



ევროკავშირი
საქართველოსთვის



სოციალური სარგებლობის გავლენის კვლევა საქართველოში ანალიტიკური ანგარიში



სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტი
INSTITUTE OF SOCIAL STUDIES AND ANALYSIS

კვლევა მომზადებულია „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის“ მიერ „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის (CSRDG)“ დაკვეთით

თბილისი,
2022



კვლევა მომზადდა „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ დაკვეთით პროექტის „სოციალური მეწარმეობის განვითარება მდგრადი და ინკლუზიური საზოგადოებისთვის“ ფარგლებში.

პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია „სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტი“ და შესაძლოა, რომ იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირისა და საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის შეხედულებებს.

პროექტს "სოციალური მეწარმეობის განვითარება მდგრადი და ინკლუზიური საზოგადოებისთვის" ევროკავშირისა და პური მსოფლიოსთვის მხარდაჭერით ახორციელებს საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი (CSRDG), პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად: სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი (CSI), სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (SEA), საქართველოს სამოქალაქო განვითარების ასოციაცია (GCDA), საქართველოს დემოკრატიული განვითარების კავშირი (DDUG), ვენჩურული ფილანტროპიის ევროპული ასოციაცია (EVPA), ახალგაზრდობის სააგენტო.

სარჩევი

სარჩევი.....	3
კვლევაში გამოყენებული დიაგრამების ჩამონათვალი.....	6
კვლევაში გამოყენებული ცხრილების ჩამონათვალი.....	7
შესავალი.....	9
კვლევის მეთოდოლოგია.....	10
1.1. კვლევის მიზანი.....	10
1.2. კვლევის განხორციელების ეტაპები:	11
თავი პირველი: სოციალურ საწარმოთა გავლენის კვლევა საქართველოში	17
1.3. შესავალი	18
1.4. სოციალური მეწარმეობის განმარტებები	18
1.5. სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემა.....	22
1.5.1. ხილვადობა და აღიარება.....	22
1.5.2. რესურსებზე ხელმისაწვდომობა	23
1.5.3. კვლევა, განათლება და უნარების განვითარება.....	24
1.6. სოციალური საწარმოები საქართველოში	27
1.7. სოციალურ საწარმოთა გავლენის შეფასების/გაზომვის თეორიული ჩარჩო	31
1.8. სოციალურ საწარმოთა გავლენის საერთაშორისო გამოცდილება	34
1.8.1. სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ქვეყნები	34
1.8.2. კანადა	38
1.8.3. ნიდერლანდები.....	40
1.8.4. პოლონეთი.....	41
1.8.5. ესპანეთი	43
1.8.6. საფრანგეთი.....	44
1.8.7. ირლანდია	45
1.8.8. თურქეთი.....	46
1.8.9. საბერძნეთი.....	48
1.8.10. დიდი ბრიტანეთი	48
1.8.11. არაბთა გაერთიანებული საამიროები	49
1.9. COVID 19-ის პანდემიის გავლენა სოციალურ მეწარმეობაზე.....	53
1.10. შემავარდნის დასკვნა.....	56
თავი მეორე:	
სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველი გუნდის წევრებთან, მოსარგებლებს/დასაქმებულებსა და სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერ სამთავრობო და საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის ანგარიში	61
ძირითადი მიგნებები	62

2.1.	სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობა	76
2.2.	ზოგადი მახასიათებლები.....	77
2.3.	სოციალური მეწარმეების/სოციალური საწარმოს მოსარგებლეთა მოტივაცია	85
2.4.	სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მოსარგებლები	91
2.5.	სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის შედეგები და გავლენა.....	96
	2.5.1.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის სტატისტიკური შედეგები.....	96
	2.5.2.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის დადებითი შედეგები.....	103
	2.5.3.სოციალური საწარმოს ფუნქციონირების შესაძლო უარყოფითი შედეგები	110
	2.5.4.სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის საქმიანობის გავლენის შეფასების მექანიზმები	112
	2.5.5.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა გავლენის მიმართულებები	114
2.6.	ფინანსური მაჩვენებლები.....	122
	2.6.1.სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ფინანსური ბრუნვა.....	122
	2.6.2.სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის შემოსავლის წყაროები	125
	2.6.3.სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ფინანსური მოგება.....	135
2.7.	ეკონომიკური მაჩვენებლები	140
2.8.	დასაქმების მაჩვენებლები	146
	2.8.1.სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულთა გრაფიკი/ანაზღაურება.....	155
	2.8.2.სოციალურ საწარმოში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციაში არსებული სამუშაო გარემო/პირობები/შესაძლებლობები.....	159
	2.8.3.სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში თანამშრომელთა რაოდენობის ცვლილება.....	163
	2.8.4.სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში არსებული როლები და ფუნქციები	165
2.9.	სოციალური საწარმოს ეკოსისტემა	168
	2.9.1.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მახასიათებლები.....	168

2.9.2.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა ინოვაციური მიდგომები.....	171
2.9.3.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შესახებ საზოგადოების ინფორმირება.....	173
2.9.4.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის ხელშეწყობი და შემაფერხებელი ფაქტორები	178
2.9.5.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა სამომავლო გეგმები.....	184
2.10. ზოგადი სურათი.....	186
2.10.1.სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა განვითარების ხელშეწყობა და გავლენის ზრდა	186
2.10.2.სოციალური მეწარმეობის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორები	188
2.10.3.ყველაზე პრიორიტეტული ნაბიჯები სოციალური მეწარმეობის სექტორში	190
2.11. სოციალური საწარმოს მიერ განხორციელებული პროექტები/აქტივობები.....	194
2.12. მოლოდინები.....	198
2.13. სოციალური საწარმოს შექმნის შესაძლებლობა.....	204
2.14. თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევის რესპონდენტთა სოციალურ-დემოგრაფიული პროფილი.....	206
გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხა	208

კვლევაში გამოყენებული ღიაბრაშების ჩამონათვალი

დიაგრამა 1: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების "თვითაღიარება"	77
დიაგრამა 2: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების იურიდიული ფორმა.....	78
დიაგრამა 3: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების არსებობის ხანგრძლივობა.....	80
დიაგრამა 4: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ეკონომიკური სექტორი.....	81
დიაგრამა 5: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საქმიანობის ტიპი.....	82
დიაგრამა 6: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების საქმიანობის სფერო	83
დიაგრამა 7: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შედეგების სტატისტიკის არსებობა	96
დიაგრამა 8: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საქმიანობის გავლენის შეფასების მეთოდები	112
დიაგრამა 9: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების სირთულეები გავლენის გაზომვისას	113
დიაგრამა 10: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების საქმიანობის შედეგების გავლენის შეფასების მნიშვნელობა სამომავლო საქმიანობისთვის.....	120
დიაგრამა 11: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ბრუნვის მოსალოდნელი ცვლილება.....	124
დიაგრამა 12: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საშუალო თვიური შემოსავალი.....	132
დიაგრამა 13: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საშუალო თვიური შემოსავალი პანდემიის პერიოდში.....	132
დიაგრამა 14: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ამრი დონორი ორგანიზაციების საჭიროების შესახებ.....	134
დიაგრამა 15: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ცვლილება პანდემიურ ტრილში.....	135
დიაგრამა 16: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საგადასახადო სანქციების შემთხვევები.....	141
დიაგრამა 17: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო სახსრების დაზოგვა.....	144
დიაგრამა 18: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო სახსრების დაზოგვის ანალიზი.....	145
დიაგრამა 19: კვლევის სუბიექტების წილი მთლიან შიდა პროდუქტში.....	145
დიაგრამა 20: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულების ასაკობრივი ტრილი	149
დიაგრამა 21: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა განათლების დონე	152
დიაგრამა 22: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა ანაზღაურების ცვლილება....	157
დიაგრამა 23: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დროებითი დასაქმების შესაძლებლობები...	158
დიაგრამა 24: კვლევაში მონაწილე სუბიექტთა სეზონური დასაქმების მაჩვენებელი	159
დიაგრამა 25: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა რაოდენობის ცვლილება ბოლო ერთი წლის განმავლობაში	164
დიაგრამა 26: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში მოხალისეობა	166
დიაგრამა 27: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში მოხალისეების რაოდენობა.....	167
დიაგრამა 28: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების წარმატების განმაპირობებელი ფაქტორები	169
დიაგრამა 29: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მიერ ფართო საზოგადოებაში ინფორმაციის გავრცელება.....	174
დიაგრამა 30: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოტივაცია ფართო საზოგადოებაში ინფორმაციის გასავრცელებლად	175
დიაგრამა 31: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მიერ შერჩეული მეთოდები ფართო საზოგადოებაში ინფორმაციის გასავრცელებლად	176
დიაგრამა 32: ძირითადი ბარიერები, რასაც კვლევაში მონაწილე სუბიექტები აწყდებიან.....	182
დიაგრამა 33: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების სამომავლო გეგმების დებულებები.....	184
დიაგრამა 34: საქართველოში სოციალური საწარმოების განვითარების ხელის შემშლელი ფაქტორები.....	189
დიაგრამა 35: სახელმწიფოს მხრიდან პრიორიტეტული ნაბიჯები, რომელიც უნდა გადაიდგას სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის	191
დიაგრამა 36: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების დაარსების წელი.....	207

კვლევაში გამოყენებული ცხრილების ჩამონათვალი

ცხრილი 1: ფოკუსჯგუფები	12
ცხრილი 2: სიღრმისეული ინტერვიუს მონაწილე სოციალური საწარმოები.....	13
ცხრილი 3: სიღრმისეული ინტერვიუს მონაწილე ორგანიზაციები	14
ცხრილი 4: სამიზნე სოციალური საწარმოს ტიპი	15
ცხრილი 5: გლობალური მეწარმეობის მონიტორის მიერ დაჯგუფებული რეგიონები.....	50
ცხრილი 6: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა	79
ცხრილი 7: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების მიზანი.....	84
ცხრილი 8: კვლევაში მონაწილე სოციალური მეწარმეების ძირითადი მოტივატივები	86
ცხრილი 9: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ძირითადი ბენეფიციარები.....	92
ცხრილი 10: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების პირდაპირი ბენეფიციარების რაოდენობა	95
ცხრილი 11: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შედეგების სტატისტიკა	101
ცხრილი 12: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შედეგების შეფასების პოზიტიურობა	111
ცხრილი 13: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების გავლენის შესაფასებელი დებულებები	115
ცხრილი 14: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოებისთვის გავლენის ზრდისთვის საკითხების მნიშვნელობა.....	117
ცხრილი 15: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების ბრუნვა	122
ცხრილი 16: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოლოდინები ბრუნვის ცვლილებასთან დაკავშირებით	124
ცხრილი 17: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის ძირითადი წყაროები.....	125
ცხრილი 18: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის ძირითადი წყაროები დაფუძნების ჭრილში.....	126
ცხრილი 19: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის წყაროების დიფერენცირება.....	128
ცხრილი 20: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის წყაროს ცვლილება	130
ცხრილი 21: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ცვლილება პანდემიურ ჭრილში.....	136
ცხრილი 22: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ცვლილების ანალიზი პანდემიურ ჭრილში.....	137
ცხრილი 23: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მიერ მიღებული მოგების განკარგვა	138
ცხრილი 24: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ანალიზი პანდემიურ ჭრილში.....	139
ცხრილი 25: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საგადასახადო სანქციონების შემთხვევების ანალიზი.....	142
ცხრილი 26: კვლევაში მონაწილე სუბიექტთა დასაქმების მაჩვენებელი.....	147
ცხრილი 27: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა ასაკობრივი ჭრილის ანალიზი	150
ცხრილი 28: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა რაოდენობა განათლების დონეების მიხედვით.....	153
ცხრილი 29: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში სრულ და ნახევარ შტატზე დასაქმებულთა ანალიზი.....	156
ცხრილი 30: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა ანაზღაურების ანალიზი.....	157
ცხრილი 31: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა მიმართ დაცული პრინციპების ანალიზი.....	160
ცხრილი 32: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა რაოდენობის ცვლილების ანალიზი ბოლო ერთი წლის განმავლობაში	164
ცხრილი 33: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მახასიათებლების ანალიზი.....	170

ცხრილი 34: სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება.....178

შესავალი

სოციალური მეწარმეობა შედარებით ახალი სექტორია საქართველოში. დღეისათვის საქართველოში კანონმდებლობა არ იცნობს სოციალური მეწარმეობის ცნებას და ის არცერთ ოფიციალურ დოკუმენტში განმარტებული არაა. სოციალური საწარმოები სახელმწიფოს მხრიდან არც საკანონმდებლო დონეზე და არც პოლიტიკურად არაა აღიარებული. ამიტომ ამ სფეროში მოქმედი ორგანიზაციები მიმდინარე პროგრამების ფარგლებში (ამ პროგრამების მიზნებისგან გამომდინარე და საერთაშორისო გამოცდილების გათვალისწინებით) დამოუკიდებლად განმარტავენ აღნიშნულ ცნებას.

მსოფლიოს სახელმწიფოებს სოციალური მეწარმეობის განსხვავებული გამოცდილება აქვს, თუმცა ნებისმიერი ქვეყნისთვის საკვანძო საკითხი საზოგადოების წინაშე არსებული სოციალური და გარემოსდაცვითი ამოცანების გადასაწყვეტად ახლებური მიდგომებისა და სამეწარმეო სტრატეგიების გამოყენებაა. სოციალურ საწარმოებს დიდი წვლილი მიუძღვით შემდეგი გამოწვევების გადალახვაში: უმუშევრობის დონის შემცირება, ეკონომიკური აქტიურობის მაჩვენებლის ზრდა, მწარმოებლობის ამაღლება, სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება და ა. შ. ამასთანავე, სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელოვან მახასიათებლად მიიჩნევა სამიზნე თემის საჭიროებებზე მორგებულ საქმიანობათა განხორციელება და მოწყვლად ჯგუფებთან მჭიდრო ურთიერთობა.

