სოციალური ბიზნესის ძირითადი პრობლემები და გამოწვევები საქართველოში

ნათია ჟოჟუაშვილი
გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

თანამედროვე სამყაროში მიმდინარე კლიმატურმა ცვლილებებმა და გაუთავებელმა ომებმა საჭირო გახადა მდგრადი საზოგადოების ჩამოყალიბება. ბიზნეს საზოგადოება გახდა ერთ-ერთი მთავარი მოთამაშე ისეთი მომავლის რეალიზაციის გამოსაცდელად, რომელიც ხელს შეუწყობს სახელმწიფოების წინაშე არსებული გამოწვევების დაძლევას და უზრუნველყოფს მოსახლეობისა და მთლიანად სამყაროსთვის მშვიდობისა და კეთილდღეობის მოტანას. მრავალი ფირმა ინტერესით აკვირდება საკუთარი საქმიანობის ზემოქმედებას გარემოზე და ნერგავს სხვადასხვა გარემოსდაცვით, სოციალურ და კორპორატიული მმართველობის (ESG) სტანდარტებს, რომლებიც ცნობილია, როგორც მდგრადი განვითარების მიზნები (SDG). სოციალური ბიზნესი, სახელმწიფოსთან ერთად, წარმოადგენს ერთგვარ დამხმარე ძალას მდგრადი მიზნების განხორციელების გზაზე. ისინი არამარტო ფინანსურ სარგებელზე ფიქრობენ, არამედ მათ აქვთ დადებითი სოციალური და გარემოსდაცვითი ზეგავლენა საზოგადოებასა და ბუნებაზე, რაც განასხვავებს მათ ტრადიციული ბიზნესისგან. ისინი ხელს უწყობენ ინოვაციური ტექნოლოგიებისა და მიდგომების შექმნას. მსოფლიოში უკვე მრავალი სოციალური გავლენის მქონე საწარმოა, რომლებიც გარკვეული გამოწვევების წინაშე დგანან.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესი, სოციალური, მნიშვნელობა, გამოწვევები, მდგრადობა;

MAIN PROBLEMS AND CHALLENGES OF SOCIAL BUSINESS IN GEORGIA

Natia Zhozhuashvili
Associate Professor, GSU

SUMMARY

Climate change and endless wars in the modern world have made it necessary to build a sustainable society. The business community has become one of the key players in trying to realize a future that will help overcome the challenges faced by states and ensure peace and prosperity for the population and the world as a whole. Many firms are keenly monitoring the impact of their activities on the environment and implementing various environmental, social and corporate governance (ESG) standards, known as the Sustainable Development Goals (SDGs). Social business, together with the state, is a kind of auxiliary force on the way to the implementation of sustainable goals. Not only do they think about financial benefits, but they also have a positive social and environmental impact on society and nature, which sets them apart from traditional businesses. They contribute to the creation of innovative technologies and approaches. There are already many social impact enterprises in the world that are facing certain challenges.

Key words: Business, social, importance, challenges, sustainability

შესავალი

ბიზნესში მდგრადობა გულისხმობს კომპანიის სტრატეგიას, შეამციროს გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედება კონკრეტულ ბაზარზე მათი ოპერაციების შედეგად. ორგანიზაციის მდგრადობის პრაქტიკა ჩვეულებრივ ანალიზდება გარემოსდაცვითი, სოციალური და მმართველობის (ESG) საზომების მიხედვით. გლობალური დათბობის პირობებში სულ უფრო პოპულარული ხდება სოციალური ბიზნესი. ასეთი ფირმების არსებობას დადებითი შედეგი აქვს არამხოლოდ თემზე, არამედ რეგიონსა და მსოფლიოზე. ეს ყველაფერი მდგრადად მოაზროვნე საზოგადოების ჩამოყალიბებას უწყობს ხელს. ამასთან, ამიერკავკასიაში და მსოფლიოშიც სოციალური ბიზნესი აქტიურად იკიდებს ფეხს.

ძირითადი ნაწილი

სოციალური ბიზნესის კონცეფცია თავდაპირველად შეიქმნა ღარიბი ქვეყნების კონტექსტში, თუმცა სიღარიბე არ არის მხოლოდ განვითარებადი ქვეყნების პრობლემა. სოციალური ბიზნესის მიზანია გადაჭრას სოციალური, ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი საკითხები, რომლებიც გავლენას ახდენენ კაცობრიობაზე. როგორიცაა: უსახლკარობა, შიმშილი, ავადმყოფობა, დაბინძურება, დაბალი განათლების დონე. [1] ტრადიციულ ბიზნესთან შედარებით სოციალური სიმდიდრის შექმნა გადადის წინა პლანზე და ხდება საქმიანობისა და ინტერესის ძირითადი აქცენტი. მომგებიანობა კი განიხი-

