

საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების კონკრეტული შემთხვევების ანალიზი

მაია გიორბელიძე
თსუ დოქტორანტი

რეზიუმე

თანამედროვე მსოფლიოში აქტიურად მიდის მსჯელობა სოციალური მენარმოების საკითხებზე, კერძოდ თუ ვინ რას მოიაზრებს ამ ტერმინის უკან და როგორია სოციალური მენარმოების და სოციალური საწარმოების წარმატებული მაგალითები. თუმცა, ჯერჯერობით არ არსებობს ერთიანი მიდგომა და განმარტება თავად ცნებისა „სოციალური საწარმო“/“სოციალური მენარმოება“. საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების შესწავლის მიზნით თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგიის გამოყენებით, სიღრმისეულად იქნა განხილული 20 კონკრეტული შემთხვევა.

კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების სოციალურ მისიას წარმოადგენს მოწყვლადი ჯგუფების (ახალგაზრდები, მთაში მცხოვრები მოსახლეობა, ზრდასრული ადამიანები, რომელთაც ხელი არ მიუწვდებათ დასაქმების სხვა შესაძლებლობებზე) სწავლებისა და დასაქმების სტიმულირება, სოფლიდან-ქალაქში მიგრაციის დონის შემცირება და ა.შ. მათთვის სოციალური და ფინანსური მიზნების დაბალანსებისას, უპირატესობა ენიჭება სოციალურ მიზანს, თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც იძულებულნი არიან ფინანსური მიზნებით იხელმძღვანელონ, რათა უზრუნველყონ სოციალური საწარმოს მდგრადობა.

ბიზნესის მართვის გამოცდილების ნაკლებობა და ბიზნესის პრინციპების შესახებ მცირედი ინფორმაცია სახელდებოდა ყველა გამოკითხული სოციალური მენარმის მიერ, როგორც სოციალური საწარმოს განვითარების ერთ-ერთი შემაფერხებელი ფაქტორი. კვლევის მონაწილეები ოპტიმალურად თვლიდნენ

რაიმე ტიპის სასწავლო მასალის/გზამკვლევის/კონსულტაციების მექანიზმის დანერგვას, რომელიც სოციალურ საწარმოებს მიაწვდიდა ინფორმაციას ზემოაღნიშნული საკითხების შესახებ.

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

კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ სოციალური საწარმოები ძირითადად ფუძნდებიან არასამთავრობო ან დონორი ორგანიზაციის ფინანსური მხარდაჭერით ააიპ-ის იურიდიული სტატუსით. აგრეთვე აღმოჩნდა, რომ კვლევის მონაწილე არცერთი სოციალურ საწარმო და სოციალური მენარმეობის სფეროში მოქმედი ორგანიზაცია არ ახორციელებს სოციალური საწარმოების სოციალური ზემოქმედების შეფასებას, თუმცა გეგმავენ ამ მიმართულებით საქმიანობის განვითარებას.

საკვანძო სიტყვები: სოციალური საწარმოები, სოციალური მენარმეობა, სოციალური ზეგავლენა, სოციალური ღირებულების შექმნა

შესავალი

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

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

თავდაპირველად ტერმინი “სოციალური საწარმო” გამოიყენეს Nikhilesh Dholakia, Ruby R. Dholakia, (1975¹) თავიანთ ნაშრომში. ისინი მოიაზრებდნენ “ნებისმიერ საწარმოს, რომლის ფლობის და ფუნქციონირების ფორმა გახლდათ კოლექტიური”. Drucker (1979²) პირველად შემოიტანა “სოციალური საწარმოს” კონცეფცია კორპორაციების ეთიკური პასუხისმგებლობების ადვოკატირებისას (Trivedi, 2010a³ —ზე დაფუძნებით). Banks-მა (1972⁴) პირველად აღნიშნა ტერმინი “სოციალური მენარმე” სოციალური ცვლილების მიმართულებით.

