;
- სერვისები მოწყვლად რეგიონებში ან/და მარგინალური ჯგუფის წარმომადგენლებისთვის;

⁵⁸ ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-6, გვ.67.

- სოციალური სერვისების მიწოდება, ხარისხის გაუმჯობესება და სექტორში შესაბამისი სტანდარტების დამკვიდრება/განვითარება.

კვლევის პროცესში, ასევე, გამოიკვეთა, რომ საკანონმდებლო რეგულირება და ჩარჩო-კონცეფციის შემოღება, პერსპექტიულობის თვალსაზრისით, დადებით გავლენას იქონიებს:

- სოციალური საწარმოს ერთიანი გაგების დამკვიდრებაზე;
- სექტორში ოპერირებადი ორგანიზაციების შესახებ ზუსტი სტატისტიკური მონაცემების მოკრებასა და მათ დამუშავებაზე, განვითარების ტენდენციების რიცხობრივ აღწერასა და ანალიზზე;
- სოციალური მეწარმეობის შესახებ კვლევების ჩატარების შემთხვევაში მეთოდოლოგიის მორგებასა და ზუსტი მონაცემების მიღებაზე.

პერსპექტივებზე საუბრისას არ შეიძლება არ აღინიშნოს, რომ სოციალურ საწარმოთა ალიანსის, როგორც ქოლგა ორგანიზაციის როლი მნიშვნელოვნად იზრდება ყოველწლიურად, კონცეფციის განვითარების თვალსაზრისით კი ეს პროცესი სექტორის პერსპექტივებს სახავს.

„წევრების აქტიური ინტერესი ძალიან ნათლად ჩანს, რადგან ამ 3-მა წელმა წევრებს მისცა იმის გააზრების შესაძლებლობა, რომ ალიანსი მათ ბევრჯერ დაეხმარა, მისცა მათ სხვადასხვა აქტივობებში ჩართვის შესაძლებლობა, მათ გაძლიერებას შეუწყო ხელი იმ რესურსებით, რაც ამ 3 წლის მანძილე ჰქონდა. თუმცა ამ ეტაპზე, ორგანიზაცია სხვა ეტაპზე არის გადასული და მისი შემდგომი განვითარება არის დამოკიდებული თვითონ წევრების აქტიურ ჩართულობაზე“⁵⁹ - აღნიშნავს სოციალურ საწარმოთა ალიანსის აღმასრულებელი დირექტორი, სალომე ხუციშვილი.

ასევე, უნდა აღინიშნოს, რომ სფეროს პერსპექტიულობისთვის მიზანშეწონილია სოციალურ საწარმოთა შორის ჰორიზონტალური კავშირ-ურთიერთობების დამყარება და გაღრმავება.

⁵⁹ ექსპერტული ინტერვიუ #3, დანართი #3, 1-8, გვ.75

დასკვნა და რეკომენდაციები

სოციალური მეწარმეობა არის სოციალური ეკონომიკის ერთ-ერთი ინოვაციური მიმართულება, რომლის მთავარი მიზანია ხარჯთეფექტიანი ეკონომიკური მიდგომებით სოციალური პრობლემების გადაჭრა. ამ ფაქტორის გათვალისწინებით, სოციალური მეწარმეობის განვითარება ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პროგრამულ მიმართულებას უნდა წარმოადგენდეს სახელმწიფოსთვის. კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ აღმასრულებელი ხელისუფლება მცირე და საშუალო სამეწარმეო საქმიანობის ხელშეწყობის მიმართულებით არსებული პროგრამების მეშვეობით მხარს უჭერს სოციალური საწარმოების გაძლიერებას, ხოლო საკანონმდებლო ხელისუფლება, რეალურად, 2015 წლის შემდგომ აყენებს კანონპროექტის პლენარულ მოსმენაზე გატანის შესაძლებლობას.

ანალიზისა და შეფასებითი მსჯელობის საფუძველზე, ერთი მხრივ, გამოვლინდა, რომ სოციალური საწარმოებისთვის ევროპის სახელმწიფოებში (ბრიტანეთში, ესპანეთში, იტალიაში) არსებობს მორგებული სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები და საკანონმდებლო ჩარჩო-რეგულაციები, რომლებიც ორიენტირებულია ამ თემაზე მომუშავე სოციალური საწარმოებისთვის განმავითარებელი ეკოსისტემის ჩამოყალიბებაზე.

მეორე მხრივ, საქართველოს მაგალითის განხილვისას გამოიკვეთა, რომ ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევას წარმოადგენს სახელმწიფოს მხრიდან მსგავსი ტიპის მხარდაჭერის მექანიზმების სიმწირე, და ზოგადად, ამ მიმართულებით საკანონმდებლო რეგულაციების არარსებობა. აღნიშნული შეუძლებელს ხდის, რომ სრულყოფილად მოხდეს სოციალური საწარმოების იდენტიფიცირება, ერთიანი გაგების დამკვიდრება, ზუსტი სტატისტიკური მონაცემების მოკრება და მათი დამუშავება, განვითარების ტენდენციების რიცხობრივი აღწერა, ანალიზის და კვლევების ჩატარების შემთხვევაში მეთოდოლოგიის მორგება და ზუსტი მონაცემების მიღება.

„სოციალური მეწარმეობის კანონის“ შემოღების შემთხვევაში შესაძლებელი გახდება სტატისტიკური მონაცემების შეგროვება და ანალიზური მეთოდების გამოყენების საფუძველზე მოტივირებული რეკომენდაციების შემუშავება სფეროს სამომავლო განვითარებისთვის. ასევე, ამჟამად, საქართველოს კანონმდებლობა კრძალავს საგრანტო დაფინანსების გაცემას (ანუ არ მოქმედებს გრანტის არ დაბეგვრის პრინციპი) სამეწარმეო

საქმიანობაზე. გარდა ამისა, კანონმდებლობის შემოღება ხელს შეუწყობს საფინანსო ინსტიტუტების მხრიდანაც სოციალური საწარმოების იურიდიულ აღიარებას, რაც მათთვის მორგებული საკრედიტო შესაძლებლობების განვითარებას შეუწყობს ხელს.

ევროპული გამოცდილების და მეთოდოლოგიის დანერგვა სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემის გაუმჯობესებისა და განვითარებისთვის მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს და ამ მხრივ, ამ გამოცდილების გაზიარება ქართულ რეალობაში რეკომენდირებულია კონცეფციის მდგრადი მხარდაჭერის მექანიზმების შესამუშავებლად. მოკლევადიან პერიოდში, რეკომენდაციის სახით შეიძლება გაიცეს საგადასახადო სისტემებში სოციალური საწარმოების კოდის დანერგვა, რაც გაამარტივებდა ა(ა)იპ-ების ფარგლებში არსებული სოციალური საწარმოების გადასახადების იურიდიულ კლასიფიცირებას.

სოციალური საწარმოები ევროპის მასშტაბით აღიარებულია, როგორც: მოწყვლადი სოციალური ჯგუფებისთვის მორგებული სამუშაო ადგილების შემქმნელი; ეკონომიკური ზრდის წამახალისებელი; მწარმოებლურობის ამმაღლებელი და გარემოსდაცვითი მისიის მქონე ორგანიზაციები.

კვლევამ, ასევე, აჩვენა, რომ ნაშრომში განხილულ ესპანეთისა და გაერთიანებული სამეფოში მხარდაჭერის სქემების მრავალფეროვანი ლანდშაფტის არსებობამ, ქვეყნებში განავითარა სოციალური ეკონომიკა.

საერთაშორისო გლობალური შედეგების მქონე და ადგილობრივი სოციალური საწარმოების პრაქტიკული მაგალითების განხილვამ დაასაბუთა, სოციალური საწარმოების ინდივიდუალური მნიშვნელობა ინოვაციური ბიზნეს მიდგომებით სოციალური ეკონომიკის განვითარების პროცესში.

მნიშვნელოვან ფაქტორად შეიძლება ჩაითვალოს ის, რომ ევროპული სახელმწიფოების მხრიდან სოციალური საწარმოების ინსტრუქციური მხარდაჭერა ძლიერ გავლენას ახდენს ინოვაციური ბიზნესის გადაწყვეტილებებზე თავად წარმოადგენდნენ სოციალურ საწარმოებს და ქმნიდნენ სოციალურ ინოვაციას. აქედან გამომდინარე, მრავალმხრივი მხარდაჭერის მექანიზმების შექმნა/განვითარება რეკომენდირებული ფაქტორია როგორც სოციალური საწარმოების განვითარების, ისე სოციალური ინოვაციის მხარდაჭერისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა

- საზოგადოებრივი ორგანიზაციების განვითარება საქართველოში – დინამიკა და ტენდენციები, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, თბილისი (საქართველო), 2010, 1-128. ელექტრონული ვერსია - http://segeorgia.org/FILES/doc/95_CSO-Research.pdf (შემოწმდა 09.06.2019).
- საზოგადოებრივი ორგანიზაციების განვითარება საქართველოში – დინამიკა და ტენდენციები. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, 2010: 5 - http://segeorgia.org/FILES/doc/95_CSO-Research.pdf (შემოწმდა 21.06.2019).
- საკანონმდებლო წინადადება „სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ“ კანონპროექტისა და თანმდევი კანონპროექტების შესახებ, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ლევან ალაფიშვილი. თბილისი (საქართველო), 2015. ელექტრონული ვერსია: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/132460> (შემოწმდა 09.06.2019).
- საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო, სტარტაპ ეკოსისტემა, ელექტრონული ინფორმაცია ხელმისაწვდომია ბმულზე - <https://gita.gov.ge/geo/ecosystem> (შემოწმდა 12.06.2019).
- საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური - <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/67/organizatsiul-samartlebrivi-formebis-mikhedvit> (შემოწმდა 17.06.2019).
- საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, კვლევა „სოციალური მეწარმეობა - საერთაშორისო გამოცდილება 10 ქვეყნის მაგალითზე“, , თბილისი (საქართველო), 2010. 1-104. ელექტრონული ვერსია: http://segeorgia.org/FILES/doc/96_Socialurimecarmeoba_Kveknebi.pdf (შემოწმდა: 04.06.2019).
- სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (საქართველო) - <http://www.seageorgia.ge/> (შემოწმდა 16.06.2019).
- სოციალური მეწარმეობა - საერთაშორისო გამოცდილება 10 ქვეყნის მაგალითზე, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, 2010 წელი. თბილისი (საქართველო), 1-104. ელექტრონული ვერსია: http://segeorgia.org/FILES/doc/96_Socialurimecarmeoba_Kveknebi.pdf (შემოწმდა 17.06.2019).
- სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკა და გამოწვევები საქართველოში - ირაკლი მხეიძე, თბილისი (საქართველო), 2017, 1-75, ელექტრონული ვერსია: <http://bit.ly/SEchallengesinGeorgia> (შემოწმდა 21.06.2019).
- სოციალური მეწარმეობის სახელმძღვანელო, მე-3 გამოცემა, საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი, თბილისი (საქართველო), 2019, 1-164, ელექტრონული ვერსია: http://segeorgia.org/FILES/doc/447_Manual%202018%20for%20WEB.pdf (შემოწმდა 12.06.2019).

- A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169. ელექტრონული ვერსია: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en> (შემოწმდა 21.06.2019).
- Actions That Change Lives – SanPatrignano - 2010, 1-136. ელექტრონული ვერსია: https://www.sanpatrignano.com/wp-content/uploads/2013/02/bilancio_2010_en-2.pdf (შემოწმდა 21.06.2019).
- European Commission, Social Business Initiative, 2011: 1-14. ელექტრონული ვერსია: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/EN/1-2011-682-EN-F1-1.Pdf> (შემოწმდა 04.06.2019).
- European Union - http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en (შემოწმდა 21.06.2019).
- G. Bertola, P. Garibaldi, The Structure and History of Italian Unemployment, 2003, 1-36. ელექტრონული ვერსია: https://www.ifo.de/DocDL/cesifo_wp907.pdf (შემოწმდა 17.06.2019).
- Grameen Danone Foods Ltd. - http://www.danonecommunities.com/index.php/portfolio_page/grameen-damone-food-limited/ (შემოწმდა 19.06.2019).
- Harvard Business School; Social Enterprise - <https://www.hbs.edu/socialenterprise/about/Pages/history.aspx> (შემოწმდა 06.06.2019).
- J.J. McMurtry, François Brouard, Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research, Social Enterprises in Canada: An Introduction, 2015. ელექტრონული ვერსია: <https://www.iap-socent.be/sites/default/files/ANSERJ%20%2801%29%206-17.pdf> (შემოწმდა 07.06.2019).
- Janelle A. Kerlin, Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences, Atlanta (USA), 2006, 1-17, ელექტრონული ვერსია: http://inovum.si/social/public/files/social_enterprise_in_the_united_states_and_europe.pdf (შემოწმდა 07.06.2019).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Job Creation through the Social Economy and Social Entrepreneurship; 2013, 1-166, ელექტრონული ვერსია: https://www.oecd.org/cfe/leed/130228_Job%20Creation%20through%20the%20Social%20Economy%20and%20Social%20Entrepreneurship_RC_FINALBIS.pdf (შემოწმდა: 04.06.2019).
- Oxford Said Business School, Mari Marcel Thekaekara, Stan Thekaekara, Social Justice and Social Entrepreneurship – Contradictory or Complementary, 2017, 1-11. ელექტრონული ვერსია: http://eureka.sbs.ox.ac.uk/764/1/Social_Justice.pdf (შემოწმდა: 06.06.2019).
- Paul Gosling, Social Enterprise London for Co-operative Solutions, Social co-operatives in Italy, 2003, 1-26. ელექტრონული ვერსია: <http://socialeconomyaz.org/wp-content/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> (შემოწმდა 06.06.2019).

- Social Enterprise Alliance US - <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/> (შემოწმდა: 04.06.2019).
- Social Enterprise Apopo - <https://www.apopo.org/en/who-we-are> (შემოწმდა 19.06.2019).
- Social Enterprise Council of Canada - <http://secouncil.ca/index.php/about/> (შემოწმდა 07.06.2019).
- Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth – European Social Enterprise Law Association, 2015, 1-60. ელექტრონული ვერსია: https://esela.eu/wp-content/uploads/2015/11/legal_mapping_publication_051015_web.pdf (შემოწმდა 21.06.2019).
- Social Enterprise SanPatrignano - <https://www.sanpatrignano.com/> (შემოწმდა 21.06.2019).
- Social Enterprise Terracycle - https://www.terracycle.com/en-US/about-terracycle?utm_campaign=admittance&utm_medium=menu&utm_source=www.terracycle.com (შემოწმდა 19.06.2019).
- Social Enterprise UK - <https://www.socialenterprise.org.uk/the-hidden-revolution> (შემოწმდა 07.06.2019).
- Sutia Kim Alter, Counterpart International, Case Studies in Social Enterprise, Washington (USA), 2002, 1-59. ელექტრონული ვერსია: <http://www.setoolbelt.org/resources/31> (შემოწმდა 07.06.2019).
- World Economic Forum - <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/these-are-the-best-countries-to-be-a-social-entrepreneur/> (შემოწმდა 17.06.2019).

ექსპერტული ინტერვიუ #1, დანართი #1

გიორგი არსენიძე - ექსპერტი სოციალური მეწარმეობის დარგში

გიგა ჩიტიშვილი

08.06.2019

- რომელი წლის შემდგომ მუშაობთ სოციალური მეწარმეობის მიამართულებით და რა იყო თქვენი დაინტერესების ძირითადი საგანი?

მოგესალმებით,

სოციალური მეწარმეობით ვარ დაკავებული 2010 წლიდან. ეს არის პერიოდი, როდესაც საქართველოში, თანამოაზრეებთან ერთად დავაფუძნე ორგანიზაცია „ცხოვრების შანსი“, ჩვენი მიზანი იყო სოციალურად დაუცველი (უმეტესად ეს იყო მზრუნველობამოკლებული ახალგაზრდები) ახალგაზრდებისთვის მიგვეცა დამოუკიდებლად ცხოვრების შესაძლებლობა. ამ პერიოდისათვის დაწყებული იყო დეინსტიტუციონალიზაციის პროცესი, რაც გამოიხატებოდა იმაში, რომ დიდი ბავშვთა-სახლები, ინსტიტუციები უნდა დახურულიყო/გადაქცეულიყო მცირე დაწესებულებებად, იყო ძალიან კარგი მიდგომა, მაგრამ არა მხოლოდ იმ პერიოდში, დღესაც გვაქვს პრობლემა, როდესაც მზრუნველობამოკლებული ბავშვი, რომელიც ამთავრებს სკოლას, შემდგომ ის ვალდებული არის რომ დატოვოს საცხოვრისი. არის რაოდენობა მოსწავლეებისა, რომლებსაც არ აქვთ ალტერნატიული ღამის გასათევი და ჩვენი მიზანი იყო დავხმარებოდით ასეთ ახალგაზრდებს, მიგვეცა მათთვის პროფესია და მიეღოთ მათ დასაქმების გრძელვადიანი შესაძლებლობა, რაც მათთვის იქნებოდა საზოგადოებაში ინტეგრაციის ერთ-ერთი დიდი წინაპირობა.

დავიწყეთ მუშაობა ერთ-ერთ სახელმწიფო კოლეჯთან, სადაც, თავიდან, 24 ბიჭს უნდა შეესწავლა ავტო შემკეთებლის პროფესია. უნდა გაეგოთ პროფესიული კურსი კოლეჯში, და შემდგომ სხვადასხვა კომპანიებში უნდა გაგვეზავნა პრაქტიკაზე. საბოლოოდ, შედეგი იყო არადამაკმაყოფილებელი, რადგან სახელმწიფო კოლეჯებს არ ჰქონდათ იმის შესაძლებლობა, რომ მიეცათ ნამდვილად კარგი განათლება ბავშვებისათვის. ამ საპილოტე პროექტებმა მოგვცა იმის განცდა, რომ თუ ჩვენ, ჩვენზე საწარმო არ გვექნებოდა, ნამდვილად ვერ მივაღწევდით შედეგს.

სწორედ 2010 წლიდან დავიწყეთ ფიქრი ამაზე და დავაარსეთ 2 სოციალური საწარმო (რომელიც შემდგომ აღმოჩნდა რომ ყოფილა სოციალური საწარმო).

დავაარსეთ:

1. ავტოსერვისცენტრი და
2. ბარ-რესტორანი

რომელიც იყო ჩვეულებრივ ბიზნეს-პრინციპებზე დაფუძნებული. გვყავდნენ პროფესიონალი თანამშრომლები, სოციალური მისია კი გამოიხატებოდა იმაში, რომ ჩვენ, ჩვენს ახალგაზრდებს, რომლებსაც ვაწვდიდით თეორიულ განათლებას, მათ პრაქტიკა უნდა გაეველოთ ადგილზე. საბოლოო ჯამში ამან გამოიღო ძალიან კარგი შედეგი, რადგან აბსოლუტური უმრავლესობა ამ ახალგაზრდებისა მარტივად პოულობდა სამსახურს სხვადასხვა კომპანიებში, რადგან მათ ჰქონდათ გამოცდილება ერთი მხრივ თეორიული, მეორე მხრივ - პრაქტიკული გამოცდილება.

ამის შემდგომ შევიცვალე პოზიცია და ვარ ASB საქართველოს წარმომადგენელი, რომელიც სხვა ორგანიზაციებთან ერთად აქტიურად არის ჩაბმული სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროცესში. თუ მანამდე უშუალოდ ვიყავი სოციალური მეწარმე, ახლა ვარ ამ სექტორის მხარდამჭერი, ASB საქართველოს წევრი.