1 წყარო: HEC Paris. What is social business? https://www.hec.edu/en/faculty-research/centers/society-organizations-institute/think/so-institute-executive-factsheets/what-social-business)

ლება, როგორც საშუალება ამ მიზნის მისაღწევად. სოციალური ბიზნესი 100%-ით ეძღვნება ადამიანური პრობლემების გადაჭრას. ბიზნესი, რომელსაც შეუძლია გადაჭრას ადამიანური პრობლემები და ასევე შექმნას სიმდიდრე. ტერმინი „სოციალური ბიზნესი“ შექმნილია ნობელის მშვიდობის პრემიის ლაურეატის, პროფესორ მუჰამედ იუნუსის მიერ. მისი განმარტებით, სოციალური ბიზნესი არის ბიზნესი, რომელსაც აქვს „ძირითადი სოციალური ხედვა“, „სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესი, რომელიც ეხმარება ადამიანებს სიღარიბისგან თავის დაღწევაში“ [2]. სოციალური ბიზნესის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენენ სოციალური საწარმოები. იმის მაგივრად, რომ საზოგადოებაში არსებული პრობლემებზე თვალი დახუჭონ და მთავრობას ან ბიზნეს სექტორს მიანდონ მათი მოგვარება, ეძებენ ახალ იდეებს, ქმნიან ახალ მიდგომებს. სოციალური მეწარმე ავითარებს ინოვაციებს სოციალური პრობლემების გადასაჭრელად და იღებს ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს. სოციალური მეწარმეობა, ისევე როგორც სოციალური ბიზნესი თავისი ბუნებით სოციალური მისიასა და ცვლილებებს გულისხმობს.

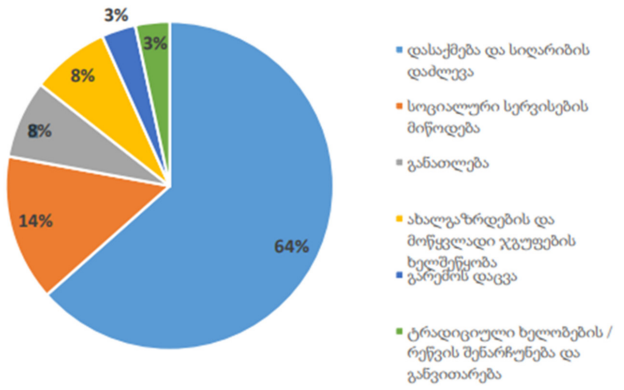
2015 წელს გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის წევრმა ქვეყნებმა მიიღეს 2030 წლის დღის წესრიგი მდგრადი განვითარების შესახებ, რომელშიც მოცემულია სამი მიმართულება: სიღარიბის აღმოფხვრა, უთანასწორობის პრევენცია და კლიმატური პირობების ცვლილებასთან დაკავშირებული საკითხები და დასახულია 17 მდგრადი განვითარების მიზანი ხალხისა და პლანეტის უკეთესი მომავლისათვის. სოციალური ბიზნესი ძალიან მნიშვნელოვანია ამ მიზნების და ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისთვის, მათი მთავარი ღირებულებების გამო, ესენია: დასაქმება, სამუშაო ადგილები (გრძელვადიანი უმუშევარი, ინვალიდი, უსახლკარო, რისკის ქვეშ მყოფი ახალგაზრდები და გენდერულად დისკრიმინირებული ქალები), ინოვაცია (ახალი საქონელი და მომსახურება), სოციალური კაპიტალი (იგულისხმება ”რესურსების, ან ღირებულებების ერთობლიობა, რომლებიც დაკავშირებულია გრძელვადიანი ურთიერთობის ქსელის ფლობასთან ინდივიდებს შორის) და კაპიტალით ხელშეწყობა. სოციალური მეწარმეობა ხელს უწყობს უფრო სამართლიანი საზოგადოების შექმნას სოციალური საკითხების განხილვით და მათი სოციალური მისიით და არა მხოლოდ მოგების მაქსიმიზაციის გზით.