აკადემიურ ლიტერატურაში სოციალური მენარმეობის პირველი ჩამონათვალი გამოჩნდა 1994 წელს და წყაროთა რაოდენობა 2002 წლიდან მკვეთრად გაიზარდა (Douglas, 2008⁵).

“სოციალურ მენარმეობასთან” მიმართებაში, ჯეფ სკოლი ამბობს, რომ არსებობდა მკვეთრი განსხვავება ჩრდილო ამერიკულ და ევროპულ მიდგომებს შორის. კერძოდ, ჩრდილო ამერიკული ხედვის მიხედვით, სოციალური მენარმეობა უპირატესად მიიჩნევა სოციალური პრობლემების ბიზნეს გადაწყვეტას (ვინრო

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

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

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

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

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

კონცეფცია) და შესაბამისად, ორიენტირებული იყო სოციალური მენარმეობის სპექტრის სოციალური სანარმოების ნაწილზე (მაგ. Austin და სხვა, 2006ა;¹ Brincerhoff, 2000²; Boschee და McGlurg, 2003³). ხოლო ევროპული მიდგომა მოიცავდა სოციალური მენარმეობის შესწავლას სოციალური ეკონომიკის კონტექსტში და დაინტერესებული იყო კოოპერატივებით (Borzaga და Defourny, 2001⁴; Spear და Bidet, 2005⁵; Nyssens, 2006⁶). ფართო, ევროპული კონტექსტით, სოციალური მენარმეობა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც შემდეგი: სოციალური მენარმეობა მოიცავს სამენარმეო ან არასამენარმეო სექტორში სოციალური მიზნისკენ ორიენტირებულ ინოვაციურ ქმედებებს (Austin და სხვა 2006ბ⁷, Dees, 1998⁸, Townsend და Hart, 2008⁹). ვიწრო განმარტების საფუძველზე (ძირითადად გავრცელებული აშშ-ში), სოციალური მენარმეობა დაკავშირებულია ორგანიზაციასთან ან სანარმოსთან, რომელიც ახორ-

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ციელებს სოციალურ მისიას სამენარმეო, შემოსავლის მომტანი სტრატეგიებით. (მაგ. Boschee, 2001¹, Oster და სხვა, 2004²; Tracey და Phillips, 2007³). ხოლო, დიდი ბრიტანეთის ვაჭრობისა და მრეწველობის დეპარტამენტი შემდეგნაირ განმარტებას გვთავაზობს „სოციალური სანარმო არის ბიზნესი, რომელს უპირველესი მიზანიც სოციალური ხასიათისაა და ახდენს მოგების რეინვესტირებას თემში ან ბიზნესში, ამ სოციალური მიზნების მისაღწევად. მისი მამოძრავებელი არ არის მოგების ზრდა მენილებისა და მფლობელებისათვის.“

ევროპასა და აშშ-ში საკმაოდ ხანდაზმული ფენომენი – „სოციალური სანარმო“, საქართველოში არც ისე დიდი ხნის წინ დაინერგა.

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის მიერ შემუშავებული „სოციალური მენარმეობის“ მხარდამჭერი საკანონმდებლო ინიციატივაში ჩამოყალიბებული განმარტების მიხედვით, სოციალური მენარმეობა არის ორგანიზებული სამენარმეო საქმიანობა სოციალური ზრუნვის, სოციალური ადაპტაციის, სიღარიბის შემცირებისა და დაძლევის, საზოგადოების მონყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის, საგანმანათლებლო, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურის, სპორტის, გარემოს დაცვის სფეროებში, რომლის მიზანი არ არის უპირატესად მოგების მიღება და პარტნიორობა, მეპაიეთა ან აქციონერთა შორის განაწილება⁴.