სოციალურ საწარმოთა მიზანი კონკრეტული პრობლემის გადაჭრასა და მისი გამოწვევი კონტექსტის შეცვლას ითვალისწინებს. ეს გულისხმობს სხვადასხვა სახის მოწყვლად ჯგუფთა დასაქმების ხელშეწყობას, იმ პრობლემებისა აღმოფხვრასა თუ შემცირებას, რომლებიც ამ ჯგუფებისთვის დასაქმების ბაზარს არაკონკურენტულს ხდის. შესაბამისად, სოციალურ საწარმოთა მეშვეობით შესაძლებელია დასაქმება და გაძლიერება შემდეგი მოწყვლადი ჯგუფებისა: შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები, ყოფილი მსჯავრდებულები, ხანგრძლივად დაუსაქმებლები და სხვ.

„საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ ახორციელებს პროექტს „სოციალური მეწარმეობის განვითარება მდგრადი და ინკლუზიური საზოგადოებისთვის“. პროექტის მიზნებია:

- ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემის განვითარება;
- არსებული სამართლებრივი გარემოს გაუმჯობესება;
- სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესკომპანიებისა და სოციალური მეწარმეობის პოზიტიური შედეგების შესახებ ცნობიერების ამაღლება;
- საზოგადოებისგან მასშტაბური მხარდაჭერის მოპოვება, რათა სხვადასხვა სექტორს მიეცეს საზოგადოების კეთილდღეობაში საკუთარი წვლილის შეტანის შესაძლებლობა;
- სოციალურ საწარმოთა საჭიროებებზე მორგებული მექანიზმების განვითარების ხელშეწყობა და ტექნიკურ მხარდაჭერაზე ხელმისაწვდომობის ზრდა;
- სოციალურ საწარმოთა შორის ქსელური საქმიანობის წახალისება.

სოციალურ საწარმოთა ეკოსისტემის გაუმჯობესების მიზნით დაგეგმილი კვლევის („სოციალურ საწარმოთა გავლენის კვლევა საქართველოში“) ფარგლებში სოციალური მეწარმეობის ცნების ასახსნელად გაზიარებულია ევროკავშირის მიერ შემუშავებული განმარტება და კრიტერიუმები.

ევროკავშირი სოციალურ მეწარმეობას შემდეგნაირად განმარტავს: *„სოციალური საწარმო სოციალური ეკონომიკის ოპერატორია. მისი მთავარი მიზანია, შექმნას სოციალური გავლენა მფლობელთათვის მოგების უზრუნველყოფის ნაცვლად. ის აწვდის საქონელს ან მომსახურებას სამეწარმეო და ინოვაციური გზით და მოგებას, უპირველეს ყოვლისა, იყენებს სოციალური მიზნების მისაღწევად. ის იმართება გამჭვირვალედ, მაღალი პასუხისმგებლობით,*

თანამშრომელთა, მომხმარებელთა და დაინტერესებულ პირთა ჩართულობით: უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალურ საწარმოს აქვს ორმაგი მიზანი: სოციალური და ეკონომიკური.

„ევროპულმა კვლევითმა ცენტრმა“ (European Research Network – EMES) შეიმუშავა სოციალური საწარმოს კრიტერიუმები. აუცილებელია, ამ კრიტერიუმებს აკმაყოფილებდეს ბიზნესპრინციპებით მოქმედი ორგანიზაცია, რათა მას ეწოდოს სოციალური საწარმო. აღსანიშნავია, რომ ეს კრიტერიუმები სამ ჯგუფადაა დაყოფილი. კერძოდ, ესენია: *ეკონომიკური, სოციალური და მონაწილეობითი მმართველობა*.

ჩამოთვლილი სამი კრიტერიუმის გათვალისწინებით, საქართველოში არსებულ საწარმოთა დაყოფა შესაძლებელია სამ ქვეჯგუფად:

1. „თვითაღიარებული“ სოციალური საწარმოები - ეს საწარმოები პოზიციონირებს, როგორც სოციალური მიზნის მქონე საწარმოები. მათი იურიდიული სტატუსი შესაძლებელია იყოს ა(ა)იპ, შპს, კოოპერატივი;
2. სოციალური სერვისების მიმწოდებლები - მათი უმეტესობა პოზიციონირებს სოციალურ საწარმოდ, თუმცა ევროკავშირის განმარტებით, ასეთი ორგანიზაციები კლასიფიცირდება სოციალურ საწარმოებად;
3. სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესკომპანიები (მაგ.: გარემოსდაცვითი მიზნების მქონე და სხვ.) - ბიზნესინიციატივები, რომლებსაც საზოგადოებრივად სასიკეთო მიზნები ამოძრავებს. მაგ.: ბიზნესკომპანია, რომელიც იქმნება ნარჩენების შეგროვებისა და გადამუშავების მიზნით. მათი უმრავლესობა არ ფუნქციონირებს სოციალურ საწარმოდ, მაგრამ, შესაძლებელია, აკმაყოფილებდეს ბევრთ ჩამოთვლილ ყველა კრიტერიუმს.

კვლევის მეთოდოლოგია

1.1. კვლევის მიზანი

კვლევის მიზანს (როგორც ადგილობრივი, ისე საერთაშორისო გამოცდილების გათვალისწინებით) საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირების შედეგებისა და გავლენის შესწავლა წარმოადგენდა.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები შევისწავლეთ სოციალური საწარმოს ფინანსური, ეკონომიკური, დასაქმებისა და სხვა ზოგადი მახასიათებლების გათვალისწინებით.

კვლევის მიზნის მისაღწევად და ჩამოთვლილ მახასიათებელთა შესაფასებლად დაისახა შემდეგი ამოცანები:

- საწარმოთა სოციალური მიზნის, მდებარეობის, საქმიანობის სფეროს (სექტორი), იურიდიული ფორმისა და საქმიანობის ხანგრძლივობის გამოვლენა;
- სოციალური საწარმოს ფინანსური ბრუნვის, სოციალური მიზნისთვის მოზიდული თანხების, შემოსავლების სპექტრის შესწავლა;
- გადასახადების ფორმირების პროცესში სოციალურ საწარმოთა როლის შესწავლა და მთლიან შიდა პროდუქტში (მშპ) მათ მიერ შეტანილი წვლილის შეფასება;
- სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის შედეგად სახელმწიფოს მიერ დაზოგვილი რესურსების გამოვლენა;

- სოციალურ საწარმოთა დასაქმების მაჩვენებლების შესწავლა. კერძოდ, საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობის, მათი ანაზღაურების, დასაქმებულთა შორის მოწყვლადი და სამიზნე ჯგუფების პროცენტული რაოდენობისა და მოხალისეთა მოზიდვის რაოდენობრივი სტატისტიკის შესწავლა/შეფასება.

1.2. კვლევის განხორციელების ეტაპები:

კვლევის მიზნებსა და ამოცანებს მივალწიეთ სოციოლოგიური კვლევის (როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი) მეთოდების გამოყენებით¹. კერძოდ, თვისებრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარდა სამაგიდო კვლევა, ფოკუსჯგუფები და სიღრმისეული ინტერვიუები, ხოლო რაოდენობრივი კვლევა სატელეფონო ინტერვიუებისა და ონლაინგამოკითხვის (ანკეტირების) გამოყენებით მიმდინარეობდა.

თვისებრივი კვლევა

- *სამაგიდო კვლევა*

კვლევის პირველ ეტაპზე განხორციელდა **სამაგიდო კვლევა** (Desk Review), რომლის ფარგლებშიც გაანალიზდა სოციალურ საწარმოთა გავლენის საერთაშორისო გამოცდილება და რამდენიმე ქვეყნის მაგალითზე აღიწერა/შეფასდა მათი გავლენის კონკრეტული მაჩვენებლები და მაგალითები. ამან ცხადყო, როგორ მოქმედებს სოციალური საწარმოები სხვა ქვეყნებში საზოგადოებისა და ეკონომიკის განვითარებაზე. იმავდროულად, გამოიკვეთა ცვლადები/ინდიკატორები, რომლებსაც კვლევის ფარგლებში შერჩეული ქვეყნები ეყრდნობიან სოციალურ საწარმოთა გავლენის გაზომვისას.

სამაგიდო კვლევის ფარგლებში მოვიძიეთ საქართველოში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების შესახებ სტატისტიკური ინფორმაცია². კერძოდ, განისაზღვრა მსგავსი საწარმოების რაოდენობა და ასევე, თუ რამდენი ბენეფიციარი ჰყავთ მათ.

- *ფოკუსჯგუფები*

კვლევის ეფექტიანად წარმართვისათვის (სამაგიდო კვლევასთან ერთად) თბილისსა და საქართველოს რეგიონებში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებთან ჩატარდა ფოკუსჯგუფები. სამიზნე ჯგუფების წარმომადგენლები იყვნენ: ა) **სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებული პირები** ბ) **სოციალური სერვისების მომხმარებლები ან/და მოსარგებლები** (კერძოდ, მოწყვლადი ჯგუფების წევრები, რომლებიც საწარმოთა სოციალური მიზნისგან გამომდინარე მოიაზრებიან მათ მომხმარებლებად და სოციალურ საწარმოთა მომსახურებას სხვადასხვა პროგრამის ფარგლებში უფასოდ ან თანადაფინანსებით (მაგ.: უფასო სასწავლო კურსები) იღებდნენ/იღებენ.

სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთა გამოკითხვა მნიშვნელოვანი იყო იმდენად, რამდენადაც ნათელი გახდა, თუ რა სოციალური ან/და ეკონომიკური გავლენა იქონია მათ ცხოვრებაზე და, ზოგადად, მათი სოციალიზაციის პროცესზე სოციალურმა საწარმოებმა. დისკუსიაში ფოკუსჯგუფების მეორე სამიზნე ჯგუფის (სოციალური სერვისებით მოსარგებლეთა/მომხმარებელთა) მონაწილეობამ ცხადყო, თუ როგორ მოქმედებს სოციალურ საწარმოთა მიერ განხორციელებული პროექტები მოქალაქეთა სოციალიზაციასა და

¹ აღსანიშნავია, ქვეყანაში COVID 19-ის პანდემიით გამოწვეული მდგომარეობის გამო ინფორმაცია მოგროვდა სატელეფონო ინტერვიუებისა და ანკეტური გამოკითხვით; ფოკუსჯგუფები და ექსპერტული ინტერვიუები კი ონლაინპლატფორმა ZOOM-ის გამოყენებით ჩატარდა.

² სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შესახებ ინფორმაცია გამოვითხოვეთ ჯანდაცვის სამინისტროსგან.

სამოგადოებრივ ცხოვრებაში ჩართულობაზე. კვლევის ფარგლებში სოციალურ საწარმოთა სერვისების მომხმარებლებად განისაზღვრნენ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები (სოციალურად დაუცველი, იძულებით გადაადგილებული და შშმ პირები, ემიგრანტები, პატიმრები, პრობაციონერები, ქუჩაში მცხოვრები და მომუშავე ბავშვები, ეთნიკური/რელიგიური/სექსუალური უმცირესობები და ა. შ.), რომლებიც უფასოდ ან თანადაფინანსებით იღებენ მსგავს მომსახურებებს. მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებს (როგორც სოციალური სერვისების მომხმარებლებს) შეიძლება ჰქონდეთ ხარისხიან განათლებაზე, ჯანდაცვაზე, სოციალურ სერვისებსა და სხვა სახელმწიფო რესურსებზე ხელმისაწვდომობის პრობლემა/ნაკლებობა. ეს თავისთავად განაპირობებს მათ დაბალ სოციალურ ჩართულობას და ქმნის სოციალური ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში მათი ინტეგრაციის პრობლემას. სწორედ ამიტომ კვლევის მიზნის მისაღწევად მნიშვნელოვანი იყო იმის გამოვლენა, თუ რამდენად დადებითად მოქმედებს სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა მოსარგებლეთა და მომხმარებელთა ცხოვრებაზე.

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა სულ 10 ფოკუსჯგუფის შეხვედრა. თითოეულში მონაწილეობდა 6-8 ადამიანი. ჯგუფების დაკომპლექტებისას მთავარი კრიტერიუმი იყო სოციალურ საწარმოთა სოციალური მიზანი (ამასთანავე, რიგ შემთხვევაში მხედველობაში მივიღეთ საქმიანობის სფეროები, რომლებშიც ფუნქციონირებენ თავად სოციალური საწარმოები). საწარმოთა სოციალური მიზნის გათვალისწინებით, თითო სოციალური მიზნის ფარგლებში შედგა 2 ფოკუსჯგუფი (1 - საწარმოში/ორგანიზაციაში დასაქმებულებთან; 2 - პირებთან, რომლებიც სოციალური საწარმოს მომსახურებას უფასოდ/თანადაფინანსებით იღებენ).

ფოკუსჯგუფები გადნაწილდა შემდეგნაირად:

- სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულები და მოსარგებლები - სულ 5 ფოკუსჯგუფი;
- სოციალური სერვისების მომხმარებლები - სულ 5 ფოკუსჯგუფი.

ფოკუსჯგუფების შესახებ დეტალური ინფორმაციისთვის იხ. ცხრილი #1.

ცხრილი 1: ფოკუსჯგუფები

სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულები/ბენეფიციარები		სოციალური სერვისების მომხმარებლები
სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა სოციალური მიზნები:	ფოკუსჯგუფების რაოდენობა თითოეულ კატეგორიაში	
1. მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების შესაძლებლობების გაზრდა და სიღარიბის დაძლევა	1	1

	სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულები/ბენეფიციარები	სოციალური სერვისების მომხმარებლები
2. მოწყვლადი ჯგუფებისთვის სოციალური სერვისების მიწოდება	1	1
3. გარემოს დაცვა	1	1
4. მოწყვლადი ჯგუფების განათლებაზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა	1	1
5. ტრადიციული რეწვის ოსტატების ეკონომიკური განვითარება/ხელობისა და რეწვის შენარჩუნება და განვითარება	1	1
სულ	5	5

○ *სიღრმისეული ინტერვიუ*

სოციოლოგიური კვლევის ზემოთ განხილულ თვისებრივ მეთოდებთან ერთად ჩატარდა სიღრმისეული ინტერვიუებიც. სოციალურ საწარმოთა გავლენის, მათი განვითარების, ოპტიმიზაციისა და სამომავლო ინტერვენციების შესწავლის მიზნით, სიღრმისეული ინტერვიუები ჩატარდა სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველი გუნდის წევრებთან, რომლებიც გადაწყვეტილების მიმღებნი არიან და ფლობენ ყველაზე მეტ ინფორმაციას თავად საწარმოს მისიის, ფუნქციის, როლის, გავლენისა და სხვათა შესახებ. კერძოდ, რესპონდენტებად განისაზღვრნენ სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის დირექტორი, თავმჯდომარე, მენეჯერი და ა. შ. სამიზნე ჯგუფთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების საფუძველზე ცხადი გახდა, რამდენად მიიჩნევა საქართველოში სოციალური მეწარმეობა სოციალური ცვლილებებისა და პროგრესის მამოძრავებელ ძალად და ითვალისწინებს თუ არა საქმიანობის ფარგლებში სოციალური პრობლემების იდენტიფიცირებისა და მოგვარების მიზნით ბიზნეს ინსტრუმენტების გამოყენებას. სამიზნე ჯგუფთან ჩატარდა 16 სიღრმისეული ინტერვიუ (იხ. ცხრილი #2).