▪ **საერთაშორისო სასწავლო ტური ბრიტანეთში სოციალური მეწარმეობის შესახებ.**

ძალიან რთული არის, რომ მხოლოდ გრანტებით და უცხოური ფონდებით მოხდეს ამ სფეროს პოპულარიზაცია, ამ სფეროს ცნობადობის ამაღლება და გაძლიერება. აქ, აუცილებელია სხვადასხვა სექტორების ჩართულობა როგორც სახელმწიფოს მხრიდან, ასევე ბიზნეს სექტორის მხრიდან. ეს, რეალურად რომ ვთქვათ, არ არის დახმარება. თუ მაგალითად ავიღებთ სახელმწიფოს: სახელმწიფოს თუ ექნება მხარდაჭერის მექანიზმები სოციალური მეწარმეობის ხელშესაწყობად, ეს არ იქნება დახმარებისთვის გადადგმული ნაბიჯები, პირიქით, ეს არის სახელმწიფოსთვისვე მომგებიანი, თუ ის, რეალურად, სხვადასხვა მხარდაჭერის მექანიზმების მეშვეობით მოახდენს სოციალური მეწარმეობის, სოციალური მეწარმეების, სოციალური საწარმოების გაძლიერებას, რადგან სწორედ სოციალური საწარმოების მისია არის, რასაც სახელმწიფო და კერძო სექტორი ვერ აკმაყოფილებს, ის ნაპრალები შეავსოს.

რატომ ავირჩიეთ დიდი ბრიტანეთი? დიდი ბრიტანეთი არის განვითარებული როგორც ეკონომიკურად, ისე სოციალურად, თუმცა, იქ არის ატეხილი დიდი ბუმი სოციალური მეწარმეობისა. ჩვენ ჩავატარეთ სამაგიდო კვლევა და დავინახეთ რეალურად, რომ დიდი ბრიტანეთი არის ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანა, რომელიც ძალიან დიდ ყურადღებას უთმობს სოციალური მეწარმეობის განვითარებას. და სწორედ ეს არის მიზანი, რომ ჩვენ, როგორც ადგილობრივი, ისე ცენტრალური ხელისუფლების წარმომადგენლებს, და ასევე ჩვენ, სოციალური მეწარმეობის განვითარებაზე მომუშავე ორგანიზაციებს, და სოციალურ საწარმოებს შეგვეხედა ისეთი განვითარებულ ქვეყნისთვის, როგორც ინგლისია, როგორც დიდი ბრიტანეთია, და გვენახა რას აკეთებს სახელმწიფო ამ მიმართულებით და რას აკეთებს კერძო სექტორი. რეალურად, ნანახმა მოლოდინს გადააჭარბა, რადგან დავინახეთ, თუ რა შედეგები მოაქვს სოციალურ მეწარმეობას ამ ქვეყანაში, სადაც ეს ქვეყანა მაღლა დგას ეკონომიკურად (სხვა ქვეყნებთან შედარებით), და შევხედეთ სახელმწიფოს ძალიან დიდ

როლს, რომელიც ახდენს ასეულობით მილიონი ფუნტის მობილიზებას იმისათვის, რომ კონკრეტულად სოციალური მეწარმეობა განავითაროს.

საბედნიეროდ იქ არის ასევე კერძო სექტორის დაინტერესება, იგივე საფინანსო ბიზნესის დაინტერესება, სადაც ისინი სოციალური ინვესტიციების საშუალებით ახდენენ ძალიან დიდი თანხების მობილიზებას. ჩვენ ვნახეთ ძალიან ბევრი მაგალითი ისეთ მხარეებში, სადაც არ არის მაღალი ეკონომიკური განვითარება (არის ასეთი რიგი რაიონებიც), სადაც ზუსტად სოციალური მეწარმეობის დახმარებით ძალიან ბევრი სერვისი შეიქმნა სოციალური მეწარმეობის დახმარებით, და რეალურად, ისინი გახდნენ კონკურენტუნარიანი სხვადასხვა ქალაქებთან თუ სოფლებთან მიმართებით.

▪ **ბრიტანეთის შემთხვევაში რა ტიპის სოციალური საწარმოები გაიცანით?**

სამწუხაროდ, ჩვენი რეალობიდან, და არა მხოლოდ ჩვენი რეალობიდან, აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან გამომდინარე, ძალიან შეზღუდული არის სოციალური მეწარმეობის მრავალფეროვნება. ზოგიერთგან მაგალითად კანონის დონეზეც კი არის დავიწროვებული, თუ რა შეიძლება იყოს სოციალური მეწარმეობა. ამის ნათელი მაგალითი არის აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები, როგორებიც არის სლოვენია, ლიტვა, პოლონეთი. საქართველოშიც, სამწუხაროდ ცოტა არის ორგანიზაციები, რომლებიც მაგალითად გარემოსდაცვითი მიმართულებით მუშაობენ, თუმცა, ბრიტანეთი იყო ამის თვალნათელი მაგალითი, სადაც ფაქტობრივად, ყველა მიმართულებით მუშაობს სოციალური მეწარმეობა, იქნება ეს სოციალური სერვისები, იქნება ეს, ვთქვათ, განათლებაზე მიმართული სოციალური საწარმოები, დასაქმებაზე მიმართული, გარემოსდაცვით თემებზე მიმართული ორგანიზაციები. სახელმწიფო ძალიან სწორად უყურებს, რადგან რეალურად არის პრობლემები სხვადასხვა მიმართულებით და ეს (სოციალური მეწარმეობა) არის მექანიზმი, ეს არის სტრუქტურა, რომელსაც ძალიან ეფექტურად და ეფექტიანად შეუძლია ამ პრობლემების გადაჭრაში მიიღოს მონაწილეობა.

▪ **რა იურიდიული ფორმის ფარგლებში ფუნქციონირებენ სოციალური საწარმოები ბრიტანეთში?**

ბრიტანეთი არის ერთ-ერთი ის გამორჩეული მაგალითი მთელ მსოფლიოში, სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით, სადაც იურიდიული სტატუსის შემოღებამ გაამართლა. შეიძლება მოვიყვანოთ რამოდენიმე ქვეყნის მაგალითი, როდესაც სექტორის განვითარებისათვის სახელმწიფომ შემოიღო დამატებით იურიდიული ფორმა, თუმცა, რიგ შემთხვევებში ამან ვერ გაამართლა, რადგან პრაქტიკაში ყოველთვის უკეთესი არის როდესაც არსებული იურიდიული ფორმის ფარგლებში სოციალური საწარმოები მოირგებენ იურიდიულ სტატუსს და ეგრე ოპერირებენ ბაზარზე. მაგრამ, ბრიტანეთში, როგორც ვთქვი, ეს არის ერთადერთი გამონაკლისი, რომელმაც ძალიან დიდ წარმატებას ჰპოვა და რომლის შემდეგაც ფაქტობრივად ათიათასობით სოციალური საწარმო დაფუძნდა. ეს ფორმა არის ე.წ. CIC (Community Interest Company, 2006-2008 წლებში მიიღეს ეს ფორმა), რომლის ფორმაც

ზუსტად მოარგეს სოციალური საწარმოს მიზნებს. გარდა ამისა, არის უამრავი იურიდიული ფორმა ბრიტანეთში, რომლის მიხედვით მათ შეუძლიათ ოპერირება. მანამდეც, რათქმუნდა, სოციალური საწარმოები მრავლად იყო ქვეყანაში სხვადასხვა ფორმების ჩათვლით, უმეტესად ეს იყო საქველმოქმედო სტატუსის მქონე, თუმცა მათ რიგი დაბრკოლებები ექმნებოდათ, იქნებოდა ეს, ვთქვათ ეკონომიკური საქმიანობები, იქნებოდა ეს წილებსა და მოგების განაწილება თუ ა.შ. ამ შემთხვევაში სახელმწიფომ ჩამოაყალიბა ახალი იურიდიული ფორმა, რომელიც გამიზნული იყო იმისთვის, რომ სოციალური საწარმოებისთვის ყოფილიყო მაქსიმალურად კარგი სამართლებრივი გარემო შექმნილი, რათა მათ (სოციალურ საწარმოებს) შეძლებოდათ ნებისმიერ სფეროში ინტერვენცია.

▪ რეკომენდაციები

რეალურად, თუ შევხედავთ არა მხოლოდ ბრიტანეთის, პოლონეთის, სხვადასხვა ქვეყნების მაგალითზე ჩვენ დავინახეთ, რომ საქართველოში სოციალური მეწარმეობა ვითარდება ძალიან სწორად, ძალიან ჯანსაღად და შესაძლოა უფრო სწრაფად, ვიდრე სხვა ქვეყნებში. გული მწყდება, რომ არ არის ამის ბევრი მხარდამჭერი არა მხოლოდ საერთაშორისო დონორებისგან, არამედ ქვეყნის შიგნით. ბევრი ინსტიტუცია, და განსაკუთრებით სახელმწიფო ვერ აცნობიერებს, თუ რამდენად შეიძლება სოციალურმა საწარმოებმა აიღონ ის ტვირთი, რომ სახელმწიფოს გვერდით ამოუდგნენ და ერთად იბრძოლონ სხვადასხვა სოციალური პრობლემების დასაძლევად. თავშიც ვახსენე, რომ თუ სახელმწიფო იქნება სოციალური საწარმოების გვერდში, არამც და არამც არ ნიშნავს, რომ სახელმწიფო მათ ეხმარება. პირიქით, სახელმწიფოს ეხმარება სოციალური საწარმოები იმ სერვისებში შესვლას, იმ ლოკაციებში შესვლას, სადაც სახელმწიფო ვერ აკეთებს ინტერვენციას სხვადასხვა პრობლემების გამო. შესაბამისად, მიუხედავად იმისა რომ სხვადასხვა ღონისძიება გაკეთდა, რომ მოხდეს ამ სფეროს ცნობადობის ამაღლება, როგორც საერთაშორისო ტურნეების სახით, ისე ადგილობრივ სოციალურ საწარმოებში ვიზიტების სახით არა მხოლოდ ადგილობრივი, არამედ ცენტრალური ხელისუფლების წარმომადგენლებისთვის, კიდევ უფრო მეტი არის საჭირო, რომ უფრო მეტად მოხდეს ამ სფეროს პოპულარიზაცია. ასევე საზოგადოებაშიც, ეს ცნება არის ძალიან უცნობი, ცნობადობა არის გასაზრდელი, რომ რეალურად, ქვეყანამ შეხედოს იმ შესაძლებლობებს, რა სიკეთეები შეიძლება მოიტანოს სოციალურმა მეწარმეობამ. ძალიან მნიშვნელოვანია სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის ჩართულობა, რომ მოხდეს სხვადასხვა მხარდაჭერის მექანიზმების შემუშავება. ვფიქრობ, ძალიან მნიშვნელოვანია ერთიანი სტრატეგიის შემუშავება, რომ მოხდეს სოციალური მეწარმეობის ნაბიჯ-ნაბიჯ განვითარება. ჩვენი კვლევის ფარგლებში, დაახლოებით მოვიძიეთ, რომ ბოლო 8-9 წელიწადში 5 მილიონ ლარამდე დაიხარჯა უშუალოდ სოციალურ საწარმოებზე და უშუალოდ სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციაზე, ეს არ მოიცავს ორგანიზაციების ადმინისტრაციულ ხარჯვით ნაწილს (თანამშრომლების ხელფასები და ა.შ.), თორემ, შესაბამისად, გაცილებით მაღალი თანხები არის სოციალური მეწარმეობის პროგრამებზე დახარჯული. თუმცა, ვუყურებთ, რომ მთავარი, ამ შემთხვევაში, არის ევროკავშირი და

რაოდენ პარადოქსულადაც არ უნდა ჟღერდეს, მთავარი კონტრიბუტორი ამ შემთხვევაში არის საქართველოს მთავრობა/სახელმწიფო, რომელიც სხვადასხვა ფონდების მეშვეობით ისინი, ასე ვთქვათ, გაუთვითცნობიერებლად აფინანსებენ სოციალურ საწარმოებს, მაშინ, როდესაც არ არსებობს იურიდიული ბაზა, იურიდიული ცნება, თუ რა არის სოციალური საწარმოები. ეს გამომდინარეობს იქედან, რომ სხვადასხვა პროგრამებში სოციალური საწარმოები ღებულობენ მონაწილეობას და ღებულობენ თანხებს არა იმიტომ, რომ სოციალური საწარმოები არიან, არამედ იმიტომ, რომ ამ პროგრამებს სოციალური საწარმოები ირგებენ. ასე რომ, თუ იქნება მიზანმიმართული, მორგებული მხარდაჭერა სახელმწიფოს მხრიდან, ერთი ორად გაიზრდება ეფექტი, თან ძალიან ახლო მომავალში. რადგანაც დაინტერესება არის, დღითი დღე ჩვენ ვუყურებთ ახალ და ახალ სოციალურ საწარმოებს. თუ იმ პერიოდში, 2010 წელს ჩვენ დავიწყეთ პირველი ნაბიჯები და ერთი-ორი სოციალური საწარმო და ისიც, ფაქტობრივად, რთული იყო რაიმე მდგრადობაზე ფიქრი, დღეს ჩვენ ვუყურებთ ძალიან ძლიერ სოციალურ საწარმოებს, რომლებიც ექსპორტზე ფიქრობენ, რომლებსაც ექსპორტზე გააქვთ პროდუქცია და არის ორგანიზაციები, რომლებიც არიან ძალიან ახლადდაფუძნებული, და მათზე გადაცემებს ვუყურებთ ევრონიუსზე, მათ პროდუქციას ვუყურებთ საზღვარგარეთ. რაც არის იმის მანიშნებელი, რომ ეს სფერო არის ძალიან მნიშვნელოვანი და ეს სფერო ვითარდება, მაგრამ შეიძლება ძალიან დიდი მასშტაბებით განვითარდეს, თუ იქნება სხვადასხვა სექტორის ჩართულობა.

- **არის თუ არა საკანონმდებლო პროექტის დამტკიცება ერთ-ერთი სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმი და ატარებს თუ არა ეს გარკვეულ საფრთხეებს, რამაც შეიძლება სფეროს განვითარების მასშტაბები შეამციროს?**

ჩვენ, საერთაშორისო გამოცდილებიდან გამომდინარე გვინახავს ბევრი ფაქტი, როდესაც კანონის მიერ ამ სფეროს დარეგულირებას დიდი შედეგი არ გამოუღია. ჩვენ ვამბობთ, რომ მთავარი არის მხარდაჭერი მექანიზმების არსებობა სახელმწიფოს მხრიდან. იმ შემთხვევაში, თუ სახელმწიფოს კანონი აქვს თუ არ აქვს მიღებული, შეიძლება დიდად არსებითი არ იყოს, რადგან დღევანდელ პირობებში, როდესაც სოციალური მეწარმეობის შესახებ კანონი არ გვაქვს, სახელმწიფოს თავისუფლად შეუძლია სხვადასხვა პროგრამაში შეიტანოს დამატებითი კომპონენტი სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის. თუმცა, ეს ინიციატივა, რომელიც გააჟღერეთ ძალიან მნიშვნელოვანი არის, ხელს შეუწყობს სფეროს განვითარებას, მაგრამ არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ მხოლოდ ამ კანონის მიღება არანაირ გავლენას არ იქონიებს თუ არ იქნა ახალი მხარდაჭერის მექანიზმების შემუშავება, თუ არ იქნა ერთიანი სტრატეგიის შემუშავება, სადაც ჩართულობა იქნება არა მხოლოდ ერთი სამინისტროსი ან ერთი კონკრეტული მუნიციპალიტეტის, სოციალური მეწარმეობა არის დარგი, რომელსაც ნებისმიერი მიმართულებით შეუძლია ინტერვენცია, შესაბამისად, მნიშვნელოვანი იქნება სხვადასხვას სამინისტროების ჩართულობა: დღეს ვუყურებთ, მაგალითად, რომ იუსტიციის სამინისტრო იყენებს ამ კომპონენტს, ყოფილი სასჯელაღსრულების სამინისტრო იყენებდა ამ კომპონენტს, ყოფილი სპორტისა და

ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტრო იყენებდა ამ კომპონენტს ყველაზე მეტად სხვა სამინისტროებთან მიმართებით, თუმცა, ვხედავთ, რომ სხვადასხვა შეხვედრებით როგორც საპარლამენტო ჯგუფებთან, ისე ცენტრალურ ხელისფულებასთან, ისინი ვერ აღიქვამენ სოციალურ მეწარმეობას, პირობითად გარემოსდაცვით ან სოფლის მეურნეობის, ან კულტურის მიმართულებით. არის სოციალური მეწარმეობა ის უნივერსალური მიმართულება, რომელმაც შეიძლება სარგებელი მოიტანოს ყველა მიმართულებით. თემის პოპულარიზაცია არის ძალიან მნიშვნელოვანი რომ ყველა სამინისტრომ სახელმწიფოს მხრიდან, დაინახოს თემის საჭიროება და რეალურად ჩაერთოს ამ სფეროს განვითარებაში, იმ თემის განვითარებაში, რომელიც ყველაზე დიდ შედეგს მოუტანს სახელმწიფოს, და რათქმაუნდა ხალხს.

ექსპერტული ინტერვიუ #2, დანართი #2

ეკა დათუაშვილი - სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამის კოორდინატორი, საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი.

გიგა ჩიტიშვილი

06.06.2019

- სოციალური საწარმოების განვითარების ისტორია საქართველოში და ცენტრის საქმიანობა ამ მიმართულებით.

სოციალური მეწარმეობის განვითარებაზე მუშაობა საქართველოში, ასეთი მიზანმიმართლი მუშაობა, 2009 წლიდან. ჩვენი ორგანიზაცია იყო ერთ-ერთი პირველი, რომელმაც დაძრა ეს თემა საქართველოში. იმ პერიოდში ჩვენ გამოგვიჩნდნენ ძალიან კარგი პარტნიორები, ეს იყო ბრიტანეთი საბჭო, რომელიც 2009 წელს, სხვადასხვა პროგრამებთან ერთად აქტიურად მუშაობდა სოციალური მეწარმეობის განვითარებაზე სხვადასხვა ქვეყნებში, და ჰქონდათ სურვილი რომ საქართველოშიც დაეწყოთ ამ მიმართულებით მუშაობა, და ასევე, „ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი“ რომელსაც ამჟამად „ევროპის ფონდი“ ქვია.

საქმიანობა დავიწყეთ ერთობლივად, და იმ პერიოდში, იმდენად უცნობი იყო საქართველოში სოციალური მეწარმეობის თემა, საერთოდ ეს ტერმინი, რომ ქართულადაც არ იყო ნათარგმნი. ჩვენ, შევეცადეთ გვეთარგმნა და სოციალური მეწარმეობის ტერმინით ვთარგმნეთ და შემდგომში უკვე ამ ტერმინით მოვიხსენიებდით ამ კონცეფციას. მაშინ, ჩვენ ერთად მუშაობა დავიწყეთ იმით, რომ პირველ რიგში ჩვენივე ექსპერტიზა ავიმალეთ ამ სფეროში, შევისწავლეთ სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილება, გამოვეცით ათი ქვეყნის გამოცდილების გამოცემა, მოვიწვიეთ (ბრიტანეთის საბჭოს დახმარებით) ბრიტანელი ექსპერტები, მათ ჩავვითარეს ტრენინგები, კონსულტაციები (როგორ დაგვეწყოს საქმიანობა) და ნუ აი, პირველი ნაბიჯები ზუსტად ასეთი იყო.

- რა იყო ინსპირაციის წყარო რომ დაგეწყოთ სოციალურ მეწარმეობის მიმართულებით მუშაობა ქვეყანაში?