სტატიაში წარმოდგენილი კვლევა მიზნად ისახავდა საქართ-

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

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

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

4 საკანონმდებლო წინადადება - ”სოციალური მენარმეობისა და მისი მხარდამჭერის შესახებ“ კანონპროექტისა და თანმდევი კანონპროექტების შესახებ

ველოში მოქმედი სოციალური სანარმოების შესწავლას კონკრეტული შემთხვევის ტექნიკის გამოყენების გზით.

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

Ghauri (2004) აღნიშნავს, რომ კონკრეტული შემთხვევის მეთოდოლოგია არის ძალიან კარგი და გამოსადეგი მეთოდი რაიმე საკითხის სიღრმისეულად შესასწავლად. ქეის სთადები გულისხმობს მონაცემების შეგროვებას სხვადასხვა წყაროდან, როგორიცაა ზეპირი და წერილობითი ანგარიშები, პირადი ინტერვიუები, დაკვირვებები. ძირითადი მახასიათებლები ამ დროს არის კვლევის საგნის სიღრმისეულობა და ფოკუსი. იინის (Yin, 1994) მიხედვით, ქეის სთადები არის უმჯობესი მიდომა, როდესაც შეკითხვებზე “როგორ” და “რატომ” უნდა იქნას პასუხი გაცემული, როდესაც მკვლევარს აქვს მცირედი კონტროლის საშუალება გარემოებებზე და როდესაც ფოკუსირება ხდება მიმდინარე ფენომენზე რეალურ კონტექსტში.

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

კვლევის შედეგები

ტერმინი “სოციალური სანარმო” და მისი საკანონმდებლო რეგულირება

დღესდღეობით მსოფლიოში, და არა მხოლოდ საქართველოში, არ არსებობს უნიფიცირებული მიდგომა სოციალური მენარმეობის მიმართ და ბევრი ორგანიზაცია სხვადასხვაგვარად განმარტავს ტერმინს “სოციალური სანარმო”. იმისათვის, რომ უზრუნველყოფილი ყოფილიყო კვლევის შედეგების ურთიერთშესაბამისობა და შესაძარისობა, ყველა ძირითადი ინფორმირებული პირი წარმოაჩენდა ტერმინის “სოციალური სანარმო” მისეულ აღქმას და განმარტებას. საინტერესოა, რომ ყველა მათგანი აღნიშნავდა, რომ ეს არის ბიზნეს პრინციპებით მოქმედი სანარმო, რომლის უპირველეს მიზანსაც სოციალური ხასიათი აქვს. რესპოდენტები აგრეთვე ამბობდნენ, რომ “...სოციალურ მენარმეობად მივიჩნევთ ეკონომიკურ საქმიანობას, რომლის მიზანი არის რაიმე კონკრეტული სოციალური საკითხის მოგვარება და მიღებული შემოსავლის ნაწილი ხმარდება ამ საქმიანობის გაფართოებას, განვითარებას და სოციალური საკითხების მოგვარებას...”

აღსანიშნავია, რომ ამ ტერმინის “სოციალური სანარმო” მნიშვნელობა ერთნაირად ესმით საჯარო, კერძო თუ არასამთავრობო სექტორში მოქმედ ორგანიზაციებს. თუმცა, არ არსებობს ერთიანი ბაზა, რომელიც თავს მოუყრიდა ინფორმაციას ყველა სოციალური სანარმოს შესახებ, რამეთუ ძნელია იდენტიფიცირება “სოციალური სანარმოსი” და მისი გამოვლენა ხდება სუბიექტურად. “... ჩვენ გვინვს სუბიექტურად შეფასება არის თუ არა კონკრეტული ბიზნესი სოციალური სანარმო. ვინმე ექსპერტი რომ ჩამოვიდეს სხვა ქვეყნიდან, შეიძლება გვითხრას რომ იგი არ არის სოციალური სანარმო...”. დღესდღეობით საქართველოში მოქმედი სოციალური სანარმოები თვითდენტიფიცირებას ახდენენ, რამეთუ არ არსებობს შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც ასახავდა ჩანაწერს სოციალური სანარმოების შესახებ. საინტერესოა, რომ უმეტესწილად, საქართველოში მოქმედი სოციალური სანარმოები, იურიდიული ფორმის არჩევისას, უპირატესობას