ცხრილი 2: სიღრმისეული ინტერვიუს მონაწილე სოციალური საწარმოები

#	სოციალური საწარმოს სახელწოდება	რესპონდენტის პოზიცია/სტატუსი
1	„მეგობარი“	დამფუძნებელი
2	„პლასტიკოჩერი“	დამფუძნებელი
3	„სოციალური თერაპიის სახლი“	მენეჯერი
4	კაფე „8+1“	მენეჯერი
4	„გუმბათი“	თანადამფუძნებელი
6	„ეთნოლიბანი“	თანადამფუძნებელი
7	„ანდამატი“	დამფუძნებელი

#	სოციალური საწარმოს სახელწოდება	რესპონდენტის პოზიცია/სტატუსი
8	„7R“	დამფუძნებელი
9	„ადამიანები მოქმედებაში“	მენეჯერი
10	„თავისუფალი სივრცე“	დამფუძნებელი
11	„რობოლაბი“	თანადამფუძნებელი
12	„ცოდნის კაფე“	თანადამფუძნებელი
13	„რედო“	თანადამფუძნებელი
14	„ფეიქარი“	თანადამფუძნებელი
15	„ცისარტყელა“	დამფუძნებელი
16	„დადარი“	დამფუძნებელი

სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტებად განისაზღვრნენ არასამთავრობო თუ სამთავრობო უწყებათა, დამფინანსებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებიც, რომლებიც მუშაობენ სოციალური მეწარმეობის საკითხებზე საქართველოში და, იმავდროულად, მხარს უჭერენ მათ საქმიანობასა და ახორციელებენ მონიტორინგს. ამ ჯგუფთან ჩატარებული ექსპერტული ინტერვიუების საფუძველზე ცხადი გახდა, ასრულებს თუ არა სოციალური საწარმო ცვლილებების აგენტის როლს, ეხმარება თუ არა საზოგადოებრივი სიკეთის შექმნასა და მოწყვლადი ჯგუფების ცხოვრების ხარისხის ამაღლებას. აღნიშნულ სამიზნე ჯგუფთან ჩატარდა 8 სიღრმისეული ინტერვიუ (იხ. ცხრილი #3).

ცხრილი 3: სიღრმისეული ინტერვიუს მონაწილე ორგანიზაციები

#	ორგანიზაციის სახელწოდება	რესპონდენტის პოზიცია/სტატუსი
1	„საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ (CSRDG)	სოციალური მეწარმის პროგრამის მენეჯერი
2	„არბაითერ-სამართერ-ბუნდი საქართველოში“ (ASB)	პროგრამის კოორდინატორი
3	„კავკასიის გარემოსდაცვითი არასამთავრობო ორგანიზაციების ქსელი“ (CENN)	პროექტის მენეჯერი
4	„სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“ (SEA)	აღმასრულებელი დირექტორი
5	„ახალგაზრდობის სააგენტო“	კვლევისა და ანალიტიკის დეპარტამენტის ხელმძღვანელის მოვალეობის შემსრულებელი
6	Impact Hub Tbilisi (IHB)	თანადამფუძნებელი
7	„საქართველოს კონსულტაციისა და ტრენინგის ცენტრი“ (CTC)	დირექტორი
8	„საქართველოს კონსულტაციისა და ტრენინგის ცენტრი“ (CTC)	სოციალური ინოვაციების პროგრამის ხელმძღვანელი

კვლევის ინსტრუმენტი: კვლევის ინსტრუმენტი იყო ფოკუსჯგუფისა და სიღრმისეული ინტერვიუს გზამკვლევი, რომელშიც განსახილველი თემატიკის გარშემო ღია/ნახევრად ღია შეკითხვები იყო

წარმოდგენილი. გზამკვლევი დაახლოებით 15-20 კითხვისგან/თემისგან შედგებოდა. კითხვები დაყოფილი იყო თემატურ ბლოკებად.

მონაცემთა ანალიზი: ფოკუსჯგუფებისა და სიღრმისეული ინტერვიუების ტრანსკრიპტის შედეგად მიღებული პირველადი მონაცემები რამდენიმე საფეხურად გაანალიზდა:

- თავდაპირველად ინტერვიუზე/დისკუსიაზე გამოთქმული მოსაზრებები განსახილველი თემატიკის მიხედვით დაჯგუფდა;
- შემდეგ საფეხურზე მონაცემები დახარისხდა, რაც გულისხმობს მიღებული ცოდნის სტრუქტურირებას შინაარსობრივი კატეგორიების მიხედვით;
- ანალიზის საბოლოო ეტაპზე გამოვლინდა ძირითადი ცვლადები (მახასიათებლები) და ინდიკატორები, რომლებიც ამ მახასიათებელთა ემპირიულ შინაარსს აჩვენებდა.

რაოდენობრივი კვლევა

სოციალურ საწარმოთა გავლენის შესწავლის მიზნით, რაოდენობრივი სოციოლოგიური კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა საქართველოში არსებული სოციალური საწარმოები, რომლებიც იყოფა სამი ძირითადი მახასიათებლის მიხედვით (იხ. ცხრილი #4)

ცხრილი 4: სამიზნე სოციალური საწარმოს ტიპი

სოციალური საწარმოს ტიპი
1. „თვითღარიბული“ სოციალური საწარმოები, რომლებიც პოზიციონირებენ სოციალურ საწარმოდ ³ ;
2. სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები;
3. სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესკომპანიები.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოიკითხნენ სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები, რომლებიც ყველაზე მეტად იყვნენ ინფორმირებული საწარმოს ზოგადი მახასიათებლების, ეკონომიკური, დასაქმებისა და ფინანსური მაჩვენებლების თუ სხვა მახასიათებლების შესახებ. როგორც აღინიშნა, რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში ინტერვიუებთან ერთად გამოვიყენეთ ანკეტირების მეთოდიც.

○ შერჩევა

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოსაკითხ სოციალურ საწარმოთა რაოდენობად განისაზღვრა **143 საწარმო**, რამაც უზრუნველყო სტატისტიკურად წარმომადგენლობითი გამოკითხვა შერჩევის 5,4%-იანი ცდომილებით. გამოსაკითხი საწარმოები შეირჩა მათი საერთო რაოდენობის პროპორციულად. ამდენად, კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა **69 სოციალური საწარმო და 74 სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია/სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანია**.

კვლევის ფარგლებში გამოვიყენეთ ალბათური შერჩევის მეთოდი - სტრატეფიცირებულ-კლასტერული შერჩევა. ამ მოდელის მიხედვით, სტრატუს წარმომადგენდა რეგიონი, რომელშიც მდებარეობს სოციალური საწარმო, ხოლო კლასტერს - სტრატის შიგნით არსებული სოციალური საწარმოების ტიპები (კერძოდ, ზემოაღნიშნული სამი ტიპი: ა) „თვითღარიბული“ სოციალური

³ „თვითღარიბული“ სოციალური საწარმოები კვლევის ანგარიშში ნახსენები იქნება სოციალურ საწარმოდ.

საწარმოები, რომლებიც პოზიციონირებენ სოციალურ საწარმოდ; ბ) სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები; გ) სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესკომპანიები.

ამრიგად, შერჩევის აღნიშნული მოდელი გულისხმობდა პირველადი (PSU), მეორადი (SSU) და საბოლოო შერჩევის ერთეულების (FSU) განსაზღვრას:

- პირველადი შერჩევის ერთეული (PSU): სოციალური საწარმოს ტიპი;
- მეორადი შერჩევის ერთეული (SSU): თითოეული ტიპის ქვეშ გაერთიანებული სოციალური საწარმოები;
- საბოლოო შერჩევის ერთეული (FSU): რესპონდენტი (სოციალური საწარმოს შესახებ ყველაზე ინფორმირებული პირი).

როგორც აღინიშნა, რაოდენობრივი გამოკითხვის რესპონდენტებად შევარჩიეთ სოციალურ საწარმოთა მენეჯმენტის ზედა რგოლის წარმომადგენლები, რომლებიც ყველაზე კარგად იყვნენ ინფორმირებული სოციალურ საწარმოთა საკვლევი მახასიათებლების შესახებ.



თავი

თავი პირველი:

სამაგიდო კვლევა:

სოციალურ

საწარმოთა

გავლენის კვლევა

საქართველოში

1.3. შესავალი

სოციალური მეწარმეობა XIX საუკუნის ევროპაში კოოპერატიული მოძრაობით იწყება, რომელმაც უშუალო მიმართულება გასული საუკუნის 80-90-იან წლებში მიიღო. სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული პრინციპები წლების განმავლობაში ყალიბდებოდა.

მსოფლიოს ქვეყნებს სოციალური მეწარმეობის განსხვავებული გამოცდილება აქვთ, თუმცა ნებისმიერისთვის საკვანძო საკითხი საზოგადოების წინაშე არსებული სოციალური და გარემოსდაცვითი ამოცანების გადასაწყვეტად ინოვაციური მიდგომებისა და სამეწარმეო სტრატეგიების გამოყენებაა. სოციალურ საწარმოებს მნიშვნელოვანი წვლილი მიუძღვით შემდეგი გამოწვევების გადალახვაში: უმუშევრობის დონის შემცირება, ეკონომიკური აქტიურობის მაჩვენებლების ზრდა, მწარმოებლობის ამაღლება, სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება და ა. შ. ამასთანავე, სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელოვან მახასიათებლად მიიჩნევა სამიზნე თემის საჭიროებებზე მორგებული საქმიანობების განხორციელება და მოწყვლად ჯგუფებთან მჭიდრო ურთიერთობა. სოციალური მეწარმეობა სოციალური ეკონომიკის ნაწილია. შრომის საერთაშორისო ორგანიზაცია (ILO) მას განმარტავს, როგორც „კონცეფციას, რომელიც უკავშირდება საწარმოებსა და ორგანიზაციებს, კერძოდ, კოოპერატივებს, არაკომერციულ საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს, ასოციაციებს, ფონდებსა და სოციალურ საწარმოებს, რომლებიც სოლიდარობის პრინციპებზე დაყრდნობით აწარმოებენ სპეციფიკურ პროდუქტს ან სთავაზობენ სერვისს ეკონომიკური და სოციალური მიზნების მისაღწევად“.

სოციალური მეწარმეობა თანდათანობით უფრო მკაფიოდ იკვეთება სხვადასხვა ქვეყნის ოფიციალურ პოლიტიკურ თუ სამართლებრივ დოკუმენტებში. ამჟამად სოციალური მეწარმეობა და სოციალური საწარმოები ევროკავშირის პოლიტიკური დღის წესრიგის ცენტრალური საკითხია. აქვე უნდა ითქვას ისიც, რომ სოციალური მეწარმეობის განვითარება საქართველოშიც დაახლოებით 2010-იანი წლებიდან იწყება და დღემდე საკმაოდ მზარდი დინამიკით მიმდინარეობს. მიუხედავად იმისა, რომ სოციალურ საწარმოთა შესახებ ამჟამად სრულყოფილი სტატისტიკა არ არსებობს, მათი წვლილი საზოგადოების მწვავე სოციალური, ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი გამოწვევების დაძლევაში თანდათანობით უფრო ხელშესახები ხდება.

1.4. სოციალური მეწარმეობის განმარტება

დღესდღეობით, სოციალური მეწარმეობის ერთი კონკრეტული განმარტება არ არსებობს, თუმცა, ზოგადად შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური მეწარმეობა არის ბიზნესსაქმიანობა, რომელსაც გააჩნია სოციალური მისია და წინასწარ აქვს განსაზღვრული კონკრეტული სოციალური პრობლემა, რომლის მოსაგვარებლადაც იმუშავებს სოციალური საწარმო, რადგან სოციალური საწარმოების მიზანი სწორედ კონკრეტული პრობლემის გადაჭრა და მისი გამომწვევი კონტექსტის შეცვლაა.

სოციალური მეწარმეობის განვითარებისკენ მიმართულ ღონისძიებებში აქტიურადაა ჩართული არაერთი საზოგადოებრივი ორგანიზაცია, იმავდროულად, ადვოკატირებისა და მხარდაჭერის კვალდაკვალ იზრდება სოციალურ საწარმოთა რაოდენობა. ამ პროცესების პარალელურად სოციალური მეწარმეობის არაერთი არაფორმალური განმარტება ჩამოყალიბდა. კერძოდ, სოციალური მეწარმეობის სფეროში გავრცელებული ერთ-ერთი ვარიანტის თანახმად:

4 Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), *Job Creation through the Social Economy and Social Entrepreneurship*; 2013.
https://www.oecd.org/cfe/leed/130228_Job%20Creation%20through%20the%20Social%20Economy%20and%20Social%20Entrepreneurship_RC_FINALBIS.pdf

„სოციალური საწარმო ბიზნესის პრინციპებით მოქმედი საწარმოა, რომელსაც აქვს სოციალური მისია. ეს არის ორგანიზაცია, რომელიც იყენებს ბიზნესის ინოვაციურ მიდგომებს საზოგადოებრივი პრობლემების მოსაგვარებლად, თუმცა, ჩვეულებრივი ბიზნესისგან განსხვავებით, მოგებას ისევ სოციალური მიზნებისთვის იყენებს“⁵.