ჩვენი ორგანიზაცია დიდი ხანი, ფაქტობრივად დაფუძნების დღიდანვე მუშაობს სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების გაძლიერებაზე. სწორედ ამ თემაზე მუშაობისას გაჩნდა მოსაზრება, რომ ძალიან კარგი იქნება მდგრადი შედეგების მისაღწევად სოციალური მეწარმეობის განვითარება სექტორში. იმ პერიოდში, ჩვენ სოციალურ მეწარმეობას მოვიაზრებდით, როგორც საზოგადოებრივი ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობის ერთ-ერთ შესაძლო მექანიზმს. მინდა გითხრათ, რომ სოციალურ მეწარმეობას შეაქვს ძალიან მნიშვნელოვანი წვლილი საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მდგრადობაში, თუ სოციალურ მეწარმეობას ახორციელებს საზოგადოებრივი ორგანიზაცია. მაგრამ, შემდგომში, საკმაოდ მალე, ჩვენ მივხვდით, რომ ეს არ არის ის ერთადერთი სიკეთე, რაც სოციალურ მეწარმეობას შეუძლია მოიტანოს. უფრო მეტიც, უფრო ხშირად და უფრო მეტ შემთხვევებში, სოციალური

მიზნები, რომლებსაც ემსახურება სოციალური მეწარმეობა სრულიად განსხვავებულია და არ უკავშირდება საზოგადოებრივი ორგანიზაციების ფინანსურ მდგრადობას, გაცილებით უფრო ხშირად არის სხვა საზოგადოებრივი მიზნები. და საზოგადოებრივი ორგანიზაციების კონტექსტში, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ის კომპონენტი, რომ ფინანსურ მდგრადობაზე უფრო მეტი შედეგი სოციალურ მეწარმეობას მოაქვს მისი, ანუ საზოგადოებრივი ორგანიზაციების სოციალური შედეგების მიღწევაში. მიღწეული სოციალური შედეგები არის მდგრადი, სტაბილური, ეფექტიანი. და ამ მხრივ უფრო დიდი ეფექტი აქვს (ჩემი გადასახედიდან) სოციალურ მეწარმეობას.

- როგორ ხდება ხოლმე ცენტრის საფონდო საქმიანობისას სოციალური მეწარმეობის მსგავსი საქმიანობის გამოვლენა? რა კრიტერიუმების მიხედვით წყდება კონკრეტული ორგანიზაცია არის თუ არა სოციალური მეწარმეობის მაგვარი საქმიანობით დაინტერესებული?

დიახ, ნამდვილად, საქართველოში არ არის არანაირი საკანონმდებლო ჩარჩო და რომც არსებობდეს, სხვა ქვეყნების გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ ასეთ ერთიან ჩარჩოებში მთლიანად სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია მაინც ვერ ექცევა ხოლმე, თუმცა გაცილებით აადვილებს სექტორის მიმართულებით კვლევებს, მუშაობას და საერთოდ იდენტიფიცირებას სოციალური საწარმოების.

ჩვენ რას ვეყრდნობით. ჩვენ თავიდანვე ავირჩიეთ ასეთი გზა: ვითვალისწინებთ და ამოვდივართ (შეფასებისას მივიჩნიოთ თუ არა გარკვეული სოციალური საწარმო სოციალურ საწარმოდ) ევროპულ მიდგომიდან. ევროპის კვლევის ცენტრის მიერ (EMES) შემუშავებულია სოციალური საწარმოს კრიტერიუმები, რომლებიც სამ განზომილებიანია: სოციალური, ეკონომიკური და მმართველობითი და ჩამოყალიბებულია კრიტერიუმები, რა კრიტერიუმებს უნდა აკმაყოფილებდეს საწარმო, რომ ის მივიჩნიოთ სოციალურ საწარმოდ. და ჩვენ, ჩვენს საქმიანობაში შესაბამისად მივსდევთ ამ განმარტებას.

- საკანონმდებლო თვალსაზრისით სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით მუშაობა, როგორ დაიწყო ამ მიმართულებით მუშაობა, რა ტიპის განვითარება არსებობს და რა იგეგმება, და რატომ არის საჭიროება?

საკანონმდებლო ინიციატივაზე ფიქრი დავიწყეთ 2013 წელს. ჩვენი ორგანიზაცია 2012 წლიდან ატარებს სოციალურ საწარმოთა ფორუმებს (2012 წელს ფორუმი არ ერქვა ამ შეხვედრას, ამას ერქვა შეხვედრა, რომელიც სამ წელიწადში გახდა ისეთი მასშტაბის, რომ ფორუმი ეწოდა). ასეთ ფორუმზე, დაისვა საკითხი, რომ უკვე დგება დრო, რომ საქართველოში არსებობდეს რეგულირება სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით.

თავდაპირველად, როდესაც ამ მიმართულებით მუშაობა დავიწყეთ ჩვენ ვთვლიდით და დღესაც გვჯერა, რომ სწორად ვთვლიდით, რომ არ არის საჭირო ცალკე არსებობდეს კანონი სოციალური მეწარმეობის შესახებ, და ამას ვთვლიდით ამდაგვარად იმიტომ, რომ მაშინ საკმაოდ ცოტა იყო ასეთი პრაქტიკულად ფუნქციონირებადი სოციალური საწარმოები

საქართველოში. ძალიან ცოტა გვექონდა მაგალითი იმისა, თუ როგორ შეიძლება სოციალური საწარმო აგვარებდეს საზოგადოებრივ პრობლემებს და შესაბამისად ამ რამოდენიმე ორგანიზაციისთვის ცალკე კანონმდებლობის შექმნის განსაკუთრებული აუცილებლობა არ არსებობდა. მითუმეტეს იმ კონტექსტში, რომ საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს აქვთ ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების უფლება და შესაბამისად ეს ინიციატივები, რომლებიც გამოჩნდებოდა სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიმართულებით, ამ ქუდის ქვეშ შეიძლება განხორციელებულიყო. თუმცა, მეორე კუთხით თუ შევხედავთ, სწორედ ის ფაქტი, რომ სოციალურ მეწარმეობაზე არც ინფორმირებულობა არ იყო სახარბიელო და არც ცოდნა არ იყო ამ სფეროში საკმაოდ მაღალ დონეზე, და უმეტეს შემთხვევაში, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების ფარგლებში ჩნდებოდა ეს ინიციატივები, გამოწვევაც იყო სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის იმიტომ, რომ:

1. ა.ა.ი.პ არ არის მორგებული იურიდიული ფორმა სამეწარმეო საქმიანობისთვის;
2. ბიზნეს განვითარების უნარები ამ სექტორში საკმაოდ მწირია (აქ ხვდებიან ადამიანები, რომლებიც ძირითადად სოციალურ საკითხებზე მუშაობით არიან დაინტერესებულნი, და მათი ინტერესების შესაბამისად ირჩევენ ამ სექტორს სამუშაოდ, და შესაბამისად, მათი განათლება, გამოცდილება, უნარები და ა.შ. უფრო სხვა ტიპის საქმიანობაზე არის მორგებული ვიდრე ბიზნესის წარმოებას) და შესაბამისად, ეს დამატებით გამოწვევებსაც ბადებს;
3. ჩვენი ტიპის ორგანიზაციები რათქმაუნდა ყველაზე ინტენსიურად მუშაობენ საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან რომ სოციალური მეწარმეობა განვითარდეს და ეს გამოწვეულია იმითი, რომ სოციალურ საწარმოში, მოგეხსენებათ, წამყვანი და უპირატესი არის სოციალური მიზნების მიღწევა. და ამ სოციალური მიზნების უპირატესობის გარანტი არის აიპის ფორმა იმ გარემოში, სადაც სხვა რაიმე რეგულაცია, რომელმაც შეიძლება ეს გარანტიები მისცეს ამ სფეროში მომუშავე ორგანიზაციებს - არ არსებობს. ამიტომაც, ჩვენ ვირჩევდით ა.ა.ი.პ-ის ფორმას სოციალური მეწარმეობის ინიცირებისთვის. თუმცა, როგორც გითხარით ეს თავის მხრივ, პრობლემებს ბადებს, რადგან სამეწარმეო საქმიანობაზე არ არის დიდად მორგებული ა.ა.ი.პ-ის იურიდიული ფორმა.

შესაბამისად, ნელ-ნელა, რაც უფრო დაგროვდა პრაქტიკა, რაც უფრო მეტმა ჯგუფმა დაიწყო სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით საქმიანობა, რაც უფრო მეტი ინიციატივა განვითარდა, რაც უფრო მეტი საწარმო არის საქართველოში, უფრო და უფრო აქტუალური გახდა რომ საკანონმდებლო რეგულირება განხორციელდეს სოციალური მეწარმეობის. შესაბამისად, 2014 წლიდან უკვე დავიწყეთ (2013 წელს დასვეს სოციალურმა მეწარმეებმა საკითხი) ამ მიმართულებით მუშაობა ჩვენ და ჩვენმა პარტნიორებმა (მარტო რათქმაუნდა არ ვაკეთებდით ამას), სოციალურ მეწარმეებთან ერთად, დავიწყეთ საერთაშორისო პრაქტიკის შესწავლით და მასზე დაყრდნობით შევიმუშავეთ გარკვეული კონცეფცია/მოსაზრებები როგორ უნდა განვითარდეს საქართველოში სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო

რეგულირება. კონცეფცია განხილული იყო როგორც იმ დროს მოქმედ სოციალურ საწარმოებთან, ასევე მთავრობის წარმომადგენლებთან და ამის შემდგომ ჩამოყალიბდა საკანონმდებლო წინადადება და კანონპროექტი. შემდგომში უკვე დავიწყეთ ამ საკანონმდებლო წინადადების და კანონპროექტის ლობირების პროცესი, რომელიც დღემდე მიმდინარეობს. იმედი მაქვს, რომ 2019 წელს კანონად გადაიქცევა ეს საკანონმდებლო წინადადება.

- ახალი კანონპროექტი სოციალური მეწარმეობის შესახებ განსაკუთრებულად უსვამს თუ არა ხაზს საგადასახადო შეღავათებს სოციალური მეწარმეებისთვის?

არა, არ არის საგადასახადო შეღავათებზე საუბარი საკანონმდებლო ინიციატივაში და მიმაჩნია, რომ ასეც უნდა იყოს. სოციალური საწარმოები არის ძალიან განსხვავებული სოციალური მიზნების მქონე. ფორმითაც და საქმიანობის მიდგომებითაც ძალიან განსხვავდება ერთმანეთისგან. მსგავსი საგადასახადო შეღავათების მოთხოვნა ყველა სოციალური საწარმოსთვის შესაძლოა არც იყოს სწორი, მაგალითად, ზოგიერთი საწარმო შეიძლება იყოს სოციალური სერვისის მიმწოდებელი და მას სხვა სახის ხელშეწყობა ესაჭიროება სახელმწიფოს მხრიდან. შეიძლება ზოგიერთი საწარმო იყოს სხვადასხვა, შედარებით ნაკლებადკონკურენტული პირების დასაქმების ხელშესაწყობად შექმნილი და მას სხვა ტიპის ხელშეწყობა სჭირდება სახელმწიფოს მხრიდან, და ყველაფერი რომ ერთ, ასე ვთქვათ, საკანონმდებლო შეღავათებში მოექცეს არ მიმაჩნია რომ იყოს სწორი.

ამ საკანონმდებლო ინიციატივაში რაც არის ჩადებული არის ის, რომ განიმარტება რა არის სოციალური მეწარმეობა, რა არის სოციალური საწარმო და ასევე, სტატუსის მოპოვების გზა გვაქვს არჩეული (ცალკე იურიდიული ფორმა არ შემოაქვს ამ საკანონმდებლო ინიციატივას) სტატუსის მოპოვების გზით შეეძლება როგორც სამეწარმეო იურიდიულ პირებს, ისე არასამეწარმეოს, განახორციელონ სოციალური მეწარმეობა. გარდა ამისა, კიდევ ერთი საკითხია რაც დარეგულირებას საჭიროებს - სამეწარმეო საქმიანობაზე გრანტის გაცემა, დღეს, ჩვენი კანონმდებლობით არ შეიძლება, თუმცა არის საკმაოდ ბევრი გამონაკლისი ამ საერთო წესიდან, მაგალითად: სასოფლო კოოპერატივები, სასწავლო დაწესებულებები და ა.შ. და ჩვენი მოსაზრება იყო რომ ეს ერთი კონკრეტული საკითხი შეიძლება იყოს სოციალური საწარმოს კანონის თემა, რომ აი ასეთ სტარტაპებზე, რომლებიც საზოგადოებისთვის სასიკეთო მიზნების მისაღწევად იწყება, გრანტის გაცემა იყოს შესაძლებელი. ეს არის კანონპროექტის ნაწილი.

ვრჩები ისევ იმ აზრზე, რომ ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ კანონმდებლობა განმარტავდეს სოციალურ მეწარმეობას, და ეს არის ზუსტად მთავარი აზრი ჩვენი საკანონმდებლო ინიციატივის და ამიტომაც არის ინიცირებული. ძალიან რთულია, რომ ქვეყანაში განვითარდეს სოციალური მეწარმეობის ხელშემწყობი სხვადასხვა ინსტრუმენტები და პროგრამები იმ კონტექსტში და გარემოში, სადაც ერთიანი აღქმა არ არსებობს თუ რა არის სოციალური საწარმო. მაგალითად გვინდა რომ გაიზარდოს ხელმისაწვდომობა ფინანსებზე:

დღეს გვაქვს უკვე ეს მდგომარეობა, რომ ზოგიერთ სოციალურ საწარმოს ესაჭიროება გაფართოვება, გაფართოებისთვის ესაჭიროება ბიზნეს სესხები, გვაქვს ესეთი სიტუაცია რომ საბრუნავი საშუალებებისთვის ესაჭიროებათ ბიზნეს სესხები და ა.შ. და გვაქვს სიტუაცია, როდესაც უმეტესი სოციალური საწარმოები არიან ა.ა.ი.პ-ის ფორმით - ეს ქმნის გარკვეულ დაბრკოლებებს თუნდაც ბიზნეს კრედიტების აღებაში, თუნდაც საქართველოში მიმდინარე ბიზნეს განვითარების პროგრამებში ჩართულობისთვის (როდესაც ეს არის ა.ა.ი.პ-ების ფორმით) და ა.შ. ძალიან რთულია, როდესაც არ არსებობს განმარტება სოციალური მეწარმეობის და არ არის დარეგულირებული საკანონმდებლო დონეზე ერთის მხრივ ისარგებლონ არსებული პროგრამებით და მეორეს მხრივ განვითარდეს ახალი ინიციატივები სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის.

ექსპერტული ინტერვიუ #3, დანართი #3

სალომე ხუციშვილი - აღმასრულებელი დირექტორი, სოციალურ საწარმოთა ალიანსი.

გიგა ჩიტიშვილი

04.06.2019

- **სოციალური მეწარმეობის განვითარება საქართველოში**

მოგესალმებით, მადლობა ინტერვიუსთვის, საინტერესო სამაგისტრო ნაშრომია, მინდა გისურვოთ წარმატება.

რაც შეეხება როგორ დაიწყო სოციალური მეწარმეობის განვითარება, ეს იყო 2009 წელს, როდესაც საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი ევროპის ფონდთან და ბრიტანეთის საბჭოსთან ერთად გაერთიანდა. პირველი დაინტერესება გამოიწვია სწორედ იმან, რომ სოციალური საწარმოები ძალიან წარმატებით განვითარდნენ ევროპის და ამერიკის სხვადასხვა ქვეყნებში და თავისი, ესე ვთქვათ, მცირე საგრანტო დაფინანსებით თუ საკუთარი სახსრებით დაწყებული საწარმოებით ახდენდნენ და ახდენენ ახლაც უდიდეს სოციალურ ცვლილებებს. შესაბამისად ამან საქართველოშიც გამოიწვია ინტერესი და პირველი ნაბიჯი რაც იყო, საჭირო იყო გარკვეული ცოდნის დაგროვება სოციალური საწარმოების შესახებ, როგორ ვითარდებოდნენ, რა სტრუქტურა ჰქონდათ, რა იურიდიული ფორმა ჰქონდათ. შემდგომ უკვე როგორ ახორციელებდნენ საწარმოების მენეჯმენტს. ამიტომ, პირველი ეტაპი იყო სასწავლო ვიზიტები როგორც სხვადასხვა ქვეყნებში, ასევე აქ, უკვე ადგილობრივად სხვადასხვა ექსპერტების ჩამოყვანა, რომელიც უკვე ბრიტანეთი საბჭომ უზრუნველყო 2009 წელს. ამის შემდეგ, როცა უკვე მოხდა თემით დაინტერესებული პირების მიერ გარკვეული ცოდნის და გამოცდილების დაგროვება, ამ სამი ორგანიზაციიდან, რომელიც ვახსენე, დაიწყო უკვე საწარმოების დაფინანსებაც. რამდენიმე მიმართულებას ვახსენებ უფრო სწორად:

პირველი, ეს იყო საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისთვის გადაეცათ დაგროვებული ცოდნა, ამისთვის, დაიწყო ტრენინგებისა და სემინარების ჩატარება, მათ შორის სოციალური საწარმოებისა და სოციალური საწარმოების მენეჯმენტის შესახებ;

ასევე, საჭირო იყო ეს ორგანიზაციები გაგვეძლიერებინა ბიზნესის მართვის მიმართულებითაც, ამიტომ ტრენინგის კურსი მოიცავდა ბიზნესის და სხვადასხვა კალკულაციების ნაწილებს. თავდაპირველად ამით დაიწყო ყველაფერი, შემდგომ, უკვე როდესაც მიეწოდათ ცოდნა საზოგადოებრივი ორგანიზაციების ნაწილს, დაიწყო საგრანტო კონკურსების გამოცხადება იმისთვის, რომ უკვე შექმნილიყო სოციალური საწარმოები. 2010 წლიდან საქართველოში დაიწყო მცირე ტიპის საწარმოების დაფინანსება. ძირითადი ინიციატორები იყვნენ სწორედ იმ საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები, რომლებიც ესწრებოდნენ ტრენინგებს და მათი მოტივატორი ამ ტრენინგებში მონაწილეობის და ასევე საგრანტო კონკურსებში მონაწილეობის და საპროექტო განაცხადების წარმოდგენის

იყო ის, რომ ის სამიზნე ჯგუფები თუ თემები, მოეგვარებინათ უფრო ეფექტურად, ცოტა უფრო მდგრადი მიდგომებით და არ ყოფილიყვნენ საგრანტო დაფინანსებაზე დამოკიდებული იმიტომ, რომ სოციალური საწარმო სოციალურ სარგებელს ქმნის ძალიან ბევრ მომენტში. ეს არის დასაწყისი მომენტი: თვითონ ადამიანური რესურსების დასაქმებიდან, შეიძლება ეს იყოს კონკრეტულად ორგანიზაციის იმ სამიზნე ჯგუფის დასაქმება და მათი ეკონომიკური გაძლიერება, ასევე პროდუქციის და მომსახურების წარმოების და შექმნის პროცესში გამოიყენება სხვა სოციალური საწარმოების თუ სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფების მიერ შექმნილი პროდუქცია და საბოლოო შედეგიც ასევე არის ის, რომ სოციალური საწარმოები დამატებით (ეს უფრო არის ძლიერი სოციალური საწარმოების სარგებელი) კიდევ სხვადასხვა სოციალურ პროექტებსაც ახორციელებენ გარდა იმ ძირითადი სოციალური სარგებლისა, რასაც ისინი ქმნიან. ეს იყო პირველი ნაბიჯები, დაიწყო საწარმოების განვითარება, ამის შემდეგ უკვე მოხდა ის, რომ დაიწყო სხვადასხვა ღონისძიებების ორგანიზება. ღონისძიებები საჭირო იყო იმისთვის, რომ თვითონ იმ სოციალურ საწარმოებს, რომლებიც მოქმედებდნენ გაეცნოთ ერთმანეთი და დაემყარებინათ კავშირები ერთმანეთთან და ასევე სხვადასხვა სექტორის წარმომადგენლებთან. ამიტომ 2012 წელს გაიმართა „სოციალური მეწარმეობის ფორუმი“, რომელსაც 35 წარმომადგენელი ესწრებოდა. ეს არ იყო ყველა სოციალური საწარმოს წარმომადგენელი - აქ იყვნენ ორგანიზაციების წარმომადგენლები, რომლებიც ამ თემით იყვნენ დაინტერესებულები და რათქმაუნდა ამ ფორუმის ორგანიზებას ახდენდა „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ და ის ორგანიზაციები, რომლებმაც თავდაპირველად დაიწყეს თემაზე მუშაობა.