ანიჭებენ არასამეწარმეო-არაკომერციული იურიდიული პირის (ააიპ) სტატუსს. ამის არგუმენტს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ ამჟამად სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერა უმეტესწილად ხორციელდება საგრანტო დაფინანსების გზით და კანონმდებლობის შესაბამისად, შპს-ს არ აქვს უფლება გრანტის მიღებისა. „...აიპსაც შეუძლია ეკონომიკური საქმიანობა წარმართოს, თუმცა ეს დეფინიცია კანონმდებლობაში და 34-ე მუხლში, რომელიც ეხება აიპების დაბეგვრას, არ არის სწორად დასმული და განსაზღვრული, რაც ბიზნესის კუთხით ჩვენ, როგორც ბანკს, გარკვეულ დისკომფორტს გვიქმნის. გრძელვადიან პერსპექტივაში ჩვენთვის უფრო მისაღები იქნება იყოს ცალკეული განსაზღვრება, რათა არა მხოლოდ ფონდს, არამედ ჩვენც აღარ შეგვექმნას პრობლემა. ბანკს ნებისმიერ შემთხვევაში არ შეუძლია გასცეს თანხა, ამიტომ ბანკი აფინანსებს ფონდს და ფონდი შემდეგ გასცემს გრანტს. ჩვენი მხრიდანაც გამოდის გზების ავლა, რომ შევასრულოთ ჩვენი მთავარი მისია, თუმცა საკანონმდებლო დეფინიციების არარსებობა ჩვენც გვიქმნის დისკომფორტს და ფონდსაც...”

რესპოდენტთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ დღევანდელი საკანონმდებლო ბაზა გარკვეულ შეფარებულ ფაქტორად გვევლინება სოციალური მეწარმეობის განვითარების კუთხით. ისინი აღნიშნავენ, რომ თუ კანონმდებლობაში იქნება ჩანაწერი, რომელიც განსაზღვრავს “სოციალური საწარმოს”, მისი იდენტიფიცირება აღარ იქნება სუბიექტივიზმზე დაფუძნებული და ხელს შეუწყობს ამ დარგის განვითარებას. “... კარგი იქნებოდა, რომ კანონმდებლობაში მითითებული იყოს, თუ რომელი სამართლებრივი ფორმის მქონე ორგანიზაციას შეუძია გახდეს სოციალური საწარმო, როგორი ტიპის დაფინანსება შეიძლება მიიღოს, რა ტიპის შეღავათებით ისარგებლებს. კონკრეტულად რომ არსებობდეს იურიდიული ტერმინი, სოციალური მეწარმე, თუნდაც საგადასახადო შეღავათების ან ა.შ. დანესება და გაკონტროლება უფრო ადვილი იქნება...”

სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი საკანონმდებლო ბაზის შექმნის კუთხით აქტიურად მუშაობენ სამთავრობო, არასამთავრობო და კერძო სექტორის ამ სფეროში მოქმედი ორგანიზაციები.

პირველი საკანონმდებლო ინიციატივა 2015 წელს შეიტანეს პარლამენტში, თუმცა საკომიტეტო მოსმენებზე მოხდა მისი შეჩერება. ამჟამად, აქტიურად მიდის ლობირება ამ საკითხის სხვადასხვა ინსტიტუციებთან და ახალი კანონპროექტის ინიცირება.