აღსანიშნავია, რომ 2015 წელს „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრმა“ (CSR DG) საქართველოს პარლამენტს წარუდგინა სოციალური მეწარმეობის მარეგულირებელი კანონპროექტი, რომელიც საქართველოში მოქმედი სოციალური მეწარმეობის უმრავლესობის მიერ იყო მხარდაჭერილი და მათი მონაწილეობით მომზადებული. ამ კანონპროექტის თანახმად, სოციალური მეწარმეობა არის „ორგანიზებული სამეწარმეო საქმიანობა სოციალური ზრუნვის, სოციალური ადაპტაციის, სიღარიბის შემცირებისა და დაძლევის, საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის, სავანანათლებლო, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურის, სპორტის, გარემოს დაცვის სფეროებში, რომლის მიზანი არ არის უპირატესად მოგების მიღება და პარტნიორობა, მეპაიეთა და აქციონერთა შორის განაწილება“⁶.

რაც შეეხება საერთაშორისო განმარტებებს, სოციალური მეწარმეობა ევროკავშირის მიერ შემდგენიარად განიშარტება: „სოციალური საწარმო სოციალური ეკონომიკის ოპერატორია. მისი მთავარი მიზანია, შექმნას სოციალური გავლენა მფლობელთათვის მოგების უზრუნველყოფის ნაცვლად. ის აწვდის საქონელს ან მომსახურებას სამეწარმეო და ინოვაციური გზით და მოგებას, უპირველეს ყოვლისა, იყენებს სოციალური მიზნების მისაღწევად. ის იმართება გამჭვირვალედ, მაღალი პასუხისმგებლობით, თანამშრომელთა, მომხმარებელთა და დაინტერესებულ პირთა ჩართულობით“⁷.

აქვე უნდა ითქვას, რომ ევროკავშირი სოციალურ საწარმოებს 4 ძირითად ჯგუფში აერთიანებს და სწორედ ამ ჯგუფების შესაბამისად შეიმუშავებს სოციალური მეწარმეობისთვის საჭირო იურიდიულ ჩარჩორეგულაციას. ეს ჯგუფებია:

- **შრომითი ინტეგრაცია (Work integration)** – ამ ჯგუფში ერთიანდება სოციალური საწარმოები, რომელთა მოქმედების მთავარი მიზანია სხვადასხვა პროფესიული სასწავლო პროგრამითა და ტრენინგებით შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა და უმუშევართა სამუშაო შესაძლებლობებისა და უნარების გაუმჯობესება. ეს კი, ცალსახად, მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების ხელშეწყობის ძირითადი მექანიზმია;
- **პერსონალური სოციალური სერვისები (Personal social services)** – ამ ჯგუფში გაერთიანებულ სოციალურ საწარმოთა სოციალური მიზანია მოწყვლადი ადამიანების სხვადასხვა სერვისით უზრუნველყოფა. კერძოდ, ჯანდაცვა, მატერიალური კეთილდღეობა და სამედიცინო მზრუნველობა, პროფესიული გადამზადება, ჯანდაცვის სერვისები, ბავშვთა მოვლისა და ხანდაზმულთა მომსახურებები, გაჭირვებული ადამიანების დახმარება;
- **მოწყვლადი რეგიონების ადგილობრივი განვითარება (Local development of disadvantaged areas)** – ამ კატეგორიაში გაერთიანებულ საწარმოთა საქმიანობის

5 „საქართველოში სოციალური მეწარმეობის არსებული პრაქტიკები და გამოწვევები“ (2017 წ.), სამაგიდო კვლევა; მომზადებულია დამოუკიდებელი მკვლევრის ირაკლი მხეიძის მიერ; „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“. <https://www.segeorgia.org/storage/files/doc/SE%20Desk%20202017.pdf>

6 „საქართველოს კანონი სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ“ – (საქართველოს კანონის პროექტი, 2015 წ.), მუხლი 3. <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/132460>

7 A map of social enterprises and their eco-systems in Europe (Synthesis Report) – European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8274>

ძირითადი მიზანია ქალაქიდან შორს მდებარე სასოფლო დასახლებებში სოციალურ საწარმოთა დაფუძნება, სოფლის განვითარებისა და გაძლიერების ხელშეწყობა, ქალაქის ტიპის დასახლებებში სამეზობლოს განვითარება/რეაბილიტაციის სქემების შემუშავება და სხვადასხვა მექანიზმის გამოყენებით შიდა მიგრაციული პროცესების შეჩერება;

- სხვა - აერთიანებს სოციალურ საწარმოებს, რომელთა სოციალური საქმიანობის სფერო ჩამოთვლილთაგან რომელიმე ერთს მაინც გულისხმობს. ეს საქმიანობებია: ნარჩენების გატანა, გარემოს დაცვა, სპორტი, ხელოვნება, კულტურა, ისტორიული მემკვიდრეობის შენარჩუნება, მეცნიერება, კვლევა და ინოვაცია, მომხმარებელთა უფლებების დაცვა და სამოყვარულო სპორტი⁸.

ზემოთქმული ცხადყოფს, რომ სოციალური საწარმო მრავალგანზომილებიანია და საკუთარ თავში ზემოთ განხილულ თითოეულ განზომილებას აერთიანებს.

აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად სოციალური მეწარმეობის სამოქმედო არეალი მსოფლიოს მასშტაბით უფრო და უფრო ფართოვდება, დღემდე არ არსებობს მისი მკაფიო და ერთმნიშვნელოვანი განმარტება. კერძოდ, აშშ-ის „სოციალური მეწარმეების ალიანსის“ მიერ შემუშავებული განმარტების მიხედვით, სოციალური საწარმო არის „ორგანიზაცია ან საწარმო, რომელიც ახორციელებს სოციალურ მისიას სამეწარმეო, შემოსავლის მომტანი სტრატეგიებით“⁹.

აშშ-ის „სოციალური მეწარმეების ალიანსის“ მიერ სოციალური საწარმოს სამი ძირითადი მოდელია შემოთავაზებული. კერძოდ, ესენია:

- სოციალური საწარმოები, რომლებიც დასაქმების შესაძლებლობებს სთავაზობს საზოგადოების წევრებს (რომლებიც სამსახურის ძიების პროცესში ძალიან დიდ დაბრკოლებებსა და სირთულეებს აწყდებიან);
- სოციალური საწარმოები, რომლებიც ინოვაციურ პროდუქტს ქმნის და მომსახურებას სთავაზობს. ეს კი თავისთავად დადებითად მოქმედებს სოციალურ და გარემო პირობებზე;
- სოციალური საწარმოები, რომლებიც ფინანსური მოგების დიდ ნაწილს აბრუნებს კვლავ სოციალური საწარმოს მიზნებისთვის.

დიდი ბრიტანეთის „ბიზნესინოვაციებისა და უნარ-ჩვევების დეპარტამენტის“ მიერ შემუშავებული განმარტების მიხედვით, „სოციალური საწარმო აღწერს ბიზნესის მიზანს და არა მის იურიდიულ ფორმას. სოციალური საწარმო განისაზღვრება ბიზნესად, რომლის უპირველესი მიზანი სოციალური ხასიათისაა. ის მოგებას ხელახლა აბანდებს თემში ან ბიზნესში ამ სოციალური მიზნის მისაღწევად. მისი მამოძრავებელი არაა მეწილეებისა და მფლობელების ფინანსური მოგების ზრდა“¹⁰.

„ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის“ (OECD) თანახმად, სოციალური საწარმო არის „ნებისმიერი კერძო საქმიანობა, რომელიც მორგებულია საჯარო ინტერესებს და ხორციელდება მეწარმეობის სტრატეგიის გათვალისწინებით. მისი მთავარი მიზანია არა მოგების მაქსიმუმამდე გაზრდა, არამედ გარკვეული ეკონომიკური და სოციალური

⁸ Social enterprises, European Commission. https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy-eu/social-enterprises_en

⁹ What is social enterprise? <https://socialenterprise.us/>

¹⁰ A Guide to Legal Forms for Social Enterprise – Department of Business Innovation and Skills (2011) https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf

მიზნების მიღწევა. სოციალურ საწარმოს აქვს სოციალური გარიყულობისა და დასაქმების პრობლემების ინოვაციური გზებით მოგვარების უნარი“¹¹.

აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოს განვითარების დონე ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს შორის რამდენადმე განსხვავებულია. ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგ.: იტალია, საფრანგეთი და დიდი ბრიტანეთი) სოციალურ საწარმოს მოქმედების არეალი მოიცავს როგორც კეთილდღეობის სექტორს, ისე საბაზრო სისტემებსაც. ამ ქვეყნებს აქვს სამოქმედო პოლიტიკის ჩარჩო, რომელშიც გაწერილია სოციალურ საწარმოს ფუნქციონირების სფეროები, იმავდროულად, განსაზღვრულია, თუ რა დამატებით ღირებულებას მოუტანს საზოგადოებას მათი საქმიანობა. ხაზგასასმელია ისიც, რომ ამ ქვეყნებში სოციალური მეწარმეობა განვითარების ყველაზე მაღალ საფეხურზეა. რაც შეეხება სხვა ქვეყნებს (მაგ.: ბულგარეთი, ხორვატია, ჩეხეთი, რუმინეთი და სლოვენია), ისინი სოციალური მეწარმეობის განვითარების საწყის ეტაპზე რჩება და ამ ქვეყნებში სოციალური საწარმოები ნაკლებად ხილვადი და ინტეგრირებული არიან არსებულ მოცემულობაში.¹²

Social Enterprise Mark CIC¹³ სოციალურ საწარმოს განმარტავს ბიზნესად, რომელიც ხალხისა და პლანეტის ინტერესებს სოციალური საწარმოს აქციონერთა სარგებელზე წინ აყენებს. მსგავს ბიზნესს სოციალური/გარემოსდაცვითი მისია უდევს საფუძვლად და საქმიანობების შედეგად მიღებულ მოგებას ხელახლა აბანდებს დადებითი ცვლილებებისკენ მიმართულ ღონისძიებებში. Social Enterprise Mark CIC სოციალური საწარმოს 6 ძირითად მახასიათებელს გამოყოფს. ესენია:

1. სოციალური მისია;
2. მოგების რეინვესტირება სოციალურ მისიაში;
3. დამოუკიდებელი ბიზნესი;
4. ვაჭრობის საფუძველზე მიღებული შემოსავალი;
5. სოციალური გავლენა;
6. აქტივების დაბლოკვა/ჩაკეტვა.

„ევროპული კვლევითი ქსელის“ (European Research Network – EMES) თანახმად, სოციალური საწარმო არამომგებიანი კერძო ორგანიზაციაა, რომელიც თემს უზრუნველყოფს იმ სერვისითა და პროდუქტით, რომელიც მათ გაცხადებულ მიზანთანაა თანხვედრაში. იმავდროულად, ამ ტიპის ორგანიზაციები ეყრდნობა კოლექტიურ დინამიკას, რომელშიც ჩართულია სხვადასხვა დაინტერესებული პირი, გამოირჩევა ავტონომიურობის მაღალი ხარისხით და აქვს საკუთარ საქმიანობასთან დაკავშირებული ეკონომიკური რისკები¹⁴. EMES-მა შეიმუშავა „სოციალური საწარმოს კრიტერიუმები“, რომლებსაც უნდა აკმაყოფილებდეს ორგანიზაცია, რომელიც შრომის ბაზარზე ბიზნესპრინციპებით მოქმედებს და აქვს ამბიცია, ეწოდოს სოციალური საწარმო. ამის მიხედვით კრიტერიუმთა სამი ძირითადი ჯგუფი გამოიყოფა. ესენია:

- ეკონომიკური მმართველობა;
- სოციალური მმართველობა;
- მონაწილეობითი მმართველობა.

¹¹ Social entrepreneurship & Social enterprises - <https://www.oecd.org/cfe/leed/social-economy/social-entrepreneurship.htm>

¹² Policy Brief on Scaling the Impact of Social Enterprises (Policies for social entrepreneurship) (2016) - <https://www.oecd.org/employment/leed/Policy-brief-Scaling-up-social-enterprises-EN.pdf>

¹³ What Is Social Enterprise? - Social Enterprise Mark Cic - <https://www.socialenterprisemark.org.uk/WHAT-IS-SOCIAL-ENTERPRISE/#TOGGLE-ID-1>

¹⁴ Social Enterprise In Europe: Recent Trends And Developments – EMES-European Research Network. https://base.socioeco.org/docs/wp_08_01_se_web.pdf

1.5. სოციალური მენარმოების ეკოსისტემა

სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია ის ეკოსისტემა, რომელშიც ის არსებობს. სოციალურ საწარმოთათვის აუცილებელი ეკოსისტემა ოთხ ძირითად საყრდენზე დგას¹⁵. ესენია:

1. **თვითორგანიზების შესაძლებლობები** - მოიცავს ორ ძირითად მახასიათებელს. ესენია: სამოქალაქო ჩართულობა; კავშირები/ქსელები და ორმხრივი მხარდაჭერის მექანიზმები;
2. **ხილვადობა და აღიარება** - მოიცავს პოლიტიკურ, საკანონმდებლო, კერძო აღიარებასა და თვითაღიარებას;
3. **რესურსებზე ხელმისაწვდომობა** - გულისხმობს გრანტებს სტარტაპებისა და გაერთიანებებისათვის; რესურსებს შემოსავლის მომტანი საქმიანობისგან; უკან დასაბრუნებელ რესურსებს (მაგ. ვალი/საბანკო სესხი); საგადასახადო და ფისკალურ შეღავათებს;
4. **კვლევა, განათლება და უნარები** გულისხმობს სოციალურ საწარმოებსა და სოციალურ მეწარმეობაზე კვლევების ჩატარებას, ამ სფეროში საგანმანათლებლო პროგრამების შემუშავებასა და სოციალური მეწარმეობისთვის საჭირო უნარ-ჩვევების განვითარებას.

1.5.1. ხილვადობა და აღიარება

სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის უმნიშვნელოვანესია მისი მხარდაჭერა როგორც პოლიტიკურ, ისე - საკანონმდებლო დონეზე.