პირველი შეხვედრაზე თვითონ სოციალურმა საწარმოებმა მცირე დოზით გაიცნეს ერთმანეთი: რა პროდუქციას აწარმოებდნენ, რა სოციალურ სარგებელს ქმნიდნენ და ამის შემდეგ, ეს გახდა უკვე იმის მოტივატორი, რომ თვითონვე, იმ შეხვედრისას (ფორუმი ვერ ვუწოდეთ თავიდან) უკვე 2013 წლისთვის დაიგეგმა შემდეგი ფორუმი, და 2012 წლის შემდგომ უწყვეტად მიმდინარეობს სოციალური მეწარმეობის ფორუმი. ყოველწლიურად, წლის ბოლოს იმართება და საბოლოო შედეგის სახით მინდა ვთქვა, რომ 2018 წელს უკვე 80 წარმომადგენელი ესწრებოდა ამ ფორუმს, ხოლო წინა წელს 120 წარმომადგენელამდე გვყავდა მოწვეული, შესაბამისად რაოდენობა ძალიან გაზრდილია, გამრავალფეროვნებულია უკვე ღონისძიების შინაარსი. 2017 წელს ღონისძიება უკვე 2 დღიანიც კი იყო, იმიტომ რომ პირველი დღე დაეთმო ალიანსის წევრთა საერთო კრებას და სემინარს იმ ახალგაზრდული ორგანიზაციებისთვის, რომლებიც დაინტერესებულნი იყვნენ სოციალური მეწარმეობის თემით.

- **ალიანსის როლი სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროცესში**

ალიანსის იდეა გაჩნდა სწორედ ფორუმების ფარგლებში 2015 წელს, როდესაც სოციალური მეწარმეები სხვადასხვა მცირე სამუშაო ჯგუფებში იყვნენ გადანაწილებულები. ყველა ჯგუფის იდეა, იყო რომ შექმნილიყო ორგანიზაცია, რომელიც გააერთიანებდა სოციალურ

საწარმოებს და უშუალოდ მათ ინტერესებს წარმოადგენდა, მათ გაძლიერებაზე, განვითარებაზე იქნებოდა ორიენტირებული. ჩვენ, როგორც „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ , რომელიც პიონერი არის ამ მიმართულებით და აორგანიზებს ყოველწლიურად ფორუმს, ფორუმის დროს განხილულ საკითხებს და ინიციატივებს ძალიან დიდი ყურადღებით ვეპყრობოდით და ამიტომ გადავწყვიტეთ, რომ რადგან ეს იყო თვითონ სოციალური საწარმოების და სოციალური მეწარმეების იდეა, რომ შექმნილიყო ასეთი ორგანიზაცია (მანამდე თვითონ სამუშაო ჯგუფშიც გვექონდა ამის იდეა), უკვე 2016 წელს, ევროკავშირის დაფინანსებით მიმდინარე პროექტის „სოციალური მეწარმეობა - ინოვაციური მიდგომა ეკონომიკური და სოციალური ცვლილებებისთვის“ ფარგლებში შესაძლებელი გახდა რომ ჩვენ შეგვექმნა „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“. ალიანსი დააფუძნა 6-მა სოციალურმა საწარმომ და მეშვიდე დამფუძნებელი არის „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ და უკვე პრეზენტაცია თვითონ დაფუძნების შესახებ და ალიანსის შესახებ მოვახდინეთ 2016 წელს, ერთი წლის თავზე, მას შემდეგ, რაც თავად სოციალურმა მეწარმეებმა 2015 წლის ფორუმის დროს წამოჭრეს ალიანსის შექმნის იდეა.

რაც შეეხება როგორ უნდა განვითარებულიყო შემდგომ ალიანსი, ამის ხედვა, გარკვეულწილად თავიდანვე გვექონდა, რომ ალიანსი რადგან იყო ახლდაშექმნილი ორგანიზაცია, მას სჭირდებოდა გარკვეულწილად როგორც თანამშრომლები, ასევე მას სჭირდებოდა გამოცდილების დაგროვება იმისთვის, რომ შემდგომში უკვე აქტიურად გაეგრძელებინა საქმიანობა. ამიტომ, ევროკავშირის იმავე პროექტის ფარგლებში, რომელიც ვახსენე, შესაძლებლობა გვექონდა რომ გარკვეული რესურსები ჩაგვედო ალიანსის განვითარებაში. რაც შეეხება თვითონ თანამშრომლებს და ადამიანურ რესურსს, მოხალისეობრივად, „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის“ თანამშრომლები ახდენდნენ ალიანსის ორგანიზაციულ მართვას, ასევე სოციალური მედიის მართვას, რომელიც გადაეცა ალიანსს „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის“ სოციალური მეწარმეობის ფეისბუქ გვერდი და მას უკვე ჰყავდა 5000 გამომწერამდე და მოპოვებული ჰქონდა რეპუტაცია. ზუსტად ამას ვგულისხმობ, რომ დამფუძნებელმა ორგანიზაციებმა ალიანსს მისცეს Start Up საშუალება, რომ მას ჰქონოდა რესურსები, რომ როგორც რეპუტაციურად, ასევე ადამიანური თუ ფინანსური რესურსების თვალსაზრისით ბაზისი შექმნოდა. ზუსტად აი ეს ბაზისი გახდა იმის საფუძველი, რომ დღეს ალიანსს აქვს მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ფუნქციონირებს ალიანსის ვებ-გვერდი, ასევე ალიანსის მფლობელობაში არის ავტომობილები, რომელიც ტექნიკური კუთხით ძალიან მნიშვნელოვანი არის ასეთი ტიპის რესურსები, რადგან ახლდადდაფუძნებულ ორგანიზაციებს როგორც წესი, არ აქვთ იმის ფუფუნება, რომ იყიდონ ავტომობილები და შემდგომი პროექტების დროს, როცა ალიანსი დამოუკიდებლად გააგრძელებს საქმიანობას, მისთვის ძალიან დიდი ხელშეწყობა იქნება ასეთი ტიპის ტექნიკური რესურსების ფლობაც. და ამ ეტაპზე უკვე ძალიან მნიშვნელოვანი მომენტი არის ის რომ ალიანსი თვითონ წევრობაზე არის დაფუძნებული და წევრები იხდიან საწევრო გადასახადებს, ეს არის ერთი

ნაწილი შემოსავლის, და ეს ნაწილი ალიანსს საშუალებას აძლევს რომ გარკვეულწილად დაფაროს ხარჯები, რომლებიც სხვადასხვა ტიპის აქტივობებს უკავშირდება. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რომ სტარტაპ ეტაპზე ალიანსის ერთი შტატის თანამშრომელი დავიქირავებთ, რომელიც უშუალოდ არის ორგანიზაციის განვითარებაში ჩართული და სხვადასხვა აქტივობებში ჩართული და მისი ანაზღაურება იფარება საწევრო გადასახადებიდან. შემდგომი განვითარებისთვის ვგეგმავთ და უკვე წარდგენილიც არის სხვადასხვა პროექტები, და უკვე დაფინანსების შემთხვევაში შეიძლება კიდევ უფრო მეტი თანამშრომლის დაქირავება, გვჭირდება სივრცე, სადაც ალიანსის ოფისი იქნება.

თვითონ ალიანსის საქმიანობას რაც შეეხება ამ წლების მანძილზე, ეს იყო სხვადასხვა თანაორგანიზატორობა: სოციალური მეწარმეობის ფორუმი, B2B გამოფენა, რომელიც „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის“ ლიდერობით ხდებოდა ეს ყველაფერი, თუმცა, ალიანსიც ჩართული იყო ამ პროცესებში ძალიან აქტიურად და საშუალება მოგვეცა გარკვეულწილად, რომ კავშირები დაგვემყარებინა სხვა ქვეყნების ალიანსებთანაც, ეს იყო ლატვიის ალიანსთან (ამ ეტაპზე წარდგენილი გვაქვს საპროექტო განაცხადი), ეს იყო ესტონეთის, ბრიტანეთისა და დანიის გაერთიანებები. ბრიტანეთის და დანიის ალიანსებთან დაკავშირება მოხდა 2018 წელს, რადგან ეს ორი ალიანსი არის ძალიან საინტერესო კამპანიის ორგანიზატორი, ეს არის „სოციალური მეწარმეობის საერთაშორისო დღე“, რომელშიც 20 დან 30 მდე ქვეყანა ყოველწლიურად ჩართული არის ხოლმე და დაახლოებით ნოემბრის პერიოდში (თარიღი მცოცავია, შარშან იყო 15, წელს 21 ნოემბერს გაიმართება ეს დღე) და ეს დღე არის უშუალოდ ძალიან დატვირთული სხვადასხვა ტიპის ღონისძიებებით: სხვადასხვა ქვეყანა, სხვადასხვა ღონისძიებებით და მეთოდებით აღნიშნავს ამ დღეს. ხდება საერთაშორისო „ჰემთეგის“ გამოყენება. არის მომზადებული სპეციალური პოსტერები, რომელიც სოციალურ ქსელში განთავსების ვალდებულება უჩნდება სხვადასხვა ქვეყნების წარმომადგენლებს და შემდგომ, ზუსტად ამ „ჰემთეგების“ მეშვეობით საერთო ინფორმაცია იტვირთება საიტებზე. ასეთი ტიპის პარტნიორობები ძალიან მნიშვნელოვანი არის შემდგომი განვითარებისთვის, რადგან ეს აღარ არის ადგილობრივი მასშტაბები, ეს არის საერთაშორისო მასშტაბები.

ალიანსი თავის წევრ სოციალურ საწარმოებს რამდენიმე მიმართულებით ეხმარება:

ერთი ეს არის გაყიდვების ხელშეწყობა: ეს არ არის მხოლოდ კონკრეტული ღონისძიებების ორგანიზება, წინასწარ ხდება სოციალურ საწარმოებთან კომუნიკაცია მათთვის საკონსულტაციო მომსახურების გაწევა და შემდგომ უკვე იგეგმება სხვადასხვა ტიპის გამოფენა-გაყიდვები თუ ღონისძიებები სადაც შერჩეულ წევრებს შეუძლიათ წარმოადგინონ პროდუქცია, მაგრამ ეს პროდუქცია არ არის მათი მთელი სპექტრიდან, ხდება კონკრეტული პროდუქტების შერჩევა, რომელიც შეესაბამება ღონისძიების თემატიკას. საკონსულტაციო მომსახურების აზრიც სწორედ ეს არის რომ დავეხმაროთ სოციალური საწარმოების წარმომადგენლებს, რომ თითოეული გამოფენა გულისხმობს მოსამზადებელ პერიოდებს და ისინი მუდმივად მზად უნდა იყვნენ სხვადასხვა ტიპის როგორც ინდივიდუალურ, ისე

ბიზნესის თუ სხვადასხვა სექტორის წარმომადგენლებთან კონკრეტული შეთავაზებებით, რომ მივიდნენ და განავითარონ თავისი თავი. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემა საქართველოში არის სწორედ ის, რომ ისინი საკუთარი შესაძლებლობებით ვერ ახდენენ აქტიურად გაყიდვების პროცესის წინ წაწევას და შესაბამისად ჩვენც აქტიურად ვმუშაობთ, ვთანამშრომლობთ სხვადასხვა ბიზნესის წარმომადგენლებთან, ასევე მერიის თუ ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებთან რომ დავეხმაროთ სოციალურ საწარმოებს ეკონომიკური შემოსავლების გაზრდაში.

მეორე მნიშვნელოვანი ეს არის ის, რომ ხელს ვუწყობთ პოპულარიზაციას ალიანსის ვებ გვერდის მეშვეობით, რომელიც უკვე ახლა იწყებს ფუნქციონირებას. თითოეულ წევრს ექნება საკუთარი სივრცე, სადაც ისინი შეძლებენ სხვადასხვა ინფორმაციების, კატალოგების, ფოტომასალის, და სხვადასხვა ინფორმაციის განთავსებას საკუთარი საქმიანობის შესახებ და ფაქტობრივად ამ ერთ პლატფორმაში ჩაინტეგრირებული არის 30 წევრის ქვე-პლატფორმები, რაც მათ საშუალებას მისცემს რომ საკუთარი საქმიანობები გააცნონ საზოგადოებას. და რათქმაუნდა ისინი თავადაც ფლობენ ვებ-გვერდებს, თუმცა მნიშვნელოვანი არის ის, რომ როდესაც სხვადასხვა ქვეყნებიდან ხდება ინფორმაციების მოძიება, ისინი სამიეზო ველში ეძებენ სოციალურ საწარმოთა ალიანსს ან ასეთ გამაერთიანებელ ორგანიზაციას, როდესაც გადმოვლენ ინფორმაციის მოძიების შემდგომ ჩვენს ვებგვერდზე, მათ უკვე შესაძლებლობა აქვთ სრულყოფილი ინფორმაცია მიიღონ საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოებზე და ინტერესის შემთხვევაში დაიწყონ მათთან პარტნიორობა. შუამავლის ფუნქციაც, ასე ვთქვათ, ყველა მიმართულებით ძალიან კარგად გვაქვს აღებული და ვეხმარებით ხოლმე თვითონ საწარმოების წარმომადგენლებს სხვადასხვა დონეზე, როგორც ადგილობრივ ისე საერთაშორისო, დაამყარონ კავშირები.

კიდევ ერთი, ძალიან მნიშვნელოვანი არის ის, რომ ალიანსი ხელს უწყობს თვითონ ამ წევრების საკონსულტაციო და საგანმანათლებლო პროცესებში ჩართვას სხვადასხვა სასწავლო ვიზიტების დროს წევრების ჩართვას ამ ვიზიტებისას, რომ მათ მიიღონ კიდევ უფრო მეტი საერთაშორისო გამოცდილება. ასევე, წევრებს ეს ეხმარება ერთმანეთთან კომუნიკაციაში, ერთმანეთის გაცნობაში. და ზუსტად ასეთი საერთო კრებები ემსახურება ახალი წევრების წარდგენას, და ძველების კომუნიკაციას და ალიანსი ამ პროცესებში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს.

ასევე ალიანსი აქტიურად არის ჩართული ლობირების კამპანიაში, კანონპროექტი, რომელიც მომზადებული არის და რამდენიმე წელია მიმდინარეობს ამ თემის განხილვები სხვადასხვა კომიტეტებთან, სამინისტროებთან და წარდგენილიც არის ინიციატივა, ალიანსი თავისი წევრების სახელით ყოველთვის აფიქსირებს თავის პოზიციებს.

ზუსტი სტატისტიკის დათვლა ძალიან რთული არის, თუმცა იმ რაოდენობიდან გამომდინარე, იმ მოწვეული ადამიანებიდან გამომდინარე, რომლებიც ჩვენს ღონისძიებებს ესწრებიან ხოლმე, 80 დან 100 სოციალურ საწარმომდე არსებობს ქვეყანაში, თუმცა ამ ეტაპზე

შესაძლოა ეს რიცხვი უკვე გაზრდილიც კი არის, რადგანაც ფინანსდება ახალი სოციალური საწარმოები, მაგრამ რაოდენობა მაინც მცირე არის ჯერ-ჯერობით. ამას არ მივიჩნევთ ცუდ ფაქტად, რადგან 2009 წლიდან ფაქტობრივად ნულიდან დაიწყო მუშაობა და დღეს-დღეისობით არსებობს სოციალური საწარმოები, რომლებიც ცვლიან საზოგადოების ცხოვრებას თავისი ინოვაციური მიდგომებით, მცირე დანახარჯებით და არიან მდგრადები.

- **სოციალური საწარმოები, როგორც ინოვაციური პროდუქტების და სერვისების მწარმოებელი სოციალური საწარმოები განსხვავება სოციალურ საწარმოსა და ჩვეულებრივ ბიზნეს ოპერატორს, Start Up-ს შორის;**

ეს არის ერთ-ერთი ყველაზე ხშირად დასმული კითხვა. სოციალური საწარმოები ფუნქციონირებენ ბიზნეს პრინციპებით, თუმცა ამ შემთხვევაში განსხვავებული არის მისია/მიზანი, რატომაც დაიწყო სოციალურმა საწარმომ ფუნქციონირება. ეს უმეტეს შემთხვევაში არის სხვადასხვა სოციალური პრობლემის მოგვარება და ეს პრობლემებიც არის ძალიან მრავალფეროვანი. ეს პრობლემა უნდა საჭიროებდეს მდგრად მოგვარებას და არ უნდა იყოს ერთჯერადი ხასიათის. ასევე განსხვავება არის ის, რომ სოციალური მეწარმეები არ არიან ორიენტირებულნი საკუთარი კეთილდღეობის ამაღლებაზე (პირადი ინტერესები რომ დაიკმაყოფილონ, ან პირადი შემოსავლები გაზარდონ), ეს არის თემის ინტერესი, კონკრეტული სამიზნე ჯგუფების ინტერესი, და განსხვავება არის ასევე იმ მიმართულებით, რომ სოციალური საწარმოები დემოკრატიული მმართველობის პრინციპით (გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ჩართულნი არიან ყველა ბენეფიციარები სამიზნე ჯგუფის წარმომადგენლები), ერთი ადამიანი უდრის ერთ ხმას და სოციალური საწარმოდან მიღებული მოგება ხმარდება ისევ ხმარდება უკვე მთლიანად საწარმოს განვითარებას, სამიზნე ჯგუფების თუ იმ კონკრეტული თემის განვითარებას, რომელსაც ემსახურება საწარმო.

- **ძირითადი მოტივატორები, რაც იწვევს კონკრეტული იურიდიული ფორმის არჩევას;**

რადგან არსებული სიტუაციიდან გამომდინარე ძირითადად საზოგადოებრივი ორგანიზაციები ინტერესდებიან სოციალური საწარმოების დაფუძნებით (საქართველოში საზოგადოებრივი ორგანიზაციების იურიდიული ფორმა არის ააიპ) და კანონმდებლობა ააიპს აძლევს შესაძლებლობას რომ საკუთარი საქმიანობის ფარგლებში აწარმოოს დამხმარე ეკონომიკური საქმიანობა, ამიტომ ეს ხდება ხოლმე ერთ-ერთი ფაქტორი რომ აიპები თავისივე იურიდიული ფორმით იწყებენ დამხმარე ეკონომიკურ საქმიანობას. ამ შემთხვევაში კიდევ მეორე მნიშვნელოვანი ფაქტორი არის ის, რომ თუ ა(ა)იპ აპირებს რომ საქმიანობა იყოს არა მხოლოდ ბიზნეს საქმიანობა, არამედ სხვადასხვა ტრენინგების, სემინარების და ასე საგანმანათლებლო კუთხით მუშაობა იყოს ძირითადი მოტივატორი, ამ შემთხვევაში უფრო უპრიანია აიპის ფორმით საქმიანობა, რადგან შემდგომ უკვე სოციალური საწარმოები საქმიანობის სხვადასხვა ეტაპზე იყენებენ ხოლმე საგრანტო დაფინანსებებს და საგრანტო დაფინანსებების გაცემა ხდება აიპის ფორმით მოქმედ სუბიექტებზე. რაც შეეხება შპს-ს

ფორმას, არის ეს ფორმაც გამოყენებული სოციალური საწარმოების შემთხვევაში და რატომ: როდესაც უკვე ა(ა)იპ თავისი საქმიანობით აღწევს იმ მასშტაბებს, ფინანსური კუთხით, რომ საჭირო არის სოციალური აქტივობების და სამეწარმეო საქმიანობის ერთმანეთისგან გამიჯვნა, და ხდება ის, რომ აიპი აფუძნებს შპს-ს, რომლის 100 პროცენტიანი წილის მფლობელიც არის ა(ა)იპ. შესაბამისად, საქმიანობები უბრალოდ (ფინანსური კუთხით) ერთმანეთს ცალკევდება და მთლიანად შპს-ს მიერ მიღებული მოგება წლის ბოლოს ა(ა)იპ-ის სარგებლობაში გადადის და ის საკუთარი მიზნებისთვის და საკუთარი სოციალური პროექტების დასაფინანსებლად იყენებს საკუთარ მოგებას.