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

საგულისხმოა, რომ როგორც საჯარო, ასევე კერძო და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები მიიჩნევენ, რომ გარდა საკანონმდებლო რეგულირებისა, სოციალური საწარმოების ერთ-ერთ ძირითად გამოწვევას წარმოადგენს ბიზნესის მართვის თეორიული ცოდნისა და პრაქტიკული გამოცდილების ნაკლებობა. მათი აზრით ეს განპირობებულია იმ ფაქტით, რომ დღესდღეობით სოციალური საწარმოს დამფუძნებლებად ძირითადად გვევლინებიან არასამეწარმეო არაკომერციული იურიდიული პირები, რომლებსაც არ აქვთ ბიზნესის მართვის გამოცდილება.

მოსახლეობის ცნობიერება სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით.

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

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

ყველა რესპოდენტი ხაზს უსვამდა, რომ მათ მიერ სოციალური მენარმეობის მხარდამჭერ საქმიანობას თან სდევს მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლების კამპანიები, რაც ზრდის სოციალური მენარმეობით დაინტერესებულ პირთა რაოდენობას და ხელს უწყობს ამ მიმართულების განვითარებას. ამჟამად, განათლების სამინისტროც მუშაობს სოციალური მენარმეობის კურიკულუმის შექმნაზე სხვადასხვა უნივერსიტეტთან ერთად.

საინტერესოა ის ფაქტი, რომ იმდენად მცირეა რაოდენობა საქართველოში ფუნქციონირებადი სოციალური საწარმოებისა, რომ ორგანიზაციები, განურჩევლად იმისა, თუ რომელ სექტორში ახორციელებენ თავიანთ საქმიანობას სოციალური მენარმეობის კუთხით, ძირითადად ერთიდაიგივე სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობენ, რაც, გარკვეულწილად, ხელს უშლის ახალი საწარმოების ჩამოყალიბებას და განვითარებას.

დასკვნა

ამრიგად, შესწავლილი კონკრეტული შემთხვევის მაგალითზე საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოების სოციალურ მისიას წარმოადგენს მონყვლადი ჯგუფების (ახალგაზრდები, მთაში მცხოვრები მოსახლეობა, ზრდასრული ადამიანები, რომელთაც ხელი არ მიუწვდებათ დასაქმების სხვა შესაძლებლობებზე) სწავლებისა და დასაქმების სტიმულირება, სოფლიდან-ქალაქში მიგრაციის დონის შემცირება და ა.შ. მათთვის სოციალური და ფინანსური მიზნების დაბალანსებისას, უპირატესობა ენიჭება სოციალურ მიზანს, თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც იძულებულნი არიან ფინანსური მიზნებით იხელმძღვანელონ, რათა უზრუნველყონ სოციალური საწარმოს მდგრადობა. კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ვთქვათ, გამოკითხული სოციალური საწარმოები

უმეტესწილად ორიენტირებულნი არიან მასლოუს პირამიდის პირველი დონის - ძირითადი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. ისინი ცდილობენ მათ სამიზნე ჯგუფებს შეუქმნან სწავლისა და დასაქმების შესაძლებლობები, რათა გამოეშვათ შემოსავლით დაიკმაყოფილოთ მათი ფიზიოლოგიური მოთხოვნილებები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდი: სოციალური მეწარმეობა და დასაქმება, 2013-2016 (Social Entrepreneurship and Employment, 2013-2016- Children and Youth National Center).
- საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი: სოციალური მეწარმეობის ფორუმი, 2016 (Social Entrepreneurship Forum -Center for Strategic Research and Development of Georgia).
- საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი: ქართული სოციალური საწარმოები, კატალოგი 2015 (List of Social Enterprises -Center for Strategic Research and Development of Georgia).
- Austin, J., Gutierrez, R., Ogliastri, E., Reficco, R. (Eds) (2006a). Effective Management of Social Enterprises. Harvard: David Rockefeller Centre Series on Latin American Studies.
- Austin, J., Stevenson H., Wei-Skillem, J. (2006b). "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?" Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 30, No. 1, pp. 1-22.
- Banks, J. A. (1972). The Sociology of Social Movements. MacMillan, London.
- Bloom, P. N., Chatterji, A. K. (2009). "Scaling Social Entrepreneurial Impact." California Management Review, Vol. 51, No. 3, pp. 114-133.
- Borzaga, C., Defourny, J. (Eds.) (2001). The Emergence of Social Enterprise. Routledge, New York.
- Boschee, J. (2001). "Eight basic principles for nonprofit entre-

preneurs." *Nonprofit World*, Vol. 19, No. 4, pp. 15–18.