პოლიტიკური აღიარების პროცესი კომპლექსური მიდგომებით ვითარდება და მოიცავს შემდეგ ღონისძიებებს: კონკრეტული სამინისტროების ფარგლებში სპეციალური დეპარტამენტებისა და სტრუქტურების შექმნა ცენტრალურ (ამგვარი მიდგომის გამოცდილება აქვს, მაგ.: დიდ ბრიტანეთს, ლუქსემბურგსა და სლოვაკეთს), რეგიონულ და მუნიციპალურ დონეზე, რომელთაც სოციალურ საწარმოთა ხელშეწყობაზე, მხარდაჭერასა და, ზოგადად, სოციალური ეკონომიკის განვითარებაზე ეკისრებათ პასუხისმგებლობა. მაგ.: ბულგარეთში, ხორვატიასა და პოლონეთში ეროვნულ ან რეგიონულ/მუნიციპალურ დონეზე შემუშავდა პოლიტიკური სტრატეგიები, რომლებშიც გაწერილია სოციალური ეკონომიკისა და სოციალურ საწარმოთა განვითარების სამოქმედო გეგმები. ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში განხორციელებული ცვლილებებისა და წინსვლის პარალელურად სოციალურ საწარმოთა პოლიტიკური აღიარების დადებითი ტენდენცია არაწევრ ქვეყნებშიც შეინიშნება. კერძოდ, ალბანეთში, მონტენეგროში, ჩრდილოეთ მაკედონიაში, სერბეთსა და თურქეთში უშუალოდ სოციალური მეწარმეობის კუთხით ოფიციალური დოკუმენტები და პროგრამები შეიმუშავეს¹⁶.

სოციალურ საწარმოთა განვითარების ხელშეწყობი სტრატეგიები შეიქმნა გაერთიანებულ სამეფოსა და ესტონეთში. კერძოდ, **გაერთიანებულ სამეფოში** შემუშავებულ სტრატეგიაში ჩამოყალიბებულია სოციალურ საწარმოთა ხედვა და მათი მიდგომები. აქ ხაზგასმითაა აღწერილი, თუ რა დამატებითი ღირებულების მომტანია სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირება საზოგადოების სოციალური და ეკონომიკური კეთილდღეობისთვის. რაც

¹⁵ *Social Enterprises And Their Ecosystems In Europe (Comparative synthesis report) (2020)* - <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22304&langId=en>

¹⁶ *Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Comparative Synthesis Report, European Union, January, 2020* <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22304&langId=en>

შეეხება **ესტონეთს**, ქვეყნის „სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების გეგმაში“ მითითებულია, რომ სოციალური საწარმოები სამოქალაქო საზოგადოების გავლენიანი წევრები არიან. ეს კი ცალსახად მიუთითებს მათ როლზე საზოგადოების განვითარების პროცესში.

სოციალურ საწარმოთათვის საჯარო აღიარებასთან ერთად მნიშვნელოვანია კერძო აღიარების სისტემის არსებობაც. ამ კუთხით რამდენიმე ქვეყანას შექმნილი აქვს სერტიფიცირების სქემები. ეს გულისხმობს სოციალურ საწარმოთათვის ერთგვარი მარკის არსებობას. ეს სქემები ფართოდ გამოიყენება **ავსტრიაში, ფინეთში, გერმანიაში, პოლონეთსა და გაერთიანებულ სამეფოში**, რადგან მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს სოციალურ საწარმოთა პოპულარიზაციას¹⁷.

მაგ.: ფინეთში *The Association for Finnish Work*-მა შექმნა სოციალური საწარმოს მარკა და გაუწია პოპულარიზაცია. ამან ბევრად უფრო მეტი წარმატება მოუტანა სოციალურ საწარმოებს, ვიდრე - საკანონმდებლო დონეზე სტატუსის მიღებამ. სოციალური საწარმოს მარკა შექმნილია სხვადასხვა ბიზნესისთვის, რომლებიც სოციალური და ეკოლოგიური პრობლემების აღმოფხვრის კუთხით მუშაობს და, ცალსახად, სოციალური მიზანი აქვს. ევროპულ ქვეყნებში გამოკვეთილი მეორე ტენდენცია გარე სერტიფიცირების სისტემაა, რომელიც შეერთებულ შტატებში ჩამოყალიბდა და იმართება ევროპაში B Lab Europe-ის¹⁸ მიერ. ამ სისტემამ ძალიან დიდი პოპულარობა მოიპოვა შემდეგ ქვეყნებში: ავსტრია, ჩეხეთის რესპუბლიკა, დანია, ფინეთი, საფრანგეთი, გერმანია, საბერძნეთი, უნგრეთი, ირლანდია, იტალია, პოლონეთი, შვედეთი, თურქეთი და სხვ.

სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირებისთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია თვითაღიარება. კერძოდ, ქვეყნებში, რომლებშიც სოციალურ საწარმოთა განმარტება, მათი უფლებები და ვალდებულებები არ რეგულირდება საკანონმდებლო დონეზე, ორგანიზაციები თავად აიგივებენ საკუთარ თავს სოციალურ საწარმოსთან, ვინაიდან მათი საქმიანობის მიზანი და მისია სოციალური ხასიათისაა და ესადაგება ევროკავშირის მიერ სოციალურ საწარმოთათვის შემუშავებულ მახასიათებლებს. ევროპული ქვეყნების გამოცდილებამ აჩვენა, რომ ფუნქციონირებს უამრავი დე-ფაქტო სოციალური საწარმო, რომლებიც საკუთარ თავს სოციალურ საწარმოდ არ აღიარებენ. აქვე ისიც უნდა ითქვას, რომ ქვეყნებში, რომლებშიც სოციალურ საწარმოთა ძლიერი ქსელები არსებობს და ისინი თავად არიან ჩართული ამ სფეროს ადვოკატირებაში, თვითაღიარების ტენდენცია საკმაოდ მაღალია. ამ ქვეყნებად მოიაზრება იტალია და საფრანგეთი. რაც შეეხება ქვეყნებს, რომლებშიც რეფორმებისა და რეგულაციების შემუშავების პროცესში თავად სოციალური საწარმოები არ მონაწილეობენ და მათი ჩართულობა საკმაოდ დაბალია, თვითაღიარების დინამიკაც საგრძნობლად ნეგატიურია.

1.5.2. რესურსებზე ხელმისაწვდომობა

სოციალურ საწარმოთა წარმატებით ფუნქციონირებისთვის რესურსებზე ხელმისაწვდომობის საკითხი ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც - სხვა სახის ბიზნესკომპანიისთვის. სოციალურ საწარმოთა ფინანსური რესურსები იყოფა 4 კატეგორიად, ესენია: სტარტაპებისა და გაერთიანებებისთვის გრანტები (გამოიყენება სამეწარმეო საქმიანობის დასაწყებად და არ ითხოვენ მათ უკან დაბრუნებას); რესურსები საწარმოს მიერ განხორციელებული შემოსავლის მომტანი საქმიანობებისგან; უკან დასაბრუნებელი რესურსები; საგადასახადო შეღავათები და საგადასახადო სარგებელი.

სხვადასხვა ქვეყანაში სოციალურ საწარმოთა მიმართ გაზრდილმა ინტერესმა გამოიწვია მათი მხარდაჭერი მექანიზმების შექმნა. მსგავსი მექანიზმები ეფუძნება შემდეგ მახასიათებლებს: 1. ფინანსური მხარდაჭერის მასშტაბურობისა და ტიპის განსაზღვრა; 2. სოციალური საწარმოს მიზნების გათვალისწინება; 3. სამიზნე ჯგუფების (მოსარგებლეების) განსაზღვრა; 4.

¹⁷ *Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Comparative Synthesis Report, European Union, January, 2020*
<https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22304&langId=en>

ლონისციების/აქტივობების ტიპები; 5. საჯარო ორგანოების მიერ შექმნილი მხარდაჭერი პროგრამების გათვალისწინება; 6. გამოყენებული რესურსების ტიპები¹⁸.

საჯარო მხარდაჭერის ძირითად სახეობას წარმოადგენს გრანტი, რომელიც გაიცემა ახალ სოციალურ საწარმოთა დასაფუძნებლად; ევროპული ქვეყნების გამოცდილება განსხვავდება იმის მიხედვითაც, სოციალურ საწარმოთათვის რომელ დონეზე უზრუნველყოფილი ეს მხარდაჭერა - ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ, თუ სამივეზე ერთდროულად. ეროვნულ დონეზე არსებული პროგრამების მაგალითია ავსტრია და გერმანია. თუმცა ევროპული ქვეყნების გამოცდილების სინთეზურ ანგარიშში ხაზგასმულია, რომ გამოკითხული ქვეყნების უმრავლესობას სოციალური საწარმოებისა და სოციალური ინოვაციების განვითარებისათვის ადგილობრივ მთავრობასთან მჭიდრო თანამშრომლობა გადამწყვეტი მნიშვნელობის საკითხად მიაჩნია.

საჯარო გრანტებთან ერთად სოციალურ საწარმოთა განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია კერძო კონტრიბუციები, რომელიც მოიცავს ფინანსურ და ადამიანურ რესურსებს. სწორედ ადამიანურ რესურსზეა დამოკიდებული სოციალური საწარმოს აღიარების მისაღწევად შესაბამისი აქტივობების განხორციელება. ამ ფუნქციას ზოგიერთ ქვეყანაში მოხალისეთა ჯგუფები ასრულებენ. მათი როლი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სოციალურ საწარმოთა განვითარების ადრეულ ეტაპზე მათი გავლენის გასაზრდელად მაშინ, როდესაც ორგანიზაციას არ აქვს საკმარისი ფინანსები სხვადასხვა სერვისის მიწოდების პროცესში წარმოქმნილი ხარჯების დასაფარად.

1.5.3. კვლევა, განათლება და უნარების განვითარება

სოციალური მეწარმეობის განვითარებისა და მისი აღიარების თვალსაზრისით უმნიშვნელოვანეს ფაქტორებს წარმოადგენს კვლევა, განათლება და უნარების განვითარება. სოციალური მეწარმეობისა და მონათესავე დარგების შესახებ საგანმანათლებლო პროგრამების შექმნა და მათი ჩართვა ფორმალურ განათლებაში რამდენიმე ათეული წლის წინ დაიწყო. საგულისხმოა, რომ ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოთა უმეტესობა ამ პრაქტიკას სრულად არ იზიარებს. ამასთანავე, ევროკავშირის იმ ქვეყნებში, რომლებშიც სოციალური მეწარმეობა განვითარების მაღალ საფეხურზეა, უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში (უნივერსიტეტებში) არსებობს სოციალური მეწარმეობის სასწავლო პროგრამები (კურიკულუმები). სოციალური მეწარმეობის სასწავლო პროგრამები ერთმანეთისგან განსხვავდება როგორც სასწავლო კურსის შინაარსითა და კონკრეტული მოდულებით (კურსებით), ისე - სწავლების მეთოდებით. მაგ.: გაერთიანებული სამეფოს „ღია უნივერსიტეტი“ და ესპანეთში UNED-მა (დისტანციური განათლების ეროვნული უნივერსიტეტი) შეიმუშავა სოციალური მეწარმეობის ონლაინკურსი. აღსანიშნავია, რომ ბელგია, საფრანგეთი, იტალია და გაერთიანებული სამეფო სოციალური მეწარმეობის სწავლების მრავალწლიანი გამოცდილებით გამოირჩევა. საგულისხმოა ისიც, რომ ხორვატიამ, ჩეხეთის რესპუბლიკამ და სლოვაკეთმაც შექმნა სოციალური მეწარმეობის კურიკულუმები, რომლებიც ისწავლება ამ ქვეყნების უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში.

ჰარვარდის ბიზნესსკოლაში შეიქმნა ინტერდისციპლინური საგანმანათლებლო პროგრამა - „სოციალური მეწარმეობის ინიციატივა“ (Social Enterprise Initiative - SEI), რომლის ფარგლებშიც სტუდენტებს შეუძლიათ, მიიღონ ცოდნა ინოვაციური ბიზნესპრაქტიკისა და მენეჯერული დისციპლინების შესახებ, რომლებიც ძლიერი სოციალური ზეგავლენის აუცილებელი წინაპირობაა. 1995 წელს ჰარვარდის ბიზნესსკოლამ აღნიშნული სასწავლო პროგრამის („სოციალური მეწარმეობის ინიციატივა“) დასაწყებად მიიღო შემოწირულება 10

¹⁸ Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Comparative Synthesis Report, European Union, January, 2020 <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22304&langId=en>

მილიონი დოლარის ოდენობით. დონორის მიზანი იყო, გაეზარდა მენეჯერული შესაძლებლობები არაკომერციულ სექტორში და წახალისებინა მეტი სტუდენტი, რათა ისინი ჩართულიყვნენ არაკომერციულ წარმოებაში, რაც, ძირითადად, ორიენტირებული იყო სოციალურ ზემოქმედებაზე.

დღეს ჰარვარდის „სოციალური მეწარმეობის ინიციატივა“ იყენებს ინოვაციურ ბიზნესპრაქტიკას და მენეჯერულ დისციპლინებს მდგრადი, მნიშვნელოვანი ზეგავლენის მქონე სოციალურ ცვლილებათა განსახორციელებლად. აღნიშნული პროგრამა თანამშრომლობს არაკომერციულ, კომერციულ და საჯარო სექტორებთან, რათა მათთან თანამშრომლობით შეიმუშაოს და გაცვალოს რესურსები, ინსტრუმენტები და ცოდნა.

აუდიტორიებში სწავლებასთან ერთად „სოციალურ საწარმოთა ინიციატივა“ შეიმუშავებს კარიერის განვითარების პროგრამებს, რომლებიც შექმნილია სტუდენტთა და კურსდამთავრებულთა მხარდასაჭერად, რათა ისინი პროფესიულად ჩაერთონ სოციალურ სექტორში. 1993 წლიდან HBS ფაკულტეტმა:

- კვლევების საფუძველზე დაწერა 800-ზე მეტი წიგნი, საქმეები/ქეისები და სასწავლო ჩანაწერები სოციალურ საწარმოთა შესახებ;
- დღესდღეობით პროგრამის 90-ზე მეტი წარმომადგენელი მონაწილეობს კვლევით პროექტებში, კურსების შემუშავებასა და სხვა აქტივობებში;
- „სოციალური მეწარმეობის ინიციატივის“ მიერ დაფინანსებულმა კვლევითმა ფორუმებმა და კონფერენციებმა მოიცვა თემების ფართო სპექტრი, მათ შორის, არაკომერციული სტრატეგია, ბიზნესის ლიდერობა სოციალურ სექტორში, მომხმარებელზე ორიენტირებული ჯანდაცვა, გლობალური სიღარიბე და საჯარო განათლება¹⁹.