▪ **სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით**

ცალკეული მაგალითები რათქმაუნდა არსებობს, თუმცა ერთიანი სახელმწიფო სტრატეგია იმ პირობებიდან გამომდინარე, რომ არ გვაქვს კანონი და მხოლოდ კანონპროექტის დონეზე ვართ - ასეთი სტრატეგია არსებობს. ცალკეული ნათელი მაგალითები შემიძლია გავიხსენო, მაგ: ალიანსის პირველი საგრანტო პროექტი, რომელიც დაფინანსდა ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდის მიერ, რომელიც იყო „სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა სამინისტროს“ სსიპ და ეს ფონდი გასცემდა გრანტებს სხვადასხვა მიმართულებით და შემდგომ უკვე როდესაც მათ სოციალური მეწარმეობის შესახებ მიიღეს ინფორმაცია, პრიორიტეტი გახდა სოციალური საწარმოების დაფინანსება და ბევრი სოციალური საწარმო სწორედ მათი ფონდის დაფინანსებით გაძლიერდა ან დაფუძნდა. ალიანსის პირველი პროექტიც, მოვამზადეთ საპროექტო განაცხადი და წარვადგინეთ ფონდში, ეს გამოცდილება წარმატებული აღმოჩნდა და რამოდენიმე თვის მანძილზე ჩვენ საშუალება მოგვეცა მოგვეარა საქართველოს 5 ქალაქი, დაგვესაქმებინა 25 ახალგაზრდა და საქართველოს 5 ქალაქში გაგვეყიდა დაახლოებით 9000 ლარის 20 სოციალური საწარმოს პროდუქცია, რომელიც ფერადი გაფორმებული ავტობუსით გაემგზავრა 5 ქალაქში და შესაბამისი ფინანსური შედეგები დადო. ადგილობრივი ახალგაზრდების დატრენინგებაც: როგორ ესაუბრათ, როგორ მიეწოდებინათ სწორედ ინფორმაცია მყიდველისთვის, მომზადდა კატალოგები, 25 ახალგაზრდა კიდევ უფრო გაიზარდა და კიდევ უფრო მეტი ინფორმაცია მიიღეს, ასევე ძალიან ბევრმა ადამიანმა მიიღო ინფორმაცია. ამ პროექტს ჰქონდა როგორც ფინანსური თვალსაზრისით სოციალური საწარმოების პროდუქციის გაყიდვის დატვირთვა, ასევე ინფორმაციის გავრცელების თვალსაზრისით სოციალური მეწარმეობის შესახებ. „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ იყო დონორი, თანხების შევსების დასაფინანსებლად.

მეორე წარმატებული ღონისძიება იყო წინასაშობაო საახალწლო გამოფენა, რომლის დაფინანსების საშუალებაც მოგვეცა უკვე თბილისის მერიისგან. აქ ჩართული იყო 9 სოციალური საწარმო და 2 ტრადიციული რეწვის ოსტატი, 2 კვირის მანძილზე, რომელიც ყველაზე აქტიური არის საქართველოში გაყიდვების თვალსაზრისით, თბილისი მოლის სავაჭრო ცენტრში, ცენტრალურ ადგილას წარმოაჩინეს საკუთარი პროდუქცია და 30 000-მდე

ლარის შემოსავლის მიღება შეძლეს სოციალურმა საწარმოებმა. რაც შეეხება თვითონ მერიის ჩართულობას, მერიამ უზრუნველყო ფართის რენტის დაფარვა.

ეს იყო საინტერესო თანამშრომლობა ბიზნესის, მერიის და სოციალური საწარმოების.

დავამატებდი იმას, რომ სოციალურ საწარმოთა ალიანსის განვითარება სხვა ეტაპზე არის გადასული. უკვე 30-მდე წევრს ითვლის, და წევრების აქტიური ინტერესი ძალიან ნათლად ჩანს, რადგან ამ 3-მა წელმა წევრებს მისცა იმის გააზრების შესაძლებლობა, რომ ალიანსი მათ ბევრჯერ დაეხმარა, მისცა მათ სხვადასხვა აქტივობებში ჩართვის შესაძლებლობა, მათ გაძლიერებას შეუწყო ხელი იმ რესურსებით, რაც ამ 3 წლის მანძილე ჰქონდა. თუმცა ამ ეტაპზე, ორგანიზაცია სხვა ეტაპზე არის გადასული და მისი შემდგომი განვითარება არის დამოკიდებული თვითონ წევრების აქტიურ ჩართულობაზე. რამდენიმე დღის წინ მოვამზადეთ გეგმები და შემდგომი სამუშაო პროცესი წინ წაწევის, როგორც ორგანიზაციულად, ისე თემის პოპულარიზაციისთვის მოხდება ერთობლივი ძალისხმევით.

ექსპერტული ინტერვიუ #4, დანართი #4

მარინა ბენდელიანი - სოციალური საწარმო მწვანე საჩუქარი - დამფუძნებელი

გიგა ჩიტიშვილი

05.06.2019

▪ როგორ დაიწყო მწვანე-საჩუქრის ისტორია?

თავდაპირველად „მწვანე საჩუქარი“ არსებობდა ინიციატივა, როგორც საქველმოქმედო ინიციატივა, ის მოიაზრებდა წმინდად საქველმოქმედო იდეებს. დაახლოებით იარსება 1.5 წელი ასეთი ფორმით. თავდაპირველად ვაგროვებით მაკულატურად ჩვენი სამუშაო საათების შემდეგ, სამუშაო საათების შემდეგ ამ ყველაფერს ვცვლიდით წიგნებში და მოგროვებულ წიგნებს ვჩუქნიდით სხვადასხვა სკოლებს/ბიბლიოთეკებს, რომლებიც იყო ცარიელი, ძირითადად რეგიონებში, 2015-2016 წლის პირველ ნახევარში.

მერე, უკვე ისე მოხდა, რომ ადამიანები, რომლებიც გვეხმარებოდნენ ამ ინიციატივის განხორციელებაში, მათგან წამოვიდა ინიციატივა და უკუკავშირი ისეთი, რომ მივხვდით, რომ საჭიროება იყო ამ საქველმოქმედო ინიციატივის და ასე ვთქვათ „მწვანე ჰობის“ გადატანა უკვე ორგანიზაციულ ფორმატში. სწორედ მაშინ შევიტყვეთ რამოდენიმე გრანტის შესახებ, ერთ-ერთი იყო სოც მეწარმეობის შესახებ და სოციალური საწარმოების გაძლიერებისთვის, მეორე იყო „აწარმოე (საქართველოს)“ ფარგლებში, იქ უფრო შპს-ს განხრით ვფიქრობდით, სიმართლე რომ გითხრათ, წასვლას და იქ სულ სხვანაირად და სხვანაირი ფორმატით და სხვა მიმართულებით წავიდოდით ის გრანტი რომ მოგვეპოვებინა, მაგრამ სოციალურმა მიზნებმა სძლია, თან ძალიან ახლოს იყო, და თან ფორმულამ, საქველმოქმედო ინიციატივის დროს, კარგად დაგვანახა, რომ ადამიანები რომ ხედავდნენ ამ თავის შეგროვებულ მაკულატურას ხილული შედეგი ჰქონდა, ხილული სოციალური შედეგი ჰქონდა (არამართო ის, რომ გარემოზე ზრუნავდნენ, არამედ ის, რომ ხილული საჩუქარი მიგვქონდა რეგიონში მცხოვრები ბავშვისთვის), ეს დამატებითი სტიმულაცია იყო, რომ შემდგომ ეზრუნათ უკვე გარემოს დაცვაზე. ეს რომ დავინახეთ, რომ დამატებითი სოციალური სარგებელი დამატებით ასტიმულირებს ადამიანს და ისეთ რაღაცას აკეთებინებს, რაც ჩვენს საზოგადოებაში ჯერ არ არის, ასე ვთქვათ, ყოველდღიურ ცხოვრებაში მიღებული, მაშინ ვიფიქრეთ, რომ სოციალური საწარმო იქნებოდა იდეალური ფორმა და ფორმულა ჩვენი იდეის განსახორციელებლად.

▪ რომელ წელს დაიწყეთ უშუალოდ საქმიანობა?

2017-ში იანვრის ბოლოს დავაფუძნეთ ორგანიზაცია, მალევე მივიღეთ საგრანტო კონკურსში მონაწილეობა, გავიარეთ რამდენიმე ეტაპზე და 3-4 თვის თავზე დაფუძნდა უშუალო საწარმო.

▪ საწარმოს ერთიანი, ძირითადი მიზანი

გარემოს დაცვა, ნარჩენების მართვის სექტორის გაძლიერება, ლობირება ამ მიმართულებით. ამ სფეროების ირგვლივ ვბრუნავთ, დამატებით გვინდა რომ ჩვენს საქმიანობას ახალგაზრდების, და იმ ჯგუფების, ვისაც უჭირს სამუშაოს შოვნა, მათი პროფესიული განვითარება და ჩვენივე სტამბაში მათი დასაქმება დაემატოს.

▪ სოციალური შედეგები

ამ ეტაპზე სოციალური შედეგებისთვის ვითვლით შეგროვებული მაკულატურის რაოდენობას და იმას, თუ რამდენი ადამიანი დავასაქმეთ.

შეგროვებულ მაკულატურას თან ახლავს ის რიცხვები, ამ შეგროვებული მაკულატურის გადამუშავებით რამდენი ხე, და მასთან ისეთი მნიშვნელოვანი რესურსები დაიზოგა, როგორებიც არის წყალი, ნავთობი, რამდენი რესურსი დაიზოგა ნაგავსაყრელზე (ანუ რამდენად ნაკლები მაკულატურა განთავსდა ნაგავსაყრელზე, ესეც ერთ-ერთი საზომი ერთეულია, როდესაც მაკულატურის გადამუშავების დადებით და პოზიტიურ მხარეებზე საუბრობენ).

მალე ორი წლის გავხდებით, შეგროვება მართალია დავიწყეთ 2017 წლის შემოდგომაზე, თუ შევაჯერებთ, 20 ტონაზე მეტი გვაქვს შეგროვებული და გადამუშავებული.

▪ იურიდიული ფორმა

ა(ა)იპ-იზე არის მიზნული ჩვენი სოციალური საწარმო, თუმცა ასევე გვაქვს შპს, რომელიც ჯერ არ ფუნქციონირებს და უფრო სხვადასხვა საგრანტო კონკურსებისთვის გამოიყენება. შპს-ს 70%-იანი წილის მფლობელი ა(ა)იპ-ია, 30%-ს ფლობენ დამფუძნებლები.

▪ ა(ა)იპ-ის საკანონმდებლო რეგულაციებიდან რა ტიპის გამოწვევას წააწყდით სოციალური საწარმოს მსგავსი საქმიანობის განხორციელებისას?

სანამ იურიდიულ კაზუსამდე და დაბრკოლებამდე მივალთ, არის ის, რომ დამაბნეველად ჟღერს სოციალური საწარმო (მეტ-ნაკლებად დღითიდღე ინფორმირებულობაც იცვლება და ხალხმაც იცის, მაგრამ დასაწყისში ეს არავინ არ იცოდა, ჩვენ თვითონაც ძალიან ისე გავიგეთ, და ინფორმირებულობის შემდეგ ვცდილობთ ხელი შევუწყოთ ამ ფორმულის პოპულარიზაციას სხვადასხვა სტარტაპ შეხვედრებზე თუ წარმატების გაზიარებების დროს) რეალურად, აღიქმება სულ სხვანაირად, სიტყვები დამაბნეველად ჟღერს და საჭიროებს ინფორმირებულობას.

რაც შეეხება იურიდიულ ნაწილს, სულ საფიქრალი გაქვს, რომ არ ასცდეს შენს მთავარ მიზანს. და იმ შემთხვევაში, თუ ის, რაც კანონით გაქვს ნება-დართული ემსახურება შენს მისიას, გვაქვს სამეწარმეო საქმიანობა და ვცდილობთ ამ მისიას არ გადავცდეთ. მიუხედავად იმისა, რომ შეიძლება დავგეგმოთ ისეთი მომსახურება და სერვისი, რაც დამატებით შემოსავალს მოუტანს საწარმოს, მაინც სულ ვამოწმებთ და ვცდილობთ, რომ არ ავცდეთ კანონს. კიდევ ის მომენტი არის, რომ შეიძლება რაღაცას მოერგოს, „რაც კანონში არ არის, ასე ვთქვათ, ის

აკრძალულიც არ არის“, ასეთი გამოთქმაც არსებობს, ნუ მაგრამ მაინც არის რაღაც რისკი, რომ უცოდინრობის და გამოუცდელობის გამო გააკეთო რაღაც ისე, რაც შემდგომ შეიძლება დაჯარიმების საფუძველიც კი გახდეს.

ამავდროულად, არის მაგალითად კოდები, რომლებიც საქმიანობებს ენიჭებათ (მაგ: როცა ორგანიზაცია აწარმოებს კულტურულ, ან საგანმანათლებლო აქტივობებს, მათ სპეციალური კოდი აქვთ), ასეთი კოდი არ არის ცალსახად, სოციალური საწარმოსთვის მინიჭებული, კარგი იქნებოდა, რომ თუ კანონით არ არის განსაზღვრული, კოდი მაინც იყოს მინიჭებული (სოციალური საწარმოებისთვის), რაც გაამარტივებდა ახსნას ა(ა)იპ-ის ბუღალტერიის შემოწმების შემთხვევაში ამ მხარეს.

დამატებით ემატება ის, რომ თუ სოციალური საწარმო ვართ, ნარჩენების სფერო მოუწესრიგებელი არის და ეს დამატებით სირთულეს გვმატებს, რადგან ისიც ახლა ლაგდება, გარკვეულ რეფორმას გადის. იყო რაღაცები, რასაც გვავალდებულებდა კანონი, ახლა მოიხსნა ლობირების შედეგად, რადგან ჩვენმა სექტორმა იაქტიურა.

- ხართ თუ არა კანონპროექტების მომზადების პროცესში ჩართული, რომლებიც უკავშირდება გარემოსდაცვით საკითხებს?

არსებობს „ნარჩენების მართვის საზოგადოება“, რომელიც ერთ-ერთი პირველია იმ 7-ეულიდან, რომელიც თავდაპირველად დარეგისტრირდა. დღითიდღე ასოციაცია უფრო ქმედითი ხდება, დიდი კომპანიებიც დარეგისტრირდნენ, დაინტერესდნენ, იმიტომ რომ რეფორმიდან გამომდინარე, საჭიროა, რომ არსებობდეს ასეთი ასოციაცია, რომელიც ამარტივებს ურთიერთობას ადგილობრივ თვითმმართველობასთან, მთავრობასთან და კერძო სექტორს, არასამთავრობო სექტორს შორის. ეს ქმედითი ინსტრუმენტი გახდება ნელ-ნელა. შესაბამისად, ამ ასოციაციის დახმარებით მოვაგვარეთ ასეთი პრობლემა მაგ: მე თქვენგან მიმაქვს მაკულატურა, და თქვენ უნდა ამიტვირთოთ მე ზედნადები (ამას მჩუქნით თუ მომყიდით, მაგალითად, არ აქვს მნიშვნელობა), რაც დამეთანხმებით, ართულებს პროცესებს. შეგროვებაც კი, ხანდახან, გვეზარება და ეს დამატებითი ორგანიზაციული მოთხოვნაა. ბუღალტრის დამატებითი შეწუხება, რომ აგვიტვირთოს ზედნადები 20კგ მაკულატურაზე, დამატებით სირთულეებს გვიქმნიდა. ასევე, სხვა კომპანიებისთვის, რომლებიც „ქუჩიდან“ აგროვებენ ნარჩენებს, მათთვის ხომ საერთოდ წარმოუდგენელია, რადგან იმ ნარჩენის წარმოშობის ადგილი ბუნდოვანია. ამიტომ, ამ მრავალი არგუმენტის შემდეგ, 2-3 კვირის წინ მოხდა ამის ცვლილება და გაგვაგებინეს ეს სასიხარულო ამბავი. შესაბამისად, შეიძლება ითქვას, რომ ჩვენ ამაში ნამდვილად მივიღეთ მონაწილეობა.

კერძო სექტორის იდეა იყო ასეთი, რომ ბიუროკრატიული პროცესები შემსუბუქდეს, ასევე საგადასახდო კუთხით შეთავაზება ჰქონდათ, მათ, რომ მოხდეს წახალისება გადამუშავებაზე, მწვანე პროდუქციის და მწვანე ეკონომიკის წარმომადგენლებისთვის. მაგალითად, პლასტმასას გადამუშავებელი ქარხანა ქვეყანაში გვაქვს, მაგრამ იმიტომ, რომ ამ პროდუქტზე მოთხოვნა არ არის, ექსპორტზე გააქვთ ის გრანულები, და იყიდება

საზღვარგარეთ. არადა შეიძლება, რომ აქვე, ადგილობრივად აწარმოოს მეორადი პლასტმასა. ქალაქი უფრო მეტად მოთხოვნადია და აქვე იწარმოება, თუმცა პლასტმასა და ალუმინი ექსპორტზე გადის.

ასევე არის ერთი საწარმო, რომელიც ბიოლოგიურ ნარჩენს აგროვებს და მისგან საკმაოდ კარგი ბიო საწვავი გამოდის, მაგრამ, იქედან გამომდინარე, რომ მოთხოვნა არ არის, ისიც გადის ექსპორტზე. მიუხედავად იმისა, რომ რთულია მისი გატანა, თქვენ წარმოიდგინეთ, იმდენად მოთხოვნადია, რომ გადის ყველაფერი აქედან.

ასევე, ქალაქის, ნარჩენების სექტორისგან არის შემოთავაზება, რომ თუ ბაზარს კონკურენციას ვერ უწევს, კომპანიები უფრო მეტს უხდიან ადგილობრივებს და ძალიან ბევრი (ადარებენ კიდევაც) ქალაქის ნარჩენი გადის თურქეთში, იქ ხდება მისი გადამუშავება და რეალურად, უკან გვიბრუნდება ხოლმე მეორადი ქალაქის სახით, როცა შეიძლება რომ წახალისება და მხარდაჭერა მოხდეს ადგილობრივი ქარხნების (4 ძლიერი ქარხანა არის).

- იყო თუ არა რაიმე განსხვავება ა(ა)იპ-სა და შპს-ს შორის ფინანსური თვალსაზრისით რაიმე იურიდიული განსხვავება თუ პირწმინდად ეს იყო დაკავშირებული თქვენს ინტერესზე, რომ უფრო მეტად ყოფილიყავით სოციალურ მისიაზე ორიენტირებული?

პირადად ვიტყვი, ინდივიდუალურად, ჩემს პასუხს, რადგან ჩვენს ჯგუფში დამფუძნებლები 4-ნი ვართ და ჩემი პოზიცია არის პირწმინდად სოციალური ფორმულის გამო. 10 წელზე მეტია არასამთავრობო სექტორში ვმუშაობ და მისაღები იყო ა(ა)იპ ფორმა, იმიტომ, რომ არასდროს არ მქონია ბიზნესთან შეხება და სამეწარმეო საქმიანობასთან, შესაბამისად, ჩემთვის ეს უფრო მომხიბვლელი იყო და გრანტის მოპოვება უფრო მარტივად მეჩვენა, ვიდრე ინვესტორის მოძიება.