საქართველოში სოციალური ბიზნესი 2010 წლიდან იქცევს ყურადღებას. საქართველოს კანონმდებლობაში არ არსებობს ტერმინები „სოციალური ბიზნესი“ და „სოციალური მეწარმეობა“. ამასთანავე არ არის კონკრეტულად განსაზღვრული რა ფუნქციებს უნდა ასრულებდეს ასეთი საწარმო. ამის გამო ძნელი გასარკვევია რომელი საწარმოა სოციალური და რომელი არა. ბიზნეს ობიექტები თვითონ ცდილობენ, რომ საზოგადოებაში სოციალური ბიზნესის სტატუსის აღიარება მიიღონ. ამ საქმიანობაში ჩართვა შესაძლებელია არასამეწარმეო იურიდიული პირის ან კერძო სამართლის იურიდიული პირის სტატუსით. შეღავათები უშუალოდ სოციალურ საწარმოზე არ არსებობს. ასევე, არ არსებობს სპეციალური სააგენტო, რომელიც მხარს დაუჭერს მხოლოდ სოციალურ ბიზნესებს. საქართველოს სოციალური საწარმოთა ალიანსის მონაცემების მიხედვით, აღირიცხება 46 სოციალური საწარმო. ჯამში მათ დასაქმებული ჰყავთ 451 ადამიანი. [3]ისინი სხვადასხვა დარგისა და რეგიონის წარმომადგენლები არიან. ტრადიციული რეწვის წარმომადგენლები არიან 26%, სერვისის 30%, საყოფაცხოვრებო ნივთებისა და დეკორაციის 15%, შემეცნება 11%, გარემოს დაცვა და ნატურალური პროდუქტები 7-7%, სოციალური სერვისის გაწევის 4%.

საინტერესოა საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების მიზნები, რომლებიც გააჩნიათ წარმოების პროცესში. სიღარიბის დაძლევა და დასაქმება ეს უმეტესი საწარმოს მიზანს წარმოადგენს, შემდეგ მოდის სოციალური სერვისების მიწოდება, განათლება და მოწყვლადი ჯგუფების ხელშეწყობა თანაბრად არის გამოხატული. ყველაზე მცირე მაჩვენებელია ტრადიციული რეწვის, ხელობის შენარჩუნების და განვითარებისა და გარემოსდაცვითი მიზნები. [4]. (დიაგრამა 1)

დიაგრამა 1.

„სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუ-



2 Muhammad Yunus, Frédéric Dalsace, David Menascé, and Bénédicte Faivre-Tavignot. March, 2015. From the Magazine. Reaching the Rich World's Poorest Consumers. Harvard Business Review. 20.06. 2023

3 საქართველოს სოციალურ საწარმოთა ალიანსი
https://seageorgia.ge/ka/social-enterprises/10 20.06. 2023

4 ეკა დათუაშვილი. 2020. სოციალური მეწარმეობა საქართველოში. სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი ©. თბილისი. pdf. გვ 2 -11.

ცხრილი 1 რა არის იმის ძირითადი მიზეზ(ებ)ი, რომ თქვენს საწარმოს პანდემიის პერიოდში არ ჰქონია ფინანსური მოგება (2020-21 წწ.)?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი N=53	სოციალური საწარმო N=52	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/ საწარმოები/ ბიზნესკომპანიები N=86
	%		
თანამედროვე ტექნოლოგიებთან შეზღუდული ხელმისაწვდომობა/არარსებობა	7,9	3,2	5,3
სახელმწიფოს მიერ დაკისრებული გადასახადები (საგადასახადო ჯარიმების ჩათვლით)	1,3	3,2	2,3
დასაქმებულთა არაკვალიფიციურობა/არამოტივირებულობა	1,3	3,2	2,3
მენეჯმენტში არსებული პრობლემები/გამოწვევები	6,6	5,3	5,8
საწარმოს ინფრასტრუქტურული გაუმართაობა	5,3	5,3	5,3
კოვიდ 19 პანდემიით გამოწვეული შეზღუდვების შედეგად საწარმოს აქტიური ფუნქციონირების შეფერხება	44,7	36,8	40,4
წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის სირთულეები	9,2	28,4	19,9
გაზრდილი კონკურენცია	3,9	4,2	4,1
სხვა	19,7	10,5	14,6

ცხრილი 2 გთხოვთ, გვითხრათ, ქვემოთ ჩამოთვლილი წყაროებიდან, რომელი იყო თქვენი შემოსავლის ძირითადი წყარო/ები უკანასკნელი 4 წლის (2018-2021) განმავლობაში, რომელსაც იყენებდით/იყენებთ საწარმოს სოციალური მიზნების შესასრულებლად?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/ საწარმოები/ ბიზნესკომპანიები N=143
	%		
გრანტები ადგილობრივი დონორებისგან	15,6	19,2	17,3
გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან	17,7	16	16,9
ინდივიდუალური შემოწირულობები	11,3	12	11,7
საწევრო ბონორარი	-	2,4	1,1
სახელმწიფოს დაფინანსება (ვაუჩერი, სხვ.)	40,4	6,4	24,4
ეკონომიკური/ბიზნესკომპანიების შემოწირულობები	5,7	1,6	3,8
სხვა	0,7	1,6	1,1