ჰარვარდის „სოციალური მეწარმეობის ინიციატივას“ მრავალი წარმატებული მაგალითი აქვს, განსაკუთრებით წარმატებული კი აღმოჩნდა რამდენიმე მათგანი, კერძოდ:

არავინდის თვალის საავადმყოფო „მადურაი“ ინდოეთში²⁰ – პროექტი დაიწყო 11-საწლიანი საავადმყოფოთი, რათა ადგილობრივთათვის აერიდებინა სიბრძნის შემთხვევები. 2003 წლისთვის საავადმყოფო გაფართოვდა და მოემსახურა 330 გადამხდელ და 920 უფასო პაციენტს. გარკვეული პერიოდის შემდეგ საავადმყოფო თვალის მოვლის სისტემად გადაკეთდა. აქ ტარდებოდა ინტეგრირებული ოპერაციები, აწარმოებდნენ სინთეზური ლინზებისა და შეზღუდული მხედველობის სამკურნალოდ ფარმაცევტულ საშუალებებს. თვალის საერთაშორისო ბანკთან ერთად ჩამოყალიბდა კვლევითი ინსტიტუტიც. დამატებით დაარსდა ოფთალმოლოგიის ასპირანტურის ინსტიტუტი, რომელიც მსურველებს სთავაზობს სხვადასხვა პროგრამას თვისი სათემო ცენტრის მეშვეობით. ამჟამად საავადმყოფოთა ქსელი წელიწადში ატარებს მინიმუმ 190 000 ოპერაციას და ემსახურება უსინათლო ადამიანებს.

ურბანული წყლების პროგრამა²¹ – დაარსდა 2011 წელს თემების ადგილობრივ წყლის რესურსებთან დაკავშირებისა და ამ წყლის რესურსების ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით. პროგრამა ამჟამად მოიცავს 20 ოფიციალურ ადგილმდებარეობას, 15 ფედერალურ სააგენტოს და ასობით გარე პარტნიორისგან შემდგარ ძლიერ ქსელს. 2021 წლის მონაცემებით, პროგრამის ფარგლებში დაფინანსდა წყალგამყოფი პროექტები, რომლებშიც ჩართული იყო 30 000-ზე მეტი მოხალისე 270-ზე მეტ ორგანიზაციაში და მთელი ქვეყნის მასშტაბით განხორციელდა

19 Understanding Our Social Impact: 25 Years of Social Enterprise at HBS. <https://www.hbs.edu/socialenterprise/wp-content/uploads/2021/09/SEI25-Impact-Report.pdf>

20 V. Kasturi Rangan, Aravind Eye Hospital, Madurai, India: In Service for Sight. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=19682>

21 Urban Waters Federal Partnership: Program Progress Report. https://www.epa.gov/system/files/documents/2021-10/uw-progress-report_10.8.21_508.pdf

ათეულობით პროექტი. ჩატარებული აქტივობების შედეგად დაირგო 10 000-ზე მეტი ხე და 20 000 ტაობის მცენარე, ბალახი, რამაც თავიდან აიცილა 500 000-ზე მეტი ლიტრი დაბინძურებული წყლის ჩადინება სუფთა წყლებში.

Mobile Banking for the Unbanked²² - ბევრ განვითარებად ქვეყანაში (მაგ.: აფრიკის ქვეყნებში) მოსახლეობის უმეტესი ნაწილი სოფლად ცხოვრობს. ბანკების ფილიალებისა და სამუშაო ადგილების უმეტესობა კი ქალაქებშია თავმოყრილი. სახლში ფულის გასაგზავნად ქალაქში დასაქმებულს ხელფასი კონვერტში უნდა დაებეჭდა და კურიერისთვის გადაეხადა. ამის ალტერნატივად მას შეეძლო სოფელში წასვლა, მაგრამ ეს ნიშნავდა ხელფასის სოლიდური პროცენტის გადახდას ავტობუსის საფასურად და ერთი დღის დაკარგულ სამუშაოს. Safaricom-მა და Vodafone-მა თავდაპირველად შექმნა M-PESA (ფულის გადარიცხვის აპლიკაცია), რომელიც განთავსებულია ტელეფონის SIM ბარათზე. სერვისით სარგებლობისთვის მომხმარებელი აგენტს გადასცემს თავის ფულსა და გადარიცხვის საფასურს (დაახლოებით 40 ცენტი). კომპიუტერიზებული პროცესის მეშვეობით, რომელიც დატყუილი მრავალი პაროლითა და PIN-ით, აგენტი გადარიცხავს თანხას სასურველი ადრესატის ტელეფონზე. უგანდაში მოსახლეობის 43%-ს აქვს მობილური ბანკის ანგარიში, კენიაში კი - 72%-ს.

ქვეყნებში, რომლებშიც სოციალური მეწარმეობა არასაკმარისადაა განვითარებული და აღიარებული, საჭიროა სახელმწიფო სტრუქტურების მხარდაჭერით საგანმანათლებლო პროგრამების შექმნა და ამ მიმართულებით სწავლების წახალისება. მსგავს ქვეყნებად შეიძლება განისაზღვროს: მალტა, თურქეთი, ალბანეთი²³.

სოციალურ საწარმოთა შესახებ განათლებისა და ტრენინგების კონსოლიდაციის თვალსაზრისით ერთ-ერთი წამყვანია ესტონური გამოცდილება: ამ ქვეყანაში არსებობს განათლების პოლიტიკის დოკუმენტები, რომლებიც უშუალოდ სოციალური მეწარმეობის სფეროში განათლებას ეხება. სწორედ ესტონეთის განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრომ შეიმუშავა სამეწარმეო პროგრამა, რომელიც მიზნად ისახავს სკოლებში სამეწარმეო აზროვნების, მეწარმეობის განვითარებასა და გაძლიერებას ყველა დონეზე. ამავე პროგრამის ფარგლებში პროფესიულ სკოლებსა და უნივერსიტეტებსაც მიუწვდებათ ხელი სამეწარმეო განათლების პროგრამაზე. მისი ერთ-ერთი მოდული კონკრეტულად სოციალურ მეწარმეობაზეა. ტალინის უნივერსიტეტს აქვს სოციალური მეწარმეობის სპეციალური სამაგისტრო პროგრამაც, რომელიც 2018 წლიდან ამოქმედდა. ეს პროგრამა იყენებს პროექტებზე დაფუძნებული სწავლების პრაქტიკას და ხელს უწყობს სტუდენტებს, დააარსონ საკუთარი სოციალური საწარმოები²⁴.

აღსანიშნავია, რომ ესპანეთში, ბელგიაში, გერმანიასა და გაერთიანებულ სამეფოში დაწყებითი და საშუალო სკოლების სასწავლო პროგრამებს დაემატა სოციალურ საწარმოთა შესახებ საგანმანათლებლო მოდულები.

ევროპის ქვეყნებში სოციალური საწარმოებისთვის განათლებისა და უნარების განვითარების მიმართულებით ფორმალურ ინსტიტუტებთან ერთად ხელმისაწვდომია არაფორმალური პროგრამებიც, მაგ.: **სლოვაკეთში** განვითარდა კონკრეტული რეგიონული სტრუქტურა, რომელიც სოციალურ საწარმოთა განვითარებაზე მუშაობს. ის ქმნის საგანმანათლებლო პროგრამებს, რომლებიც თეორიული ცოდნის გადაცემასთან ერთად ხაზს უსვამს სპეციალური უნარ-ჩვევებისა და თანამშრომლობის (ქსელების) განვითარების აუცილებლობას სოციალური

22 Mobile Banking for the Unbanked. <https://www.vox.com/future-perfect/21420357/kenya-mobile-banking-unbanked-cellphone-money>

23 Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Comparative Synthesis Report, European Union, January, 2020 <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22304&langId=en>

24 „სოციალური მეწარმეობა, სოციალური საწარმოები და მათი ეკოსისტემა - ევროპული პრაქტიკის მიმოხილვა“ (2020 წ.), „სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი“ (CSI), http://seageorgia.ge/uploads/files/csi_research_1_5f74522a2f813.pdf

მეწარმეებისა და მენეჯერებისათვის. უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში საფრანგეთში სოციალური მეწარმეობის კუთხით შემუშავდა რამდენიმე უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამა, რომლებიც უზრუნველყოფს როგორც თეორიული ცოდნის გადაცემას, ისე - პრაქტიკული უნარ-ჩვევების გამომუშავებას.

1.6. სოციალური სანარმოები საქართველოში

სოციალური მეწარმეობა შედარებით ახალი ეკონომიკური სექტორია საქართველოში და მისი განვითარებისთვის მიზანმიმართული საქმიანობა დაახლოებით 2010 წლიდან იწყება.

საქართველოში სოციალური მეწარმეობა არცერთ ოფიციალურ იურიდიულ დოკუმენტში არაა განმარტებული, რაც რიგ დაბრკოლებებს ქმნის ამ სფეროში მოქმედი ორგანიზაციებისთვის. ამდენად, სოციალური საწარმოსთვის არ არსებობს ერთი კონკრეტული იურიდიული ფორმა. საქართველოში მოქმედი სოციალური საწარმო, შესაძლებელია, საქმიანობდეს როგორც სამეწარმეო იურიდიული პირის, ისე - ა(ა)იპ-ის ფორმით. აქვე აღვნიშნავთ, რომ არსებული სამართლებრივი და იურიდიული ნაპრალებსა, მნიშვნელოვანია, ორგანიზაცია/საწარმო საკუთარ თავს უწოდებდეს სოციალურ საწარმოს და, იმავდროულად, მისი საქმიანობა ეფუძნებოდეს სოციალურ ან გარემოსდაცვით მიზანს²⁵.

ორგანიზაციები მიზნების, ამოცანებისა და საერთაშორისო გამოცდილების გათვალისწინებით, თავად განსაზღვრავს სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას, რადგან მისი ოფიციალური განმარტება არ არსებობს. აღსანიშნავია ისიც, რომ საქართველოში არსებული სოციალური საწარმოები არაერთ პრობლემას აწყდება ამ მიმართულებით საკანონმდებლო რეგულაციებისა და პოლიტიკური დოკუმენტების არარსებობის გამო. რთულია სოციალურ საწარმოთა იდენტიფიცირება და მათი გარჩევა სხვა ტიპის საწარმოებისგან; მათთვის ძნელია ფინანსური რესურსების მოძიება და მათზე ხელმისაწვდომობაც შეზღუდულია; სახელმწიფო ნაკლებადაა დაინტერესებული სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობით, რაც შესაბამისი მექანიზმების არარსებობით დასტურდება და ა. შ.

საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ საქართველოში არ არსებობს სამთავრობო უწყება ან სააგენტო, რომელიც სოციალური მეწარმეობის სფეროსა და სოციალური მეწარმეების მხარდაჭერაზე იქნება პასუხისმგებელი. სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებული ფუნქციები და მოვალეობებიც არაა განსაზღვრული არცერთი სამინისტროს დებულებაში. აღსანიშნავია, რომ არ არსებობს სახელმწიფო ან მუნიციპალური ფონდები, რომლებიც უშუალოდ სოციალური მეწარმეების მხარდასაჭერად გამოყოფს სუბსიდიებს, გრანტებს, სესხებს.

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის განვითარებაში ძალიან მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ადგილობრივი არასამთავრობო სექტორი და საერთაშორისო ორგანიზაციები. სოციალურ საწარმოთა დიდი ნაწილი სწორედ საერთაშორისო ორგანიზაციებისგან მიღებული გრანტებით ან ქვეგრანტებით ფინანსდება. საყურადღებოა, რომ საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეწყობის თვალსაზრისით გამოირჩევა „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ (CSRDG), რომელსაც 2009 წლიდან პროგრამულ პრიორიტეტად განსაზღვრული აქვს „სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამა“²⁶.

25 „რა სამართლებრივი ფორმით შეიძლება არსებობდეს სოციალური საწარმო?“ სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი - <https://civilin.org/activities/consultation/entrepreneurship/?fbclid=IwAR2C8--jsl75N3qbzPBHjK1uaQwV6z2i0mijn8LVEiuVTARpk2-XqfANuIA>

26 სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამის ვებ-გვერდი, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი. <https://www.segeorgia.org/>

რაც შეეხება საგანმანათლებლო დაწესებულებებში სოციალური მეწარმეობის სწავლებას, აღსანიშნავია, რომ საქართველოს აკადემიურ სივრცეში პირველად ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტმა ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტებზე დაწესებული სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკული კურსი²⁷, რომელიც „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრისა“ (CSRDG) და ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ინსტიტუტის (BERI) წარმატებული თანამშრომლობის შედეგია. კურსის მიზანია სამეწარმეო აზროვნებისა და სოციალური მეწარმისთვის საჭირო პრაქტიკული უნარების განვითარება.

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერა ორგანიზაციებს შორის რამდენიმე ორგანიზაცია განსხვავებული მხარდაჭერი მიდგომით გამოირჩევა. კერძოდ, ესენია:

- „საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ (CSRDG) – სოციალურ მეწარმეებს ფინანსურად და ტექნიკურად უჭერს მხარს, სთავაზობს მათზე მორგებულ ტრენინგებსა და საკონსულტაციო მომსახურებას. ორგანიზაცია სოციალურ საწარმოებს სხვადასხვა სახის მომსახურებას სთავაზობს: ტრენინგები და კონსულტაციები, ფინანსური მხარდაჭერა, ცნობიერების ამაღლება და ინფორმირება, ხელშეწყობი გარემოს შექმნისათვის ლობირება და სხვ.;
- „საქართველოს სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“ – მხარს უჭერს სოციალურ საწარმოთა და სოციალურ მეწარმეთა შორის ჰორიზონტალური კავშირების გაღრმავებას, ურთიერთმხარდაჭერი მექანიზმების ამოქმედებასა და სექტორის პოპულარიზაციას;
- „სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი“ – დაინტერესებულ პირებსა და ორგანიზაციებს უზრუნველყოფს იურიდიული კონსულტაციებით და მუშაობს სამართლებრივი გარემოს გაუმჯობესებაზე;
- ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი – აკადემიურ სივრცეში პირველი საგანმანათლებლო დაწესებულებაა, რომელმაც სტუდენტებს შესთავაზა სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკული კურსი.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის გავლენა არ ფასდება, მაინც თვალსაჩინოა ის ლოკალური შედეგები, რომლებსაც ისინი აღწევენ. საწარმოთა ბენეფიციარები სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენლები არიან. გარდა პირდაპირი მოსარგებლებისა, მნიშვნელოვანია სოციალური საწარმოს გავლენა ირიბ ბენეფიციარებზეც. ამას ადასტურებს საქართველოში მოქმედი ორგანიზაციების გამოცდილება და მიღწევები. თვალსაჩინოებისთვის შესაძლებელია რამდენიმე მაგალითის მოყვანა²⁸.