მეორე მომენტი იყო, რომ ძალიან მინდოდა ნარჩენების მართვის, ასე ვთქვათ, სექტორთან შეხება მქონოდა და ნათლად მივხვდით პირველი წელიდაწ-ნახევრის და ორი წლის მანძილზე, რომ ეს ფორმულა სავსებით მისაღები იყო ჩვენთვის. არ დაგიმაღავთ, და გვქონდა მცდელობა აწარმოე საქართველოსთან ასი ათას ლარიან გრანტზე, რომელიც მოიაზრებდა იმავე საქმიანობას, პრინციპში იქ არ იყო უფრო მეტზე საუბარი, თუმცა იქ უფრო მეტი ბიზნეს კომპონენტები იყო ჩართული. არ დაგიმაღავთ, და იქაც იყო საუბარი, რომ ეს იქნებოდა სოციალური საწარმოს ტიპის, იქაც იყო იგივე გაჟღერებული, მაგრამ ექნებოდა სოციალური საწარმო, იქაც არ გვქონდა დავიწყებული ჩვენი სოციალური მიზნები, იმიტომ რომ თვალნათლივ გვქონდა უკვე 2016 წლის მეორე ნაწილში, გააზრებული, რომ ამ სოციალური დანამატის გარეშე მოტივაცია, რომ ადამიანებს მოეწოდებინათ ქალაქის ნარჩენები - ნაკლები იქნებოდა. ახლაც, კომპანიებთან როცა მივდივართ შეხვედრაზე, ისინი უხდიან სხვა მომწოდებლებს ფულს, ანუ ეკონომიკური სტიმულებით ცდილობენ „აიძულონ“ საზოგადოება რომ შეაგროვონ ნარჩენი (მათ თავიანთი ინტერესები აქვთ, ორივე მხარეს), მაგრამ შეგროვება მაინც დაბალია. და წუწუნებენ, რომ წელიწადში 40%-ით არიან

დატვირთულები. არადა თუ ისინი მიმართავენ სოციალურ პასუხისმგებლობას, და გარემოს დაცვით თემაზეც თუ მეტი ინფორმირებულობა ექნება საზოგადოებას, ეკონომიკურ სტიმულებთან ერთად, დარწმუნებული ვარ 70%-თაც შეიძლება ამ აქტივობის გაზრდა და არა ისე, როგორც ახლა არიან ნაკლებად დატვირთულები.

- **სექტორში, სოციალური მეწარმეობის სექტორში, გაქვთ თუ არა წარმოდგენილი რაიმე კონკრეტული რეკომენდაცია, რომელსაც შესთავაზებდით საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს, რომლებიც ამ მიმართულებით მუშაობენ.**

როგორც ვახსენე პოპულარიზაციაზე, ყველგან ვცდილობთ, რომ პოპულარიზაცია გავუწიოთ როგორც სოციალურ მეწარმეობას, და ფორმულაზეც ხშირად ვსაუბრობთ ხოლმე, რომ უნიკალურია, და შემდეგ აუცილებლად ვამბობ ხოლმე, რომ სოციალური საწარმოები უნდა გამრავლდნენ, და კარგი იქნება თუ გამრავლდებიან მწვანე მიმართულებითაც. იმიტომ, რომ სექტორში ამის სიმცირეა და პირველები ვიყავით, როგორც სოციალური საწარმო, რომელიც გამოკვეთილად მწვანე თემაზე მუშაობს, და ნარჩენების მიმართულებით არცერთი არ იყო. ამ მიმართულებით, სახელმწიფოსთვის და განსაკუთრებით ადგილობრივი მთავრობისთვის იქნებოდა განსაკუთრებული შესაძლებლობა და ინსტრუმენტი, თუ საზოგადოება და სხვა საზოგადოებრივი ორგანიზაციები დაარსებენ სოციალურ საწარმოებს და იფიქრებენ ამ მიმართულებით. იმიტომ რომ ეს არის ძალიან კარგი საქმე, საშვილიშვილო საქმე, მე ვიტყვოდი, და რაც მთავარია - ძალიან მომგებიანი. და თუ ეს კარგად აეწყობა, და თანამშრომლობა ადგილობრივი მთავრობასთან თუ აეწყობა, ეს იქნება ძალიან კარგი.

რაც შეეხება ზოგადად სოციალურ მეწარმეობაზე რეკომენდაციებს - ალბათ თანამშრომლობა უფრო მეტად, იმიტომ, რომ სხვადასხვა სოციალურ საწარმოებს ხშირად აქვთ ერთმანეთის შემავსებელი პროდუქტები, და კარგი იქნება უფრო მეტი თანამშრომლობის იდეები არსებულებს შორის. დამატებით ვფიქრობ, რომ არიან სოციალური საწარმოები, რომლებიც უფრო გამოცდილი სოციალური საწარმოები არიან და კარგი იქნება თუ გამოცდილების გავრცელებას შეუწყობენ ხელს, იმიტომ რომ მართლაც ძალიან უნიკალური ფორმულაა და ამის შესახებ ჩვენ რომ არ გაგვეგო, ალბათ ასეთი ტიპით, ის რაც არის მწვანე საჩუქარი - არ იქნებოდა. რატომაუნდა გვაქვს პრობლემები, გამოწვევები, თუმცა ვფიქრობთ, რომ ცნობადი ბრენდი არის მწვანე საჩუქარი, როგორც სოციალური საწარმო (ეს გაიგივებულია ერთმანეთთან) და რა წარმატებასაც მიაღწია „მწვანე საჩუქარმა“, 50% იმის დამსახურებაა, რომ ეს არის სოციალური საწარმო და არა შპს.

ექსპერტული ინტერვიუ #5, დანართი #5

სალომე წიქვაძე - დამფუძნებელი, სოციალური საწარმო „ჩუ“.

გიგა ჩიტიშვილი

06.06.2019

- როგორ დაიბადა იდეა სოციალური საწარმოს დაფუძნების შესახებ?

სოციალური საწარმოს შექმნის იდეა გაჩნდა დაახლოებით 3 წლის წინ. ფუნქციონირება დაიწყო გასული წლის დეკემბერში. შევქმენით სამაგიდო თამაში ჩუ, რომელიც მიზნად ისახავს ჟესტური ენის პოპულარიზაციას და სმენის არ მქონე პირების საზოგადოებაში ინტეგრაციის ხელშეწყობას.

- როგორ დაიწყო იდეაზე მუშაობა?

საკმაოდ დიდი ხანი ვფიქრობდი იმ არსებულ პრობლემებზე და გამოწვევებზე, რაც დგას სმენის არ მქონე ადამიანების ყოველდღიურობაში. გამომდინარე იქედან, რომ ჩემი ბავშვობის მეგობარი არის სმენის არ მქონე და მუდმივად მიწევდა იმის დანახვა, როგორ ურთიერთობდა საზოგადოება მასთან, როგორ უჭირდათ მასთან კომუნიკაცია, ასევე თვითონაც, რამდენად მზად იყო და ასე ვთქვათ, რამდენად შეეძლო კომუნიკაციაში შესვლა თუნდაც სრულიად უცხო ადამიანთან და ვხედავდი საკმაოდ მნიშვნელოვან პრობლემებს. ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა იყოს ის, რომ მან არ იცოდა ჟესტური ენა, გამომდინარე იქედან რომ მის მშობლებს არ სურდათ ეს, და მასაც ჩამოუყალიბდა ასეთი შეხედულება, რომ ეს არის ცუდი, პირიქით, ეს ხელს უშლის განვითარებას და ბევრი არასწორი შეხედულება. ჩვენ შორის ფაქტობრივად ტაბუდადებული იყო ეს თემა და რომ მეხსენებინა ეს თემა, რომ ჟესტური ენა კარგია სმენის არ მქონე ადამიანებისთვის, საკომუნიკაციოდ, ის იწვევდა ცუდ უკუკავშირს, მიუხედავად იმისა, რომ მუდმივად აწყდებოდა პრობლემებს ამ ენის არ ცოდნის გამო.

მაგალითად, რამდენიმე დღის წინ მომწერა, რომ იყო თეორიული გამოცდის კურსზე, მართვის მოწმობის, და გამომდინარე იქედან, რომ ძალიან სწრაფად ლაპარაკობდა ტრენერი, მას საერთოდ არ ესმოდა, ანუ მისი ერთ-ერთი შესაძლებლობა რომ სხვისი ლაპარაკი გაიგოს, არის პირის ჟესტიკულაცია, პირის მოძრაობის ამოკითხვა. ძალიან რომ არ გავაგრძელო, ამ პრობლემების დანახვის შემდგომ მუდმივად მქონდა ის გრძნობა, რომ ყველამ რომ გავეცნოთ ასე თუ ისე, თუნდაც ელემენტარულ დონეზე, ჟესტურ ენას, გაცილებით უფრო მარტივი იქნება შემდგომ ამ ადამიანებისთვის საზოგადოებაში ინტეგრაციის პროცესი და სოციალიზაციის პროცესი. და სულ მინდოდა ხოლმე, რომ სკოლაში საგნად მქონოდა მაგალითად ჟესტური ენა, და დედაჩემს ვეუბნებოდი ხოლმე, პატარა რომ ვიყავი, სამინისტროში რომ წერილი გავაგზავნოთთქო, რამდენად ჩასვამენთქო სკოლაში საგნად. ესეთ რაღაცები მქონდა ხოლმე ბავშვობაში. შემდგომ უკვე, როდესაც გავეცანი სოციალურ მეწარმეობას, ეს მოხდა 2015 წელს, როდესაც ვიყავი მონაწილე კონკურსის „სტუდენტები

სოციალური მეწარმეობის მხარდასაჭერად“, იქამდე არანაირი შეხება არ მქონია სოციალურ მეწარმეობასთან, და ზოგადად თუ რას ნიშნავდა ეს ტერმინი საერთოდ არ ვიცოდი, და ამ კონკურსში მისვლის შემდეგ ძალიან კარგად და სრულყოფილად გავიგე ამისი, ანუ სოციალური მეწარმეობის არსი და უკვე დავინახე შესაძლებლობა, რომ სოციალური მეწარმეობით შეიძლება ის პრობლემები გადაჭრა და ანუ ის გამოწვევები, რაც არის გარშემო, გადალახო რაც აქამდე, თუნდაც, შეუძლებელი გეგონა. აქამდე შეუძლებელი იყო რომ სამინისტროსთან მქონოდა კომუნიკაცია, ახლა უკვე, ამ ყველაფრის გათვალისწინებით, გაცილებით უფრო მარტივად ხდება ხოლმე ის სხვადასხვა სასურველი პროცესები, რაც მინდოდა ხოლმე რომ აქამდე ყოფილიყო. ეს, როგორც ასეთი, სოციალური მეწარმეობა გულისხმობს, რომ ამ სოციალური მიზნისთვის თავადვე შექმნა ის საჭირო ფინანსური ბაზა, ანუ ის ყველაფერი, რაც არის საჭირო სოციალური მიზნის მისაღწევად, ყველაფერი თავადვე შექმნას სოციალურმა საწარმომ და აქედან გამომდინარე, ვთვლი რომ ეს არის ერთ-ერთი ყველაზე კარგი შესაძლებლობა სოციალური პრობლემების გადაჭრისთვის, და სწორედ ამიტომაც, შევქმენი ისეთი პროდუქტი, რომელიც საზოგადოებისთვის არათუ სოციალური პრობლემის კუთხით იქნებოდა საინტერესო, არამედ თვითონ პროდუქტის სახით. თავიდან გვექონდა ის დამოკიდებულება, რომ მოდი საზოგადოებას მოვუწოდოთ რომ ვისწავლოთ და გადავჭრათ სხვა ადამიანების პრობლემა. შემდეგ უკვე, როცა სოციალურ მეწარმეობას გავცვან, შეიცვალა ეს დამოკიდებულება და ჩამოყალიბდა ისეთი მიდგომა, რომ საზოგადოებას მოუწოდო ის, რაც საზოგადოებისთვის არის საინტერესო. და მას უბრალოდ მოუწოდო, რომ მოდი ვითამაშოთ! და ეს ყველაფერი პრობლემა და რაც არის უარყოფითი, უკან დავმალე და შევქმენი ისეთი პროდუქტი, რომელიც თავადვე ემსახურება ამ პრობლემის გადაჭრას ზედმეტი ლაპარაკის და ზედმეტი მესიჯების გარეშე.

▪ **რა სახის პროდუქციას ქმნის სოციალური საწარმო/**

პროდუქტი არის სამაგიდო თამაში, რომელიც დამყარებულია იმ ძველი თამაშების პრინციპებზე, რომლებსაც ბავშვობაში ვითამაშობდით და საერთოდ არ ჰქონია შეხება ჟესტურ ენასთან, მაგრამ ეს ორი, ერთმანეთისგან თითქოს ძალიან შორს მდგომი რაღაც დავაკავშირეთ და შევქმენით ახალი თამაში, რომელიც გასწავლის მარტივი და სახალისო გზით რამდენიმე სიტყვას ჟესტურ ენაზე და ამავდროულად გიმარტივებს კომუნიკაციას სმენის არ მქონე ადამიანებთან.

▪ **რომელ წელს დაარსეთ სოციალური საწარმო და რა იურიდიული ფორმით?**

სოციალური საწარმო დავაარსეთ 2018 წელს, დეკემბერში და იურიდიული ფორმა ავირჩიეთ ა.ა.ი.პ.

▪ **რა იყო მთავარი მოტივატორი იურიდიული ფორმის შერჩევასა?**

სიმართლე გითხრათ, ძალიან დიდი ხანი ვიფიქრე რა იურიდიული ფორმა აგვერჩია და რომელი იქნებოდა უმჯობესი სოციალური საწარმოსთვის, ასევე, გარშემო არსებული ნაცნობი სოციალური საწარმოებიც გამოვიკვლიე. ვეკითხებოდი ყველას, ვის როგორი ფორმა

აქვს და როგორ ჯობია. ამ კუთხით არც ისეთი დიდი გამოცდილება არ მქონია და თან ერთ-ერთი კიდევ მამოტივირებელი ის იყო, რომ ა.ა.ი.პ.-ებისთვის არის უფრო მეტი შესაძლებლობა როგორც დამატებითი ფინანსების მოზიდვის კუთხით, ასევე სხვადასხვა ღონისძიებებში ჩართვის მხრივ. ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორი ესეც იყო, და სწორედ ამიტომ, არსებული სიტუაციიდან გამომდინარე, გამომდინარე იქედან, რომ საქართველოში ჯერ-ჯერობით არ გვაქვს სოციალური საწარმოსთვის ცალკე იურიდიული ფორმა, ყველაზე ახლოს და ყველაზე მოსახერხებელი აღმოჩნდა ა.ა.ი.პ.

- გიფიქრიათ/გახსენდებათ თუ არა დაარსების პერიოდში სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმების შესახებ?

კონკრეტული არ-მახსენდება. ამ ეტაპზე არ მიცდია აწარმოე საქართველოს სერვისების გამოყენება და ჯერ-ჯერობით არცერთ საგრანტო და ფონდებში არ შემიტანია, იმიტომ რომ ძალიან დიდი სურვილი მაქვს რომ საწარმო თავისთავად გახდეს ფინანსურად მდგრადი დამატებითი გრანტების და დამატებითი ფინანსური შემოსავლების გარეშე. ამ ეტაპზე ჯერ-ჯერობით თავს ვართმევთ ამ კუთხით განვითარებას, გამომდინარე იქედან რომ მე და ჩემი ძმა ვართ დამფუძნებლები და ჩვენს რესურსს მაქსიმალურად ვდებთ და ვახმართ სპეციალურად იმისთვის, რომ სოც საწარმოს ნაკლები ხარჯი ქონოდა (ვისწავლე გრაფიკული დიზაინი და ეს, ფაქტობრივად, ჩემი წვლილი და ჩემი შენატანია, რომ არ გვიწევს დამატებით გრაფიკული დიზაინერის დასაქმება და ჩემი რესურსით ამას ვართმევ თავს) მინდა რომ ასე ნელ-ნელა შევინარჩუნოთ მდგრადობა და შევქმნათ პრეცედენტი, როცა სოციალური საწარმო თავისთავად არის მდგრადი და ეს ასევე ძალიან კარგია იმ კუთხით, რომ უფრო მეტად ფიქრობ ისეთი პროდუქტის შექმნაზე, რომელიც გაყიდვადი იქნება და სოციალური და ბიზნეს მიზნის დაბალანსების კუთხით ეს უკვე ხელშემწყობა რომ დამოუკიდებლად ცდილობ შეინარჩუნო ფინანსური მდგრადობა.

- ძირითადი დაფინანსება საიდან მიიღეთ როდესაც დაიწყეთ საქმიანობა? ამ ეტაპზე რამდენად ფარავს საწარმო საქმიანობისთვის საჭირო ხარჯებს საწარმოს ეკონომიკური შემოსავლები?

საწყისი კაპიტალი, როგორც შეიძლება ვუწოდოთ, მოვიპოვეთ ერთ-ერთი სტუდენტური კონკურსიდან, Social Impact Award, რომელშიც გავიმარჯვეთ. რომლის სპონსორიც იყო საქართველოს ბანკის ფონდი „სიცოცხლის ხე“, და მივიღეთ დაფინანსება 2000 ევრო. ეს არის ჩვენი საწყისი კაპიტალი. უკვე, ნახევარი წლის განმავლობაში, გაყიდვებით და ა.შ. 1000 ევრო უკვე გამოვიმუშავეთ. გვინდა, რომ ერთი წლის შემდგომ გავიდეთ ნულოვან მოგებაზე. ასე ვთქვათ, რომ მაქსიმალური ვადა გვაქვს დაწესებული ჩვენი თავისთვის, ეს ერთი წელი, რომ გავიდეთ ნულოვან მოგებაზე.

- რა კონკრეტულ სოციალურ შედეგებს მიაღწიეთ სოციალური საწარმოს დაფუძნების შემდგომ?

ჩემთვის, ყველაზე მნიშვნელოვანი იყო, რომ ჩავსულიყავით რეგიონებში. როგორც მოგეხსენებათ, რეგიონებში ამ კუთხით გაცილებით რთული სიტუაციაა, ვიდრე დედაქალაქში, ამიტომ, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზანი გვქონდა, რომ გვემოგზაურა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში და იქაური ახალგაზრდებისთვის, ჩვენი თამაშის საშუალებით, გაგვეცნო შესტური ენა. უკვე ოთხ რეგიონში ვიყავით, ვიყავით ქუთაისში, ბათუმში, ზუგდიდში, წალკატუბოში, წალკაში, სოფელ გუმბათში. საკმაოდ მაღალი ჩართულობა გვქონდა და ჩვენთვის, ასე ვთქვათ, სოციალური მისიის შესრულების კუთხით, ეს ძალიან მნიშვნელოვანი აქტივობები იყო. გარდა ამისა, თბილისშიც მოვაწყეთ დაახლოებით ათამდე ღონისძიება, სადაც შეიკრიბნენ ახალგაზრდები, და არა მარტო ახალგაზრდები, ითამაშეს ჩვენი თამაში და გაეცნენ შესტური ენას, და ყველაზე მნიშვნელოვანი არის იმ ისტორიების მოსმენა და გაზიარება, რაც შემდგომ მოყვება ხოლმე ამ თამაშს.