- Boschee, J., McGlurg, D. (2003). *Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions*. Institute for Social Entrepreneurs, Minnesota.
- Dholakia, N., Dholakia, R. R. (1975). "Marketing Planning in a Social Enterprise." *European Journal of Marketing*, Vol. 9, No. 3, pp. 250–258.

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

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

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

- Cloquell-Ballester, V.-A., Monterde-Díaz, R., Santamarina-Siurana, M. C. (2006). "Indicators validation for the improvement of environmental and social impact quantitative assessment." *Environmental Impact Assessment Review*, Vol. 26, No. 1, pp. 79–105.

- Craig, D. (1990). "Social impact assessment: Politically oriented approaches and applications." *Environmental Impact Assessment Review*, Vol. 10, Nos. 1–2, pp. 37–54.

- Cutler, A. (2004) 'Methodical Failure: The Use of Case Study Method by Public Relations Researchers', *Public Relations Review*, 30(3), pp. 365-375.

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

- Dees, J. G., Emerson, J., Economy, P. (2001). *Enterprising Non-profits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. Wiley Non-Profit Series, New York.

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

- Desa, G. (2007). "Social entrepreneurship: snapshots of a re-

search field in emergence.” Paper presented at the 3rd International Social Entrepreneurship Research Conference, Frederiksberg, 18–19 June. Nicholls, 2008),

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

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

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

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

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

- Finsterbusch, K. (1980). *Understanding Social Impacts: Assessing the Effects of Public Projects*. Sage Publications: Beverly Hills, California.

- Freudenburg, W. R. Glasson, J., Cozens, P. (2011). “Making communities safer from crime: An undervalued element in impact assessment.” *Environmental Impact Assessment Review*, Vol. 31, No. 1, pp. 25–35. “Social impact assessment.” *Annual review of sociology*, Vol. 12, pp. 451–478.

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

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

- Howitt, R. (1989). “Social Impact Assessment and resource development: issues from the Australian experience.” *Australian Geog-*

rapher, Vol. 20, No. 2, pp. 153–166.

- Jackson, D., Georgiou, S., Crooks, S. (2001). "Social impact assessment of the Hickling Broad." Conflict Publication ECM-2001-02: CSERGE Working Paper.

- Kelley, T. (2009). "Law and Choice of Entity on the Social Enterprise Frontier." *Tulane Law Review*, Vol. 84, No. 2, pp. 337–377.

- Kelly, D., Lewis, A. (2009). "Human service sector nonprofit organization's social impact." *Business Strategy Series*, Vol. 10, No. 6, pp. 374–382.

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

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

- Liamputtong, P. & Ezzy, D. (2005) *Qualitative Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.

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

- Mendell, M. (2010). "Reflections on the evolving landscape of social enterprise in North America." *Policy and Society*, Vol. 29, No. 3, pp. 243–256.

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

- Miller, T. L. & Wesley II, C. L. (2010) 'Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists Decision Criteria', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34, pp. 705-733.

- Munshi, N. V. (2010). "Value creation, social innovation, and entrepreneurship in global economies." *Journal of Asia-Pacific Busi-*

ness, Vol. 11, No. 3, pp. 160–165.

- Nicholls, A. (2009). “We do good things, don’t we?”: ‘Blended Value Accounting’ in social entrepreneurship.” *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 34, No. 6–7, pp. 755–769.