აფორმა

დეკორატიული-გამოყენებითი ხელოვნებისა და სასუვენურო წარმოების სფეროში 2017 წლიდან თბილისში ოპერირებს სოციალური საწარმო ა(ა)იპ „ამფორეა“. იგი დააფუძნა კავშირმა „რეამ“, რომელიც თბილისსა და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში მუშაობს განვითარების თავისებურების მქონე მოზარდებსა და ახალგაზრდებთან (75 მოსარგებლე). „რეამ“ ამ ადამიანების მდგომარეობისა და მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას მათთვის სხვადასხვა (მათ შორის, სახელობო) უნარების განვითარების გზითა და, იმავდროულად, დასაქმების შესაძლებლობების შექმნით ცდილობს.

²⁷ „სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკული კურსის შესახებ“ – <https://iliauni.edu.ge/ge/iliauni/AcademicDepartments/bte/siaxleebi-273/socialuri-mewarmeobis-praqtikuli-kursis-sheaxeb.page>

²⁸ სოციალური საწარმოთა ალიანსი – <https://www.seageorgia.ge/social-enterprises/30>

სოციალური საწარმო მოიცავს კერამიკულ სახელოსნოსა და ხელნაკეთი/სასუვენრო ნაწარმის მაღაზიას, სახელწოდებით „ამფორეა“. მისი შექმნის მთავარი მოტივაცია იყო კერამიკულ სახელოსნოში ინკლუზიური სოციალური გარემოს ჩამოყალიბება და შშმ ახალგაზრდების დასაქმება.

სოციალური საწარმოს ძირითად მოსარგებლებებს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულები წარმოადგენენ, რადგან შემოსული მოგება მათ საჭიროებებს ხმარდება. სოციალურ საწარმოში ჯამში 15 ადამიანია დასაქმებული. დასაქმებულებს შორის 4 შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირია, 11 - ქალი, 2 - სოციალურად დაუცველი. ბოლო ერთი წლის განმავლობაში საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა 2-ით შემცირდა. რაც შეეხება სოციალური საწარმოს შემოსავლის ძირითად წყაროს, ესენია: სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი და აგრეთვე, საერთაშორისო დონორებისგან მიღებული გრანტები.

სოციალური საწარმო „ამფორეა“ საკუთარი საქმიანობის შესაფასებლად იყენებს შემდეგ მეთოდებს: გაყიდვების დინამიკა, შემოსავალი/მოგება, მომხმარებელთა გამოკითხვა, მოსარგებლეთა გამოკითხვა, საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი/უარყოფითი შედეგების დათვლა, არსებული სტატისტიკური მონაცემების ანალიზი და სოციალური საწარმოს მიერ წარმოებული პროდუქტისა და მომსახურების რეალიზაციის ხარისხის/დონის შეფასება, გამოხმაურება მასმედიაში. სოციალური საწარმოს საქმიანობის შესახებ საზოგადოება მუდმივად იღებს ინფორმაციას სხვადასხვა წყაროსგან: სოციალური ქსელები და მასმედია.

ძირითადი წინააღმდეგობები, რომლებსაც სოციალური საწარმო „ამფორეა“ აწყდება, არის სოციალური საწარმოების მისიისა და მიზნების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის დაბალი დონე, სოცსაწარმოს ძირითადი მოსარგებლებების მიმართ ემპათიისა და სოლიდარობის გამოვლენის არასაკმარისობა და ფაქტი, რომ საკანონმდებლო დონეზე „სოციალური საწარმო“—განმარტებული არაა, რაც გარკვეულ სირთულეებს ქმნის მისი შემდგომი განვითარებისთვის.

ბაბალე

თბილისში საქმიანობს სოციალური საწარმო „ბაბალე“, რომელიც პროფესიული გადამზადების, დასაქმებისა და ოჯახების გაძლიერების გზით უზრუნველყოფს ინტელექტუალური დარღვევებისა და ფსიქოსოციალური საჭიროების მქონე პირებისთვის დამოუკიდებელი ცხოვრების შესაძლებლობის გაზრდას. „ბაბალეს“ ფუნქციონირება ემსახურება შემდეგ მიზნებს: სამეწარმეო საქმიანობის მიმართულებების გაფართოება, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა პროფესიული განვითარება, სოციალურ საწარმოთა მნიშვნელობის უფრო ფართოდ წარმოჩენა და ა. შ. სოციალური საწარმოს ძირითადი მოსარგებლენი არიან შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულები და შშმ ბავშვები. აღსანიშნავია, რომ ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში მან შშმ 60 ბავშვსა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულ 28 პირს მიაწოდა ინტეგრაციისთვის საჭირო სერვისები. იმავდროულად, 65-მა პირმა მიიღო პროფესიული განათლება. გარდა ამისა, 2018-2021 წლებში სოციალური საწარმოს უშუალო მოსარგებლეთა რაოდენობა ჯამში 126 პირს შეადგენდა. არსებული

სტატისტიკური მონაცემების თანახმად, სოციალურ საწარმოში 34 პირია დასაქმებული. ამათგან 8 - შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე, 14 - ქალი, 8 - ახალგაზრდა (18-29 წლის), 1 სოციალურად დაუცველი პირია. პერიოდულად საწარმო დროებით სამუშაო შესაძლებლობას ქმნის სტუდენტებისთვისაც.

„ბაბაღე“ საკუთარი საქმიანობის შედეგებს აფასებს შემდეგი მეთოდების გამოყენებით: საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი/უარყოფითი შედეგების აღრიცხვა, სოციალური საწარმოს მიერ შექმნილი პროდუქტისა და შეთავაზებული მომსახურების რეალიზაციის დონის/ხარისხის შეფასება. საწარმოს საქმიანობის შესახებ საზოგადოებისა და დაინტერესებული მხარეების ინფორმირება რეგულარულად მიმდინარეობს სოციალური ქსელებისა და პირისპირ შეხვედრების საშუალებით.

აღსანიშნავია, რომ სოციალური საწარმო „ბაბაღე“ საქმიანობის პროცესში რამდენიმე წინააღმდეგობას აწყდება: 1. საკანონმდებლო დონეზე სოციალური საწარმოები აღიარებული არაა; 2. სოციალურ საწარმოთა შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის დონე დაბალია. გარდა ამისა, სოციალური საწარმოს შემოსავლის ძირითადი ნაწილი სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებულ შემოსავალზე ან ადგილობრივი დონორების მიერ მიცემულ გრანტებზე მოდის.

თავისუფალი სივრცე

ბათუმში მოქმედი სოციალური საწარმო ა(ა)იპ „თავისუფალი სივრცის“ (შრომის ბაზარზე უკვე 4 წელია ფუნქციონირებს) საქმიანობის მიზანია შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა საზოგადოებაში ინტეგრაციის ხელშეწყობა და მათი ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება პროფესიული უნარების განვითარებითა და კაფეში დასაქმების გზით. მისი შექმნის მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორები იყო ინკლუზიური სოციალური გარემოს ჩამოყალიბების ხელშეწყობა, მოწყვლადი ჯგუფების უზრუნველყოფა საჭირო მომსახურებით და ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება, არაფორმალური და პროფესიული განათლების ხელმისაწვდომობის გაზრდა და ა. შ. სოციალური საწარმოს ძირითად მოსარგებლებებს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვები/ზრდასრულები, ახალგაზრდები და ხანგრძლივად უმუშევარი პირები წარმოადგენენ. სოციალური საწარმოს საქმიანობით მიღწეული დადებითი შედეგების სტატისტიკურად გაზომვის საფუძველზე ცხადი ხდება, რომ ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში შშმ 10 ბავშვისგან შვიდმა მოზარდმა და შშმ ამავე რაოდენობის ზრდასრულმა პირმა (10-დან 7), რომლებიც ვერ იღებდნენ მათი რეაბილიტაციისთვის საჭირო მომსახურებას, სოციალურ საწარმო „თავისუფალ სივრცესთან“ თანამშრომლობის შედეგად შეძლეს უკეთ გამკლავებოდნენ მათ წინაშე არსებულ გამოწვევებს. გარდა ამისა, როგორც სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცის“ წარმომადგენელმა აღნიშნა, ბათუმის მუნიციპალიტეტში მცხოვრები 100 ახალგაზრდისგან, რომლებიც ვერ ახერხებდნენ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში აქტიურად ჩართვას და ახალი სოციალური უნარების შექმნას (მაგ.: ზრუნვა მოწყვლად ჯგუფებზე, გარემოსდაცვით აქტივობებში მონაწილეობა და სხვ.), საწარმოს მომსახურების შედეგად 77-მა შეძლო მონაწილეობა და მათთვის მნიშვნელოვანი ახალი სოციალური უნარების/ფუნქციების შექმნა.

აღსანიშნავია, რომ სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად ხანგრძლივად უმუშევარი 10 პირისგან ოთხმა გაიუმჯობესა ცოდნა და უნარები ბიზნესის დაგეგმვის საკითხებზე, ხოლო შვიდმა შეძლო პროფესიული განათლების მიღება. გარდა ამისა, „თავისუფალ სივრცეში“ 150-მდე კულტურული და სოციალური ღონისძიება გაიმართა. აქვე ფუნქციონირებს ჟესტური ენის ალტერნატიული სკოლა, რომელშიც 20-მა ახალგაზრდამ და 10-მა საჯარო მოხელემ გაიარა სასწავლო კურსი.

სოციალურ საწარმოში დასაქმებულთა შორის შემლუდული შესაძლებლობების მქონე 2 პირია, 6 - ქალი, 6 - ახალგაზრდა (18-29 წლის). რაც შეეხება მოხალისეთა რაოდენობას, ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში სოციალურმა საწარმომ 80 მოხალისეს მოუყარა თავი.

სოციალური საწარმო „თავისუფალსეთი სივრცე“ საკუთარი საქმიანობის შედეგად მიღწეულ შედეგებსა და გავლენას აფასებს შემდეგი მეთოდების გამოყენებით: მოსარგებლეთა პერიოდული აღრიცხვა, მათი კმაყოფილების დონისა და კეთილდღეობის შეფასება. სოციალური საწარმოს გავლენის შეფასებისას მთავარ პრობლემას შესაბამისი ინდიკატორების შემუშავება წარმოადგენს. სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცე“ რეგულარულად აცნობებს საზოგადოებას განხორციელებული აქტივობების შესახებ. ინფორმირება, ძირითადად, სოციალური ქსელის, სატელევიზიო მედიის, საინფორმაციო ბროშურების გავრცელებითა და პირისპირ შეხვედრებით ხორციელდება.

სოციალური საწარმოს ძირითადი ბარიერები/გამოწვევები უკავშირდება შემდეგ საკითხებს: მწირი ფინანსური კაპიტალი, დაფინანსებისა (გრანტი, სესხი და ა. შ.) და კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა. უარყოფითი შედეგები, რომლებიც მის ფუნქციონირებას შეიძლება მოჰყვეს, არასტაბილური შემოსავლის გამო სოციალური საწარმოს დახურვაა. ამის რისკი კიდევ უფრო გაიზარდა პანდემიის პერიოდში. უკანასკნელი ოთხი წლის განმავლობაში შემოსავლის ძირითადი წყარო სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი იყო.

1.7. სოციალურ საწარმოთა გავლენის შეფასების/გაზომვის თეორიული ჩარჩო

საქმიანობის გავლენის გაზომვა მნიშვნელოვანი გამოწვევაა, როგორც თავად სოციალური საწარმოებისთვის, ისე მხარდამჭერი ორგანიზაციების/სტრუქტურებისთვის, რომლებიც მათ განვითარებაზე ზრუნავენ. გავლენის გაზომვა ყველაზე ეფექტური და ნაყოფიერი საშუალებაა იმისათვის, რომ სოციალურმა საწარმომ მომავალში საკუთარი საქმიანობის შედეგად მიღწეული შედეგების ოპტიმიზაცია და გავლენის გაზრდა შეძლოს. სავსებით შესაძლებელია სოციალური საწარმოს კონცეფციის ინოვაციურობის შეფასება სხვადასხვა მექანიზმებით. ამაში იგულისხმება იმის გარკვევა/შესწავლა, თუ რამდენად ინოვაციურია თავად სოციალური საწარმოს მიზნები/ამოცანები და მისი ის ფუნქცია, რომლის შესასრულებლადაც შეიქმნა სოციალური საწარმო.

სოციალური გავლენა საწარმოს საქმიანობის გრძელვადიანი შედეგია, რომელიც შეიძლება იყოს როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი ეფექტის მქონე. სოციალური საწარმოს საქმიანობის ფარგლებში დაგეგმილ პროგრამებს, აქტივობებს, ინტერვენციებს სხვადასხვა სახის გავლენა აქვს სამიზნე ჯგუფებზე, რაც, შესაძლოა, გამოიხატოს ახალი შესაძლებლობებისა და არჩევანის მრავალფეროვნებით ან, პირიქით, სოციალურმა გავლენამ შეიძლება უარყოფითად იმოქმედოს

საზოგადოების გარკვეულ ჯგუფებზე. ამიტომ, მნიშვნელოვანია, სოციალურ საწარმოს წინასწარ მკაფიოდ ჰქონდეს განსაზღვრული, დასახული ამოცანების მისაღწევად რა ტიპის აქტივობები უნდა განახორციელოს, რათა საქმიანობამ უარყოფითი სოციალური გავლენა არ იქონიოს. გავლენის შეფასების პროცესი ხელს უწყობს როგორც სასარგებლო ცვლილებების მიღწევას, ისე უარყოფითი შედეგების თავიდან აცილებას. გავლენის გაზომვა რამდენიმე მიზანს ემსახურება, კერძოდ:

- მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, სოციალური საწარმო ახდენს თუ არა რეალურ სოციალურ ცვლილებებს;
- გავლენის გაზომვის შემდეგ ხორციელდება აქტივობები, რომლებიც ხელს შეუწყობს სოციალურ საწარმოს გაძლიერებასა და მისი მდგრადობის შენარჩუნებას;
- სოციალური გავლენის გაზომვის შემდეგ საწარმოს შეუძლია საკუთარი საქმიანობა უფრო ეფექტიანი გახადოს.