მაგალითად ერთ-ერთ ისტორიას მოგიყვებით: ერთ-ერთმა სკოლის მასწავლებელმა ათამაშა ბავშვებს, თავის მოსწავლეებს ჩვენი თამაში, და შემდგომ, ამ მასწავლებელმა მოგვწერა და მოგიყვა თავისი მოსწავლის ისტორია, რომელსაც ჰყავს ბიძაშვილი, სმენის შეზღუდვის მქონე, და თავის ბიძაშვილს არ სურდა შესტური ენის სწავლა, და ამ ბავშვმა, მიუტანა ეს თამაში, ეთამაშა და დააინტერესა შესტური ენით. სწორედ ეს ერთი მაგალითიც კი, უკვე იმის მაჩვენებელი არის, რომ ეს (სოციალური საწარმო „ჩუ“) იმ მისიას და იმ მიზანს ემსახურება და აღწევს, რისთვისაც შეიქმნა.

- **ისურვებდით თუ არა სოციალური საწარმოს შესახებ კანონმდებლობის შემოღებას? და გამომარჩევდით თუ არა კონრკეტულ პრობლემას, რაც გაბრკოლებთ განვითარებაში?**

რაც შეეხება კანონს, იურიდიული ფორმის შესახებ, ვთვლი რომ ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ სოციალურ საწარმოებს ჰქონდეს ცალკე იურიდიული სტატუსის მოპოვების შესაძლებლობას და ამისთვის, ასევე მნიშვნელოვანია იყოს განმსაზღვრელი კრიტერიუმები, რის შემდეგაც საწარმო მიიღებს ან არ მიიღებს სოციალური საწარმოს სტატუსს, გამომდინარე იქედან, რომ დღეს ჩვენს ქვეყანაში ყველას შეუძლია უწოდოს საწარმოს სოციალური საწარმო, და ხანდახან ცოტა დამაბნეველი ხდება რომელი არის სოციალური საწარმო და რომელი არ არის, და ა.შ.

ხოლო საგადასახადო კუთხით, მნიშვნელოვანი არის, რომ სოციალურ საწარმოს ჰქონდეს გარკვეული შეღავათები, გამომდინარე იქედან, რომ სოციალური სარგებელი, რასაც სოციალური საწარმოები ქმნიან, საკმაოდ მნიშვნელოვანია საზოგადოებისთვის და რაღაც დონეზე, ამ სარგებლის შექმნა უნდა იყოს წახალისებულის.

დანართი #6

მოგესალმებით, პირველყოვლისა მადლობას გიხდით კვლევით დაინტერესებისა და მასში მონაწილეობის მიღებისთვის. კვლევის შედეგად მიღებული ინფორმაცია გამოიყენება ივანე ჯავახიშვილის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მაგისტრატურის სტუდენტის, გიგა ჩიტიშვილის სამაგისტრო ნაშრომში „სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციები საქართველოში და მისი გავლენა ინოვაციური ბიზნესის გადაწყვეტილებებზე“.

კვლევის ძირითადი სამიზნე აუდიტორიაა ახლადდაფუძნებული ბიზნეს ოპერატორები (ე.წ. Start Up-ები) და სოციალური საწარმოები, რომლებიც ინოვაციური მეთოდებით აწარმოებენ პროდუქციას ან/და სერვისს.

წარმოადგენთ:

- სოციალურ საწარმოს
- ახლადდაფუძნებულ ბიზნეს ოპერატორს (Start Up)

კითხვარი სოციალური საწარმოს წარმომადგენლებისთვის

კითხვა #1

სოციალური საწარმოს სახელწოდება

კითხვა #2

გთხოვთ, მიუთითოთ სოციალური საწარმოს იურიდიული ფორმა:

- ფუნქციონირებს, როგორც ა.(ა.)ი.პ.
- ფუნქციონირებს, როგორც შპს
- ფუნქციონირებს, როგორც ა.(ა.)ი.პ. - ის დაფუძნებული შ.პ.ს.
- სხვა (მიუთითეთ) -----

კითხვა #3

გთხოვთ, მიუთითოთ დამფუძნებელი ორგანიზაციის სახელწოდება და იურიდიული ფორმა (ასეთის არსებობის შემთხვევაში):

კითხვა #4

კვლევაში ჩართული პირის საკონტაქტო ინფორმაცია

სახელი, გვარი: -----

საკონტაქტო ელ-ფოსტა: -----

კითხვა #5

სოციალური მეწარმეობის/სოციალურ მიზნებზე ორიენტირებული ეკონომიკური საქმიანობის რამდენ წლიან გამოცდილებას ფლობთ?

1 წელი 3 წელი

2 წელი სხვა _____

კითხვა #6

გთხოვთ, მიუთითოთ რა ტიპის პროდუქციას და/ან მომსახურებას (მათ შორის სოციალური სერვისები) ქმნის და ყიდის თქვენი სოციალური საწარმო?

კითხვა #7

გთხოვთ, მოკლედ აღწეროთ თქვენი სოციალური საწარმოს მიზანი:

კითხვა #8

გთხოვთ, აღწეროთ თქვენი მოტივაცია, რამაც განაპირობა საქმიანობის სოციალური მეწარმეობის კრილში წარმართვა ჩვეულებრივი ბიზნეს კომპანიის დაფუძნების ნაცვლად:

კითხვა #9

ამჟამად, საწარმოს ეკონომიკური შემოსავლები სრულყოფილად ფარავს თუ არა საწარმოს ფუნქციონირებასთან დაკავშირებულ ყველა დანახარჯს? (გასული ხართ თუ არა ნულოვანი მოგების წერტილზე?)

ფარავს

არ ფარავს

კითხვა #9.1 თუ არ ფარავს

გთხოვთ მიუთითოთ თანადაფინანსების წყაროები

დონორი ორგანიზაციების მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერა (გრანტები)

კრედიტი

ორგანიზაციის სახსრებით საწარმოს საქმიანობის დაფინანსება

სახელმწიფოს მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერის მექანიზმები (მაგ: ფართის უსასყიდლოდ გადაცემა (უზურფრუქტი), ერთჯერადი ღონისძიებების დაფინანსება, გამოფენა-გაყიდვებში ჩართულობის დაფინანსება ა.შ.) აღნიშნულ ველში არ იგულისხმება სახელმწიფო ინსტიტუციების მხრიდან განხორციელებული შესყიდვები.

სხვა....

კითხვა #10

რამდენად კმაყოფილი ხართ არჩევანით რომ წამოიწყეთ სოციალური მეწარმეობის საქმიანობა ნაცვლად ჩვეულებრივი ბიზნეს კომპანიისა? (გთხოვთ მიუთითოთ კმაყოფილების დონე 10 ბალიანი შკალით)

უკმაყოფილო 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 კმაყოფილი

კითხვა #11

მომავალში აპირებთ თუ არა საქმიანობის გაგრძელებას სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით?

ვაპირებ

არ ვაპირებ

კითხვა #11.1 თუ არ აპირებთ

გთხოვთ მოკლედ აღწეროთ ის გარემოებები, რის გამოც აღარ გეგმავთ სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით მუშაობას მომავალში

კითხვარი ახლადდაფუძნებული Start Up კომპანიების წარმომადგენლებისთვის

კითხვა #1

კომპანიის სახელწოდება

კითხვა #2

გთხოვთ, მიუთითოთ კომპანიის იურიდიული ფორმა:

შპს

მცირე მეწარმე

ინდ (ინდივიდუალური)

მიკრო ბიზნესის სტატუსის მქონე

სხვა -----

კითხვა #3

კვლევაში ჩართული პირის საკონტაქტო ინფორმაცია

სახელი, გვარი: -----

საკონტაქტო ელ-ფოსტა: -----

კითხვა #4

ბიზნესს, ეკონომიკური საქმიანობის რამდენ წლიან გამოცდილებას ფლობთ?

1 წელი 3 წელი

2 წელი სხვა _____

კითხვა #5

გთხოვთ, მიუთითოთ რა ტიპის პროდუქციას და/ან მომსახურებას (მათ შორის სოციალური სერვისები) ქმნის და ყიდის თქვენი კომპანია?

კითხვა #7

გთხოვთ, მოკლედ აღწეროთ თქვენი კომპანიის/საქმიანობის მიზანი:

კითხვა #8

გსმენიათ თუ არა სოციალური საწარმოს კონცეფციის შესახებ?

მსმენია

არ მსმენია

კითხვა #9

გთხოვთ, აღწეროთ თქვენი მოტივაცია, რამაც განაპირობა საქმიანობის თქვენ მიერ მითითებული იურიდიული ფორმით წამოწყება

კითხვა #9

ამჟამად, საწარმოს ეკონომიკური შემოსავლები სრულყოფილად ფარავს თუ არა საწარმოს ფუნქციონირებასთან დაკავშირებულ ყველა დანახარჯს? (გასული ხართ თუ არა ნულოვანი მოგების წერტილზე?)

ფარავს

არ ფარავს

კითხვა #9.1 თუ არ ფარავს

გთხოვთ მიუთითოთ თანადაფინანსების წყაროები

დონორი ორგანიზაციების მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერა (გრანტები)

კრედიტი

ორგანიზაციის სახსრებით საწარმოს საქმიანობის დაფინანსება

სახელმწიფოს მხრიდან არსებული ფინანსური მხარდაჭერის მექანიზმები (მაგ: ფართის უსასყიდლოდ გადაცემა (უზურფრუქტი), ერთჯერადი ღონისძიებების დაფინანსება, გამოფენა-გაყიდვებში ჩართულობის დაფინანსება ა.შ.) აღნიშნულ ველში არ იგულისხმება სახელმწიფო ინსტიტუციების მხრიდან განხორციელებული შესყიდვები.

სხვა....

კითხვა #10

რამდენად კმაყოფილი ხართ საქმიანობის თქვენ მიერ მითითებული იურიდიული ფორმით წამოწყებით? (გთხოვთ მიუთითოთ კმაყოფილების დონე 10 ბალიანი შკალით)

უკმაყოფილო 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 კმაყოფილი

კითხვა #10.1. თუ კმაყოფილების დონე 5-ზე დაბალია

გთოვთ მოკლედ აღწეროთ რამ განაპირობა თქვენი კმაყოფილების დაბალი მაჩვენებელი?

კითხვა #11

მომავალში აპირებთ თუ არა საქმიანობის გაგრძელებას იმ იურიდიული ფორმის ფარგლებში, როგორც ფუნქციონირებთ ახლა?

ვაპირებ

არ ვაპირებ

კითხვა #11.1 თუ არ აპირებთ

გთხოვთ მოკლედ აღწეროთ ის გარემოებები, რის გამოც აღარ გეგმავთ აღნიშნული იურიდიული ფორმით საქმიანობის გაგრძელებას

კითხვა #11.2 თუ არ აპირებთ

გთხოვთ მოკლედ აღწეროთ ზოგადად გეგმავთ თუ არა მომავალში (თუმცა სხვა იურიდიული ფორმის ფარგლებში) იმ პროდუქციის/სერვისის წარმოებას, რასაც აწარმოებთ ამჟამად

ვაპირებ

არ ვაპირებ

კითხვა #11.2.1. თუ აპირებთ

გთხოვთ მიუთითოთ რომელ იურიდიულ ფორმას ამჯობინებდით და იქნებოდა თუ არა ეს სოციალური მეწარმეობის მაგვარი, და რატომ?

ექსპერტული ინტერვიუ #7, დანართი #7

ნიკა ტყემელაშვილი - დამფუძნებელი, სოციალური საწარმო Freelancer

გიგა ჩიტიშვილი

18.06.2019

- როგორ განვითარდა სოც საწარმოს ინიციატივა?

მოგესალმებით,

რაც შეეხება იდეას, იდეა გაგვიჩნდა მე და ჩემს მეგობარს. მოგეხსენებათ, იმ პერიოდში მე თვითონაც ვიმყოფებოდი საპატიმროში და მანამდე გვქონდა 1 პროექტი დაწერილი, რომელიც ცენტრმა „აფხაზეთმა“ დაგვიფინანსა - მცირე საწარმო გავაკეთეთ, სადაც ჩანეთები იწარმოებოდა. იმ პერიოდში დავიწყეთ ფიქრი. დაწესებულებაში არ არსებობდა არანაირი ინტელექტუალური საქმე, სადაც მსჯავრდებულები შეძლებდნენ არა მხოლოდ ფიზიკური ძალით დაკავებულიყვნენ. მქონდა გამოცდილება ე.წ. Freelancing-ის, ჩემი სამსახურის პარალელურად ვმუშაობდი დამატებითაც, მცირე სამუშაოებს ვასრულებდი და ვიწყებდი ჩემი პროფილის განვითარებას.

შოთას (მეგობარს) გავუზიარე, რომ თეორიულად შესაძლებელია, რომ ჩამოყალიბდეს გუნდი, რომელიც გარეთ მოიპოვებს საქმეებს და შემოგვაწვდის ჩვენ, და ჩვენ, ასე ვთქვათ, მცირე სტუდიასავით მოვაწყობთ, სადაც დავსხდებით და შევასრულებთ ამ საქმეს. იმიტომ, რომ არსებობს მასშტაბური პროექტები, რომლებიც დიდ სიჩქარეს არ მოითხოვენ. შოთას მოეწონა ეს იდეა და დავიწყეთ მუშაობა, დაახლოებით 1 წლით ადრე, მანამ სანამ კომისია მოიწონებდა ჩვენს იდეას.

ჯერ დავიწყეთ ნარატიულ ნაწილზე მუშაობა, თეორიულად როგორ იქნებოდა ეს შესაძლებელი. ინტერნეტთან წვდომა არ გვქონდა და ამიტომ მეგობრის დახმარებით გვიწევდა ინფორმაციების მოძიება - როგორ უნდა განგვეხორციელებინა იდეა, გარკვეული მონაცემები გვჭირდებოდა, რადგან ზუსტად ამ კუთხით, რა კუთხითაც ახლა ვმუშაობთ, არ ვმუშაობდით: გრაფიკაზე ორიენტირებულები არ ვაპირებდით რომ ვყოფილიყავით, უფრო ტექსტებზე ორიენტირებულები გვინდოდა ვყოფილიყავით. ჩემი მეგობრის დახმარებით მოვიპოვეთ ინფორმაციები, დღეს ის ჩვენთან ერთად მუშაობს. მან მოგვაწოდა სრულყოფილი ინფორმაცია, მხოლოდ მეგობარი თუ დაგვეხმარებოდა ამ რთულ, უტოპიურ მისიაში, თვითონაც არ სჯეროდა თავიდან, თუმცა ბოლოს, საკმაოდ კარგი პროექტი გამოგვივიდა.

2018 წლის სექტემბერში უკვე მზად გვქონდა პროექტი, როცა შეგვეძლო განაცხადის შეტანა. CSRDG-ის წარმომადგენლები იყვნენ ჩვენთან. თავიდან სხვა ფორმით გვინდოდა განხორციელება, იმიტომ რომ ერთ-ერთმა აპლიკანტმა გამოთქვა სურვილი, რომ ვიდეოებს აკეთებდა და თანხვედრა გვქონდა ამ კუთხით. ჩვენთვის ამ იდეის განხორციელება იყო ძალიან მნიშვნელოვანი.

▪ **რაში მდგომარეობს თვითონ იდეა?**

არსებობს საერთაშორისო პორტალები, სადაც, ასე ვთქვათ, განვითარებულ ქვეყანაში მომუშავე ადამიანი, რომელსაც მცირე, მაგრამ რუტინული სამუშაოს შესრულებისთვის დრო არყოფნის (მხოლოდ digital საქმეებს ვგულისხმობ), ამ საქმეებს აძლევს აზიის ქვეყნებს (აზია სტატისტიკურად უფრო მუშაობს: ინდოეთი, პაკისტანი და ნიგერია და რამდენიმე ქვეყანაც მუშაობს). საქართველო - დროის სარტყლის გამო არ არის ჩართული freelancing-ში, ძალიან მცირე პროცენტით არის ჩართული.

ვიღებთ საქმეებს ჩვენ, პირობითად ამერიკელი დამკვეთისგან, მაგალითად ტექსტების გაფიცვრულებას (აქვს ტექსტების PDF ვერსიები, და ამ დოკუმენტის ვორდში აკრეფა უნდა), და ამ ტექსტის კრეფას თვითონ ვერ დაიწყებს, რადგან მისთვის დრო უფრო ძვირი ღირს, ვიდრე, მაგალითად, პაკისტანის მოსახლისთვის, რეალურად, ეს თანხები საქართველოს ბაზარზე საკმაოდ ნორმალურია ანაზღაურების მხრივ, მითუმეტეს ციხეში ანაზღაურებაც რომ დავითვალეთ, ციხის ანაზღაურებას ბევრად აღემატება. გადავწყვიტეთ გვემუშავა ამ საკითხზე, საკმაოდ რენტაბელური იქნებოდა, ასე ვთქვათ, ამის განხორციელება იმიტომ, რომ იმუშავებდა.

ამ საქმეს ადამიანი გარეთ, რომელსაც ინტერნეტთან აქვს წვდომა, მოიპოვებდა დამკვეთისგან, მოგვაწოდებდა ჩვენ, მეხსიერების ბარათებით და სხვადასხვა საშუალებებით მოგვაწოდებდა. ჩვენ, შიდა გუნდი, განვახორციელებდით ამ საქმეებს, გავუზღავნიდით იგივე ხერხით გარე გუნდს - ვისაც აქვს დამკვეთთან ურთიერთობა - ეს არის ზოგადი პრინციპი.

▪ **საწარმოს მიზანი**

ეს არის უმთავრესი, რის გამოც ერთი წელი მუხლჩაუხრელად ვმუშაობდით რომ - განგვეხორციელებინა. რეალურად, საპატიმროში, პატიმრებს არ აქვთ შესაძლებლობა, რომ იმუშაონ ინტელექტუალურ საქმეზე, ალტერნატივა მხოლოდ არის ფიზიკური სამუშაო - ბევრისთვის რათქმაუნდა ეს არის ძალიან კარგი, მაგრამ იქ არიან ადამიანები, რომელთაც არასოდეს უმუშავიათ ფიზიკურად, თუმცა მუშაობა უნდათ, და ვერც შეძლებენ ფიზიკურად მუშაობას. ამის გამო იმხელა ინტელექტუალური რესურსები იკარგება, რომ ძალიან დასანანია, ადამიანები არიან ძალიან უნიკალური პროფესიებით. იქ (დაწესებულებაში) ფინანსური შემოსავლის არქონა ძალიან დიდ გავლენას ახდენს როგორც უშუალოდ დაწესებულებაში, ისე გარეთ, ოჯახში.

ჩვენი პირველი მიზანიც ეს არის, რომ ადამიანი, რომელსაც არ შეუძლია ფიზიკურად მუშაობა, აქვს გონებრივი რესურსი, დავასაქმოთ ამ კუთხით. ამ მხრივ არის უპრეცედენტო ჩვენი პროექტი. ეს იყო მთელი ჩვენი მოტივაცია, იმიტომ რომ ჩვენც დიდი სიამოვნებით ვიმუშავებდით გონებრივი სამუშაოთი, თუმცა არ იყო.

▪ **რამდენი თანამშრომლის დასაქმებას აპირებთ?**

პირველივე ეტაპზე ვაპირებთ ხუთი მსჯავრდებულთ დავიწყოთ მუშაობა, წლის ბოლოს, ჩვენი გათვლებით, 10 ადამიანი იმუშავებს.

ასევე, გეგმაში გვაქვს, იქ (დაწესებულებაში) დასაქმებულების განთავისუფლების შემდგომ დასაქმებაც, იმიტომ რომ არ არის საუბარი მცირე ანაზღაურებაზე და თავისუფალ ბაზარზეც ჩვეულებრივ შექმნებათ ამ პროფესიებით მუშაობა, რითიც იქ (დაწესებულებაში) იმუშავებენ.