(

ტის“ მიერ „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის (CSRDG)“ დაკვეთით ჩატარდა კვლევა „სოციალურ საწარმოთა გავლენის კვლევა საქართველოში, რომლის თანახმად, ორგანიზაციათა უმრავლესობა თავს „თვითაღიარებულ“ სოციალურ საწარმოდ თვლის და პოზიციონირებს, როგორც სოციალური საწარმო, მესამედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციასთან აიგივებს თავს. ამ კვლევაშივეა მოცემული თუ რა გზებით ფინანსდებიან სოციალური საწარმოები. (ცხრილი 1.)[5]

იგივე კვლევიდან გამომდინარე ჩანს, რომ საწარმოს, კოვიდ-19 პანდემიით გამოწვეულმა შეზღუდვებმა, დიდი ზიანი მიაყენა. გადაადგილების შეზღუდვის გამო გართულდა რეალიზაცია. სოციალური საწარმოებისთვის ეს ფაქტორი დამაზიანებელი აღმოჩნდა. პროცენტული მაჩვენებელიც ნათლად ასახავს (28.4%) პრობლემის სიმძაფრეს. (ცხრილი 2)

როგორც აღმოჩნდა საწარმოებში სახელმწიფო და დონორი ორგანიზაციები დიდ როლს თამაშობენ ფინანსური მხარდაჭერის უზრუნველყოფაში. ასევე

5 სოციალური საწარმოების გავლენის კვლევა საქართველოში თბილისი, 2022. „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის (CSRDG)“ დაკვეთით გვ.126- 137

საგრძნობია ინდივიდუალური შემოწირულობები და სახელმწიფო მხადრაჭერა.

დასკვნა

სოციალური ბიზნესი სხვადასხვა გამოწვევისა და პრობლემის წინაშე დგას. მათი გათვალისწინება აუცილებელია, ორგანიზაციის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის. **ბალანსის შენარჩუნება.** ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევა არის საზოგადოებრივი საჭიროებების დაკმაყოფილებასა და ეკონომიკურ მოგებას შორის ბალანსის პოვნა. ზოგადად, სოციალური ბიზნესისა და მეწარმეობის მიზანს ეს წარმოადგენს. დაუკმაყოფილებელი სოციალური საჭიროების აღმოჩენა ბაზარზე და კარგი კომერციული შესაძლებლობების გამოყენება ამ ბალანსის შენარჩუნებაში დიდ როლს თამაშობს. შესაძლებელია იყო მოტივირებული, რომ გადაჭრა სოციალური პრობლემები მაგრამ არ გაითვალისწინო ეკონომიკური ასპექტი. შემდეგი გამოწვევა **სტრატეგიის არჩევა.** სუსტმა სტრატეგიამ შესაძლოა კარგი იდეის მქონე ბიზნესს პრობლემები შეუქმნას. ამ შემთხვევაში ცოდნის ნაკლებობა, არასწორი დაგეგმვა, არ ცოდნა იმისა თუ სად მოიძიო ფინანსური მხარდაჭერა; შესაძლოა პრობლემად იქცეს. სუსტი ან არასწორი სტრატეგიის არჩევის მიზეზი შეიძლება იყოს დრო, შესაძლებლობები, საქმიანობის ჰიბრიდულობა(ორგანიზაცია საქმიანობდეს როგორც კომერციული ისე სოციალური კუთხით. იმისთვის , რომ სოციალურმა ბიზნესმა შეძლოს თავისი მიზნების განხორციელება სახელმწიფომ აქტიური როლი უნდა შეასრულოს სოციალური საწარმოების საქმიანობის განვითარებაში. მნიშვნელოვანია დონორების მოძიება და მათი მხარდაჭერა. შედეგად მივიღებთ მომგებიან საწარმოებს, ჯანსაღ გარემოს და საზოგადოების კეთილდღეობას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ეკა დათუაშვილი. 2020. სოციალური მეწარმეობა საქართველოში. სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი ©. თბილისი. pdf. გვ 2 -11. http://www.seageorgia.ge/uploads/files/csi_research_1_5f74522a2f813.pdf

2. საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=6&t=14325

3. სოციალური საწარმოების გავლენის კვლევა საქართველოში თბილისი, 2022. „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის (CSRDG)“ დაკვეთით გვ 137,139, 180, 181. Pdf. Social_Entrepreneurship_Research.pdf (civilin.org) 20.06. 2023

4. ქვეყნის ძირითადი მონაცემები და მიმართულებები 2019-2022 წლებისათვის. საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო. Docx. https://www.mof.ge/5177 20.06. 2023

5. Muhammad Yunus, Frédéric Dalsace, David Menascé, and Bénédicte Faivre-Tavignot. March, 2015. From the Magazine. Reaching the Rich World's Poorest Consumers. Harvard Business Review. 20.06. 2023