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

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

- Pearce, J. (2003). *Social Enterprise in Anytown*. Calouste Gulbenkian Foundation, London.

- Phillips, M. (2006). “Growing pains: the sustainability of social enterprises.” *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, Vol. 7, No. 4, pp. 221–230.

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

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

- Rogers, M. (2012) ‘Contextualizing Theories and Practices of Bricolage Research’, *The Qualitative Report*, 17 (7), pp. 1-17

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

- Ruebottom, T. (2013) ‘The Microstructures of Rhetorical Strategy in Social Entrepreneurship: Building Legitimacy Through Heroes and Villains’, *Journal of Business Venturing*, 28, pp. 98-116.

- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009) *Research Methods for Business Students*. 5th ed. Essex: Pearson Education.

- Seedco Policy Center. (2007) *The Limits of Social Enterprise: A Field Study and Case Analysis*. New York, NY: Seedco Policy Center.

- SEUK (2013) *State of Social Enterprise Survey 2013*. London, UK: Social Enterprise UK

- Shane, S. A. (2003) *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Spear, R., Bidet, E. (2005). "Social Enterprises for Work Integration in 12 European Countries: A Descriptive Analysis." *Annals of Public and Cooperative Economics*, Vol. 76, No. 2, pp. 195–231.
- Thompson, J. L. (2008). "Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached? A summary of issues and discussion points." *Social Enterprise Journal*, Vol. 4, No. 2, pp. 146–161.
- Townsend, D. M., Hart, T. A. (2008). "Perceived Institutional Ambiguity and the Choice of Organizational Form in Social Entrepreneurial Ventures." *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 32, No. 4, pp. 685–700.
- Tracey, P., Phillips, N. (2007). "The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education." *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 6 No. 2, pp. 264–271.
- Trivedi, C. (2010a). "A social entrepreneurship bibliography." *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 19, No. 1, pp. 81–85.
- Westley, F., Antadze, N. (2010). "Making a difference: Strategies for scaling social innovation for greater impact." *Innovation Journal*, Vol. 15, No. 2, pp. 1–19.
- Yin, R. (1994). *Case study research: Design and methods* (2nd ed., Vol. 5). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Yin, R. (1998). The abridged version of case study research: design and methods. In L. Bickman, & D. Rog (Eds.), *Handbook of applied social research methods* (pp. 229-259). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Zalan, T., & Lewis, G. (2004). Writing about methods in qualitative research: Towards a more transparent approach. In R. Marschan-Piekkari, & C. Welch (Eds.), *Handbook of qualitative research methods for international business* (pp. 507-526). Cheltenham, England: Edward Elgar.

CASE-STUDY ANALYSIS OF SOCIAL ENTERPRISES OPERATING IN GEORGIA

Maia Giorbelidze

PhD Student, Iv. Javakhishvili Tbilisi State University

RESUME

Social entrepreneurship is a topic that has been widely discussed in the last year around the globe. Social enterprises are now being established in Georgia. But, no research has been conducted that measures the social and economic value created by these enterprises. The objective of the research was to study the effectiveness of social enterprises operating in Georgia. The qualitative research methodology was applied, which enabled in-depth analysis of the information collected. The total range of 20 cases was considered to be appropriate for this work.

The research findings indicate that public, private and civil society sectors support the social enterprise development in Georgia, however, image designers of social enterprise come from the third sector itself and the legislation does not drive the developments. Social enterprises are not defined by specific legal forms or by organizational structures, which hinders the social enterprise enhancement in Georgia.

The targeted awareness raising campaigns around social entrepreneurship issues should be planned in order to generate greater engagement and understanding around this topic.

It is concluded, therefore, that social enterprises in Georgia support learning and stimulate the employment of vulnerable groups (youth, rural population), contribute to reducing internal migration, and are focused on meeting the basic needs of the target groups.

Key Words: Social Enterprises, Social Entrepreneurship, Social Impact, Social Value Creation.