პირველ ეტაპზე, სამუშაო ძალა, იქ (დაწესებულებაში) პრობლემურია, ეგრევე ვერ აიყვან, ვერ მოახდენ გარკვეული რესურსების მობილიზებას. პირველ ეტაპზე შიდა კომუნიკაციით, ვინც იყო მზად და დარწმუნებულები ვიყავით რომ პირველ ეტაპზე დასაყრდენი იქნებოდა და სტაბილურად იმუშავებდნენ - ის გუნდი გვყავს და გველოდებიან, მზად არიან და ახლა ვიწყებთ.

შემდგომ, დამატებას რომ ვაპირებთ, თვითონ მსჯავრდებულები ასწავლიან ახალ თანამშრომლებს. შერჩევა მოხდება სოციალური მუშაკების მეშვეობით და თვითონ CSRDG-ის ჩართულობითაც. ტესტირება ჩატარდება და ვინც ყველაზე უკეთ გაართმევს თავს ის შეირჩევა.

მეორე დამფუძნებელი, ვინც არის, შოთა, იქნება პასუხისმგებელი და დამზღვევი, რომ ყველაფერი კარგად ჩაბარდეს დამკვეთს.

- **საწარმოს სერვისი**

ახლანდელი მდგომარეობით დიდ დიაპაზონზე ვერ ვიმუშავებთ, თუმცაგრაფიკულ დიზაინზე გვაქვს აქცენტი. მიღებული მოგება რეინვესტირდება, შევიყვანთ სასწავლო კურსს და ამის შემდგომ ავიღებთ გრაფიკული დიზაინის დაკვეთებს, იმიტომ რომ ანაზღაურებაც უფრო მეტია. ამ ეტაპზე გაციფრულებით, აუდიო-მონტაჟით და ვიდეოებზე ტიტრებით დავიწყებთ, ამისათვის უკვე მზად არიან, დატესტილი არის სანამ პროექტს ჩავაბარებდით, შიდა ტესტირებები ჩავატარეთ 5 კაცისთვის.

- **იურიდიული ფორმა**

იყო რაღაც შეფერხებები იმიტომ, რომ ჩვენ-თვითონ არ ვიყავით ჯერ იურიდიულად თავისუფლები. ვინაიდან ჩვენ საერთოდ არ ვართ ორიენტირებულები მოგებაზე და მთლიანად რეინვესტირდება თანხა, გარდა ხელფასებისა, რათქმუნდა, ჩვენთვის ყველაზე, ასე ვთქვათ, მოხერხებული იურიდიული ფორმა ა(ა)იპ შევარჩიეთ. ჩვენ, ასევე ვიცით, რომ იგეგმება სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო დონეზე მოწესრიგება, ყველაზე ახლოს, მემგონი ა(ა)იპ ითვლება ამ ეტაპზე.

- **რატომ წამოიწყეთ სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია?**

პირველ რიგში, ნამდვილად იდეის გამო დავიწყეთ ამ საქმიანობის განხორციელება და პირადი პასუხისმგებლობის საკითხი იყო, რომ არ ყოფილიყო კომერციული და ნამდვილი

შედეგისთვის მიეღწია. ამ ფორმით ნამდვილად გამჭვირვალობის 100%-ია უზრუნველყოფილი და სუფთა მოტივაციაზე არის ორიენტირებული.

იცით რა არის? განხორციელება ჩვენთვის ძალიან მნიშვნელოვანი იყო, მთავარი აზრი იყო, რომ უნდა განხორციელებულიყო, რა ფორმით მოხდებოდა, ვისი მხარდაჭერით მოხდებოდა, უკვე ამის შემდეგ იყო პრიორიტეტული. CSRDG-ის მხარდაჭერით ჩვენ გაგვიჩნდა შესაძლებლობა რომ ეს სოციალური საწარმო ყოფილიყო.

- **სოციალური საწარმოს, თუნდაც არაოფიციალური სახელი, გეხმარებათ თუ არა სახელმწიფო უწყებებთან კომუნიკაციის დროს, გიმარტივებთ თუ არა მათი მხრიდან ნდობის მოპოების ხარისხს რომ სოციალური მეწარმეობის საქმიანობა განახორციელოთ დაწესებულებაში?**

პირადი გამოცდილება ჯერ-ჯერობით არ მაქვს, თუმცა, სხვათა გამოცდილებიდან ვიცი, რომ ლოიალურობა უფრო მაღალ ხარისხზეა, ვიდრე კომერციულ ბიზნესთან მიმართებით. მაგრამ, მაინც, კანონით როგორც არის, რეალურად გვინდა საკანონმდებლო ჩარჩო რომ სოციალურ ბიზნესს ჰქონდეს მეტი სარგებელი, მაგალითად ნაკლებად იბეგრებოდეს. მესმის რომ ჩარჩოებმა, შეიძლება პრობლემებიც გამოიწვიოს, რაღაც კუთხით, შეზღუდოს მაგალითად არეალი. მაგრამ, მეორე მხრივ, დღეს ისევე ვიბეგრებით, როგორც ჩვეულებრივი ბიზნესი. მაგალითად შემოსავლის 20%-იანი ბეგარა ბევრია ჩვენთვის, იმიტომ რომ თანხას არ ვაგროვებთ, ხელფასად ერიცხებათ მსჯავრდებულებს, ჩემი აზრით, შეიძლება, რომ ეს შემცირდეს, არამგონია ამის წინააღმდეგი ვინმე იყოს.

- **მომავალში რას გეგმავს საწარმო, რა მიმართულებით გეგმავთ განვითარებას?**

ვგეგმავთ რათქმაუნდა განვითარებას. ერთი წლის გეგმა გვინდა შევასრულოთ პირველ რიგში, ძალიან ორიენტირებულები ვართ, ეს იქნება დასაყრდენი, რაზეც შეიძლება დაშენდეს რაღაცები, ეს არის პირველი წელი, არის ძალიან მნიშვნელოვანი, მერე უკვე არ იქნება რთული რაღაცების განვითარება, პირველი წელი არის ძალიან გადამწყვეტი და ამაზე ვართ ორიენტირებულები. თუმცა, ხედვა გვაქვს ბევრად უფრო დიდხნიანი, რათქმაუნდა. ვფიქრობთ, რომ სხვა დაწესებულებაში შეტანაც იქნება შესაძლებელი, და თუ გაამართლებს იდეა ამასაც ვიზამთ აუცილებლად. და პრობაციონერებზე მუშაობა ძალიან მნიშვნელოვანი მგონია, იმიტომ რომ საქმეები, რომლებსაც ავიღებთ ჩვეულებრივი, ძალიან კონკურენტული საქმეებია ბაზარზე და თუ ისწავლიან და შემდგომ გარეთაც შეასრულებენ, არ ექნებათ სურვილი სამსახურის ძებნის, ჩვენ მზა ადგილს დავახვედრებთ. ციხიდან გამოსულ ადამიანს არ დასჭირდება სამსახურის ძებნა, ეგრევე ექნება შესაძლებლობა დაიწყოს მუშაობა. ეს არის ძალიან მნიშვნელოვანი განმეორების პრევენციის მხრივ, და ფსიქოლოგიურადაც ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ დაგხვდება სამსახური ისეთი, როგორც შენ გინდა.

ექსპერტული ინტერვიუ #8, დანართი #8

ნიკა ბაზაძე - დამფუძნებელი, დამგზავრების აპლიკაცია „ჰარი“

გიგა ჩიტიშვილი

18.06.2019

- როგორ განვითარდა სტარტაპის ინიციატივა?

სტარტაპის იდეა გაჩნდა ზუსტად მაშინ, როდესაც ქუთაისიდან საცხოვრებლად გადმოვედი თბილისში. ქუთაისში, როდესაც სკოლა დავამთავრე, უნივერსიტეტში სასწავლებლად და საცხოვრებლად გადმოვედი თბილისში და ძალიან ხშირად მიწევდა თბილისიდან ქუთაისში გამგზავრება ჩემი მშობლების თუ მეგობრების მოსანახულებლად.

მგზავრობის პროცესი იყო ყველაზე მეტად არასასიამოვნო, რადგან ძალიან არაკომფორტული სერვისი არის თვითონ ე.წ. მარშრუტების თუ მინივენების მხრიდან, გიწევს ლოდინი, არ გადიან დროულად. ძალიან არასასიამოვნო არის ეს ბევრი ადამიანისთვის. როდესაც ამაზე ფიქრი დავიწყეთ, დავინახეთ, რომ ამავედროს, ის ადამიანები, რომელთაც ყავთ საკუთარი ავტომობილი, აქვთ საწვავის ძალიან დიდი ხარჯი, რადგან მარტო გადაადგილდებიან დიდ მანძილებზე. ზოგიერთი მათგანი სახლშიც კი ტოვებს მანქანას და ისე მიემგზავრება.

ჩვენ დავინახეთ, რომ თუ ამ ორ მხარეს დავაკავშირებდით ერთმანეთთან, ანუ მძღოლს, რომელსაც აქვს ადგილები მანქანაში და აპირებს გაემგზავროს ერთი ქალაქიდან მეორეში, და გაიყოლებს მგზავრს, რომელიც იმავე დღეს იმავე ქალაქში აპირებს გამგზავრებას, ორივე მათგანი ისარგებლებს. რადგან მძღოლი დაზოგავს საწვავის თანხას, ხოლო მგზავრები კომფორტულად იმგზავრებენ, ფაქტობრივად ისე, როგორც საკუთარი ავტომობილით.

- საწარმოს მიზანი

ჩვენი მთავარი მიზანი არის რომ რაც შეიძლება გავამარტივოდ და მეტად საინტერესო გავხადოთ შორ მანძილზე გადაადგილება, რომ ეს იყოს ნაკლებად სტრესული და მეტად უფრო მხიარული და საინტერესო გამოცდილება.

- სოციალური საწარმოს კონცეფციის შესახებ თუ გქონდათ ინფორმაცია მაშინ, როდესაც ბიზნეს საქმიანობას იწყებდით?

ნაკლებად და არა მარტო მაშინ, არამედ ახლაც. მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესის ფაკულტეტზე ვსწავლობ და ცალკე საგანი მაქვს გავლილი თითოეულ იურიდიულ პირზე, არასოდეს არ მქონია ღრმა ინფორმაცია სოციალურ მეწარმეობაზე და საწარმოზე. ამიტომ, როდესაც დავიწყეთ ეს საქმიანობა, ნაკლებად დავიწყეთ ამაზე ფიქრი.

- საქმიანობა ჯგუფურად წამოიწყეთ თუ ინდივიდუალურად?

დასაწყისში მხოლოდ მე ვიყავი, როგორც იდეის ავტორი. გამომდინარე იქედან, რომ ეს არის ტექნოლოგიური პროდუქტი, ანუ მას სჭირდება მობილური აპლიკაცია, ამისათვის საჭირო გახდებოდა პროგრამისტები, და მოვიძიე ეს ადამიანები.

- **ბაზარზე პოზიციონირების მეთოდები**

მარკეტინგისთვის უმეტესად ვიყენებთ სოციალურ მედიას, გამომდინარე იქედან, რომ ბიუჯეტი ჯერ დაბალი გვაქვს, ეს ჩვენთვის ყველაზე ხელსაყრელია. რადგან ტელევიზია თუ გარე ბილბორდები ძალიან ძვირია და ჯერ-ჯერობით ჩვენთვის ხელმიუწვდომელია. ამიტომ სოციალური მედია, როგორც არის Facebook თუ Instagram, ჩვენთვის მარკეტინგის მთავარი წყაროა.

- **საქმიანობა რომელ წელს დაიწყეთ?**

აპლიკაციების გამოყენება მომხმარებლებს შეუძლიათ 2019 წლის იანვრიდან.

- **რატომ აირჩიეთ შპს და არა სხვა იურიდიული ფორმა?**

პირველი და მთავარი ფაქტორია ის, რომ ქვეყანაში მრავალი საქმიანობა შპს-თი ფორმდება, ამას დაემატა ის, რომ უნივერსიტეტში როცა გავიარეთ თითოელი იურიდიული პირი, შპს ყველაზე საინტერესო იყო, რადგან მას აქვს შეზღუდული პასუხისმგებლობა განსხვავებით ინდივიდუალური მეწარმისგან, ხოლო რაც შეეხება სააქციო საზოგადოებას, ჩვენთვის ჯერ ნაადრევია, რადგან არ გვყავს გარე ინვესტორი და შესაბამისად ნაადრევიც არის. ამიტომ გადავწყვიტეთ შპს.

- **რამდენი ადამიანი გადაადგილდა თქვენი აპლიკაციით?**

აგრეგაცია დაახლოებით 5 თვე არის გაშვებული. გვყავს 6000 ზე მეტი რეგისტრირებული მომხმარებელი. უკვე მძლოლებისგან შეთავაზებული იყო 250 ზე მეტი შეთავაზება, თუმცა დამგზავრება გაცილებით ცოტა იყო, ალბათ ეს იქნება 30 დამგზავრება. იქედან გამომდინარე, რომ გვაქვს საკმაოდ დაბალი ბიუჯეტი, ვერ ვახერხებთ ხშირ კომუნიკაციას მომხმარებელთან. ერთია, რომ მომხმარებელი შენზე გაიგებს, თუმცა როდესაც მას დამგზავრება დაჭირდება და შენ მას ავტომატურად გაახსენდე, ამისთვის საჭიროა მუდმივი კომუნიკაცია, რაც გარკვეულ მარკეტინგულ ხარჯებს მოითხოვს.

- **როგორ მუშაობს აპლიკაცია?**

მობილურის სტორიდან აპლიკაციის ჩამოტვირთვა ყველას ძალიან მარტივად შეუძლია. მძლოლის და მგზავრის ანგარიში არ არის განსხვავებული, დღეს მე შემიძლია ვიყო მძლოლი და ხვალ - მგზავრი.

აპლიკაციაში თუკი მაგალითად დღეს ვაპირებ, რომ ჩემი მანქანით გავემგზავრო, ძალიან მარტივად შემიძლია დავდო განცხადება საიდან სად მივდვიარ (ქალაქები), რა ფასად

შემიძლია თითოეული მგზავრი გავიყოლო და სხვა მნიშვნელოვანი დეტალი მგზავრობასთან დაკავშირებით.

ხოლო მგზავრს შეუძლია მიუთითოს თავისი სასურველი ქალაქი გასვლის და ჩასვლის, და მოძებნოს მძღოლების მიერ შეთავაზებული განცხადებები.

მთავარი ნიუანსი არის, რომ მძღოლი დებს განცხადებას, ხოლო მგზავრები ეძებენ.

უშუალოდ მგზავრი როცა ნახავს სასურველ განცხადებას, შეუძლია დაჯავშნოს მისთვის სასურველი ადგილების რაოდენობა.

- **იდეის ინიცირების დროს, გქონდათ თუ არა ინფორმაცია უცხოური გამოცდილების შესახებ?**

რათქმაუნდა, როგორც კი ამ იდეაზე დავიწყეთ ფიქრი, მაშინვე მოვიკვლიეთ იყო თუ არა ამ პრობლემის გადასაჭრელად ლოკალურად რაიმე გზა მოფიქრებული, და გარკვეული მცდელობები მართლაც არსებობდა, თუმცა ყველა მათგანი (2-3 მცდელობა) იყო წარუმატებელი.

ევროპაში არის Bla-Bla Car, რომელიც ფაქტობრივად მთავარი მოთამაშე არის ბაზარზე, თუკი ვინმე მთავარი კონკურენტი არსებობდა - ყველა შეისყიდა. და მათი ხედვა და საქმიანობა საკმაოდ დაგვეხმარა იმაში, რომ დაგვეკოპირებინა მათი საქმე, არამედ იმაში, თუ რა გააკეთეს არასწორად, რომ ჩვენ სხვანაირად გავაკეთოთ.

- **აპლიკაციის დაფარვის ზონა**

ჯერ-ჯერობით მხოლოდ საქართველოა. რადგანაც აპლიკაციაა, მას არანაირი შეზღუდვა არ აქვს რომ გამოიყენონ თუნდაც სომხეთში ან აზერბაიჯანში, თუმცა ეს გვაქვს შეზღუდული, რადგან აპლიკაცია მხოლოდ ქართულ ენაზე გვაქვს. ამიტომ, რომც ჰქონდეთ სურვილი, ენის ფაქტორის გამო ვერ შეძლებენ გამოყენებას. ეს დისკომფორტი რომ გავუქროთ, ჯერ-ჯერობით შეზღუდული გვაქვს სხვა ქვეყანა.

- **როგორ გეგმავთ ბიზნეს საქმიანობის გაფართოებას?**

მომავალში ჩვენი მთავარი ხედვა არის, რომ გახდეს სტარტაპი რაც შეიძლება გლობალური. იქედან გამომდინარე, რომ ეს არის ტექნოლოგიური სტარტაპი, ვერანაირად ვერ იქნება მნიშვნელოვნად მომგებიანი, თუკი ის მხოლოდ ლოკალურ ბაზარზე დარჩება. ჩვენი შემოსავლის მთავარი წყარო არის საკომისიო თითოეული გაკეთებული ჯავშნიდან. საქართველო ძალიან კარგადაც რომ ავითვისოთ, ის ვერ მოიტანს ისეთ შემოსავალს, რომ მან შეინახოს ტექნოლოგიური ჯგუფი, რომელშიც შედის უამრავი პროგრამისტი, დეველოპერები, დიზაინერები და მარკეტერები. ჩვენი მთავარი ხედვა არის რომ დავიწყეთ საქართველოთი, აქ ჩვენი პროდუქტი მეტად უფრო დავხვეწოთ, დავინახოთ თუ რა კუთხით შეგვიძლია უკეთ განვითარდეთ, ვიდრე სხვა ლოკალურ ბაზარზე ჩვენი კონკურენტი არის

განვითარებული. როდესაც ამ ყველაფერს დავიჭერთ და კარგად გადავჭრით პროდუქტის დონეზე, ვაპირებთ რომ გავიდეთ ქვეყნის გარეთ.

- **ქვეყნის ფარგლებს გარეთ გასვლის შემთხვევაში იურიდიული ფორმის ცვლილება მოგიწევთ?**

დიდი ალბათობით ეს საჭირო გახდება, რადგან ქვეყნის ფარგლებს გარეთ გასვლა ვერ მოხდება კერძო ინვესტიციის გარეშე და ეს სტარტაპის დამახასიათებელიც არის რომ მას ძალიან ხშირად სჭირდება, რომ კერძო ინვესტიცია მოიზიდოს, სანამ ის საბოლოოდ არ გავა IPO-ზე, ანუ არ იქნება საჯაროდ ვაჭრადი კომპანია, ამიტომ, როდესაც ჩვენც ეს ეტაპი დაგვიდგება, რომ მოვიზიდავთ კერძო ინვესტიციებს, დიდი ალბათობით საჭირო გახდება რომ სააქციო საზოგადოებად გადაკეთდეს ჩვენი კომპანია.

- **ძირითადი დაფინანსების წყარო**

ვერ-ვიტყვი, რომ ჯერ-ჯერობით დაფინანსების წყარო მნიშვნელოვნად გვაქვს მიღებული. აქამდე რაც გვქონდა თანხა, არის პირადი თანხობრივი ინვესტიცია, ასევე მცირე ნაწილი არის მიღებული გრანტი: ჩვენ სხვადასხვა კონკურსებში ვიღებდით მონაწილეობას, ერთ-ერთ მათგანში გავიმარჯვეთ, მოვიგეთ მცირე გრანტი, ძალიან მცირე გრანტი, და ამის ხარჯზე დღევანდელ დღემდე გარკვეული მარკეტინგული კომუნიკაცია ავაგეთ. თუმცა, მომავალში აუცილებლად დაგვჭირდება, რომ მოვიზიდოთ ე.წ. Seed Funding, რაც პირველ რიგში საქართველოში უნდა მოხდეს, რადგან აქ თუ არ მოვიძიეთ პირველი ინვესტიცია, ვერ შევძლებთ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ გასვლას და უცხოელი ინვესტორების დაინტერესებას.