სოციალური საწარმოს გავლენის გაზომვისა და მართვის პროცესზე მუშაობა თავად საწარმოს შექმნის პროცესიდანვე იწყება და რამდენიმე ეტაპს მოიცავს, ესენია: მიზნების დასახვა, დაინტერესებულ მხარეთა ანალიზი, შედეგების გაზომვა, გავლენის შეფასება, მონიტორინგი და ანგარიშგება. ამ პროცესში მნიშვნელოვანია სოციალური პრობლემის სიღრმისეული ანალიზი და საწარმოს ცვლილების თეორიის ჩამოყალიბება. ეს კი გულისხმობს სოციალურ საწარმოთა მხარდაჭერების, დონორებისა და ინვესტორებისთვის მკაფიო ინფორმაციის მიწოდებას იმის შესახებ, თუ რა ცვლილებების მოტანა სურს საწარმოს და როგორ აპირებს სოციალური მიზნის/მიზნების მიღწევას. სწორედ ამის შემდეგაა შესაძლებელი რეალური, ობიექტური გავლენის მიზნების ჩამოყალიბება²⁹.

სოციალური საწარმოს გავლენის შესაფასებლად აუცილებელია გარკვეული **ინდიკატორების** არსებობა. გამოიყოფა გავლენის გაზომვის რაოდენობრივი და თვისებრივი ინდიკატორები. რაოდენობრივი ინდიკატორების საფუძველზე სტატისტიკურად სანდო მაჩვენებლების მიღება შეიძლება, ხოლო თვისებრივი ინდიკატორებით მონაცემების შეგროვება ეფუძნება ინდივიდუალურ აღქმას, რომლის შესახებ ინფორმაციის მიღება შესაძლებელია, მაგ.: სოციოლოგიური კვლევის სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით. აუცილებელია, ინდიკატორები შეესაბამებოდეს ორგანიზაციის მიზნებს, უნდა იყოს მოქნილი, ნათლად განსაზღვრული; უმჯობესია რამდენიმე ინდიკატორის შემუშავებაც. სოციალური გავლენის გაზომვის პროცესში მნიშვნელოვანია შედეგების დათვლაც და ფაქტორების გათვალისწინებაც, რომლებიც პირდაპირ ზემოქმედებს გავლენის გაზომვაზე ან შემცირებაზე.

სოციალურ საწარმოთა გავლენის გაზომვის ორი ძირითადი - **ჰორიზონტალური** და **ვერტიკალური** - მოდელიც გამოიყოფა. ჰორიზონტალური გაზომვის მოდელი გულისხმობს შრომის ბაზარზე არსებულ ანალოგიურ საწარმოთა საქმიანობის შესწავლასა და მათი გეოგრაფიული არეალის გაზრდას, სამიზნე ჯგუფების გაფართოებას და ა. შ.; ვერტიკალური გაზომვისას ყურადღებას ვამახვილებთ უშუალოდ თემზე (community), უფრო სიღრმისეულად შეისწავლება და ფასდება მოსარგებლეთათვის განსაზღვრული პროდუქტისა და მომსახურების ხარისხი, მათი საჭიროებები³⁰.

29 სოციალური მეწარმეობის სახელმძღვანელო (III გამოცემა).

<https://www.segeorgia.org/storage/files/doc/Manual%202018.pdf>

30 Scaling for Social Impact: Exploring Strategies for Spreading Social Innovations.

[https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/Presentation_Deas_ScalingforSocialImpactExploringStrategiesforSpreadingSocialInno)

[content/uploads/sites/7/2015/02/Presentation_Deas_ScalingforSocialImpactExploringStrategiesforSpreadingSocialInnovations_2003.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/Presentation_Deas_ScalingforSocialImpactExploringStrategiesforSpreadingSocialInnovations_2003.pdf)

სოციალური გავლენის შეფასების საერთაშორისო პრინციპების (International Principles for Social Impact Assessment)³¹ თანახმად, სოციალური გავლენა მასშტაბური საკითხია. სოციალური გავლენის შეფასების საერთაშორისო პრინციპების საფუძველზე შეიძლება განისაზღვროს სოციალურ საწარმოთა საქმიანობით მიღწეული გავლენის შეფასების ინდიკატორები. კერძოდ, ესენია:

1. **ადამიანების ცხოვრების სტილი** - საზოგადოების წევრების, განსაკუთრებით, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა ყოველდღიური ცხოვრების წესის, მუშაობის რეჟიმის, სოციალური ურთიერთობების გაუმჯობესება და მასში დადებითი ცვლილებების შეტანა;
2. **დემოგრაფიული ცვლილებები** - მოსახლეობის რაოდენობის ზრდის ხელშეწყობა შემდეგი პროცესების პრევენციით/შეჩერებით: შიდა ან გარე მიგრაცია, რომელიც ხშირად გამოწვეულია მოწყვლად ჯგუფთა დასაქმების დაბალი შესაძლებლობით, განათლებაზე, ჯანდაცვასა და სხვადასხვა სოციალურ მომსახურებაზე ხელმისაწვდომობის ნაკლებობით;
3. **დასაქმების მაჩვენებლის გაზრდა** - თემის წარმომადგენელთათვის სამუშაო ადგილების შექმნა და მათი დასაქმება. მათთვის უსაფრთხო სამუშაო გარემოს შექმნა და შრომის ადეკვატური ანაზღაურებით უზრუნველყოფა, რაც მეტ-ნაკლებად მათ ეკონომიკურ სტაბილურობას განაპირობებს;
4. **ფინანსური დაცვა** - ადამიანებისთვის უსაფრთხო გარემოს შექმნა შემდეგი დახმარებით: ჯანდაცვის უფასო სერვისები, უფასო საგანმანათლებლო პროგრამებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა, გადასახადების გადახდის პროცესში ხელშეწყობა და სხვ.;
5. **კულტურა** - ადამიანების კულტურული კაპიტალის დაცვა და მათთვის მნიშვნელოვანი რწმენების, ტრადიციების, ღირებულებების შენარჩუნების უზრუნველყოფა (მაგ.: რელიგიური უმცირესობები, ეთნიკური უმცირესობები და სხვ.);
6. **თემი** - თემის წარმომადგენელთა ერთიანობის, სტაბილურობის, განვითარების უზრუნველყოფა სხვადასხვა სახის სერვისითა და საჭირო ინფრასტრუქტურით;
7. **პოლიტიკური სისტემები** - ადამიანების მონაწილეობის ხარისხის გაზრდა გადაწყვეტილებებში, რომლებიც ზემოქმედებს მათ ცხოვრებაზე (დემოკრატიზაციის ხარისხის გაუმჯობესებით, ამ მიზნით გამოყოფილი რესურსების სრულად გამოყენებით);
8. **გარემო** - ჰაერისა და წყლის ხარისხის გაუმჯობესება, რომელთაც იყენებენ ადამიანები; იმავდროულად, საკვების ხელმისაწვდომობისა და ხარისხის გაუმჯობესება, გარემოში ჯანმრთელობისთვის არსებული საფრთხის ან რისკის შემცირება; ჯანსაღი ცხოვრებისთვის საჭირო სანიტარული პირობების შექმნა, ფიზიკური უსაფრთხოება და რესურსებზე კონტროლი;
9. **ჯანმრთელობა და კეთილდღეობა** - სოციალური კეთილდღეობისა და ფიზიკური ჯანმრთელობის (ფიზიკური, გონებრივი და სულიერი მდგომარეობა) დაცვა და შესაბამის სერვისებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა;
10. **პირადი და ქონებრივი უფლებები** - ადამიანებისთვის ეკონომიკური ზარალის შემცირება, მათთვის ეკონომიკური/ფინანსური განვითარების თვალსაზრისით ხელსაყრელი მდგომარეობის/პირობების შექმნა. მათი სამოქალაქო უფლებების დაცვა;
11. **შიში და მისწრაფება** - ადამიანების ფსიქოემოციური ჯანმრთელობისთვის საჭირო გარემოს შექმნა/გაუმჯობესება. ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებით მოწყვლადი ჯგუფებისთვის მნიშვნელოვანია მომსახურებების მიწოდება, რომლებიც აამაღლებს მათ თვითშეფასებას, განუმტკიცებს რწმენას უსაფრთხოების შესახებ, გაუქარწყლებს შიშს

³¹ International Principles For Social Impact Assessment.
https://www.socialimpactassessment.com/documents/0303%20Vanclay%20IAPA%20V21N1%20SIA%20International%20Principles_1.pdf

თემის მომავლის შესახებ და მისცემს შესაძლებლობას, მომავალში ისწრაფოდნენ საკუთარი და ოჯახის კეთილდღეობის უზრუნველსაყოფად.

ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა უფრო სიღრმისეულად და მასშტაბურად ზემოქმედებს:

- ფინანსური კაპიტალის ინვესტირებაზე/ჩადებაზე იდეების განხორციელებაში, რომლებიც მნიშვნელოვანია არა მარტო ერთი კონკრეტული რეგიონის/ქვეყნის კეთილდღეობისთვის, არამედ - მსოფლიოსთვისაც;
- მსოფლიოში არსებული მართვის სისტემებისთვის ბიძგის მიცემაზე, რათა გაიზარდოს მათი სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი.

1.8. სოციალურ საწარმოთა გავლენის საერთაშორისო გამოცდილება

1.8.1. სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ქვეყნები³²

სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნებში სოციალური მეწარმეობა პოპულარული 1970-იანი წლებიდან ხდება. აღსანიშნავია, რომ არსებობა ორგანიზაციებისა (მაგ.: სოციალური კოოპერატივები), რომელთაც ჰქონდათ სოციალური მიზანი და მოგებას კვლავ ამ მიზნის მისაღწევად აბანდებდნენ, სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში ახალი ფენომენი არაა. ბრიტანეთის საბჭოს³³ მიერ ჩატარებული კვლევის მონაცემებით, რეგიონში დაახლოებით 1 მილიონამდე სოციალური საწარმო ფუნქციონირებს.

აზიის რეგიონის მასშტაბით სახელმწიფოების მთავრობებმა შეიმუშავეს სოციალური მეწარმეობის განვითარების მხარდაჭერი პოლიტიკა და სტრატეგიები; შეიქმნა სპეციალიზებული განყოფილებები, სამუშაო ჯგუფები, კავშირები, პლატფორმები და სხვ., რომლებიც სწორედ სოციალური მეწარმეობის მიმართულებით მუშაობს. სოციალურ საწარმოთა უმეტესობა დაფუძნებულია ახალგაზრდების მიერ და მმართველ წევრთა უმრავლესობის ასაკი 44 წელს არ აღემატება.

მაგ.: ინდონეზიაში სოციალურ საწარმოთა მეოთხედი ნაწილის მმართველ პირთა ასაკი 24 წლამდეა. მნიშვნელოვნად იზრდება ქალი სოციალური მეწარმეების წილიც. სინგაპურსა და მალაიზიაში სოციალურ საწარმოთა ნახევარზე მეტი ქალების მიერ იმართება. სოციალურ საწარმოთა წარმატებული ფუნქციონირების მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი შემოქმედებითობა და ინოვაციურობაა. სწორედ ამით აიხსნება ის ფაქტი, რომ სოციალურ საწარმოთა მნიშვნელოვანი ნაწილის საქმიანობის სფერო ხელოვნება და შემოქმედებითი ინდუსტრიებია (Creative Industries). მაგ.: ინდონეზიაში ყოველი ხუთიდან ერთი სოციალური საწარმო სწორედ ამ სექტორში საქმიანობს.

2017 წლიდან მთელი რეგიონის მასშტაბით სახელმწიფოთა ერთობლივი ძალისხმევით განხორციელდა სოციალური მეწარმეობის გავლენის ზრდის მხარდაჭერი აქტივობები. კერძოდ, შეიქმნა ინკუბატორები, სოციალურ საწარმოთა ქსელები. მთავრობებმა მიიღეს ახალი კანონები და შეიმუშავეს პოლიტიკის დოკუმენტები. მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ ტაილანდის სოციალური მეწარმეობის კანონი, რომელიც მთელ მსოფლიოში ყველაზე

³² კვლევა ჩატარდა ჰონგ-კონგში, ინდონეზიაში, მალაიზიაში, ფილიპინებში, სინგაპურში, ტაილანდსა და ვიეტნამში.

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_south_east_asia_0.pdf

³³ The state of social enterprise in South East Asia (February, 2021)

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_south_east_asia_0.pdf

სრულყოფილად მიიჩნევა. სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის რეგიონში, მსოფლიოს სხვა ქვეყნებთან შედარებით, სოციალური მეწარმეობა უფრო მეტადაა განვითარებული.

- ფილიპინებში არსებულ სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობას (53,9%) გარემოსდაცვითი მიზნები აქვს. კვლევაში მონაწილეთა 34,5%-მა აღნიშნა, რომ მოსარგებლეთა მთავარ ჯგუფს ახალგაზრდები წარმოადგენენ;
- სამუშაო ადგილების შექმნის მიზნით დაარსებულ სოციალურ საწარმოთა ხვედრითი წილი განსაკუთრებით მაღალია ინდონეზიაში, ფილიპინებში, სინგაპურსა და ჰონგ-კონგში. ჩამოთვლილ ქვეყნებში არსებულ სოციალურ საწარმოთა ნახევარზე მეტი სწორედ დასაქმების შესაძლებლობების გაზრდაზე მუშაობს;
- მოწყვლად ჯგუფთა დახმარება განსაკუთრებით პრიორიტეტულ საკითხად მიიჩნევა სინგაპურში, ვიეტნამსა და ფილიპინებში;
- ჯანდაცვისა და კეთილდღეობის განვითარება/გაუმჯობესება ფილიპინების, სინგაპურისა და ჰონგ-კონგის ტერიტორიებზე არსებულ სოციალურ საწარმოთა ძირითადი ამოცანაა;
- ვიეტნამში ათი სოციალური საწარმოდან სულ მცირე ერთი მაინც ბრუნავს მხარდაჭერასა და გაძლიერებაზე ჯგუფებისა, რომლებიც ფინანსურ გარიყულობას განიცდიან;
- განათლებისა და წიგნიერების ხელშეწყობის მიზნის მქონე სოციალურ საწარმოთა რიცხვი განსაკუთრებით მაღალია სინგაპურსა და ფილიპინებში (დაახლოებით 40%).

შემთხვევის შესწავლა (case study) - Spic & Span

სინგაპურის ერთ-ერთი სოციალური საწარმო (Spic & Span), რომელიც მოსახლეობას სთავაზობს დასუფთავების სამუშაოს, საკუთარ კომპანიაში საზოგადოებისგან გარიყულ ადამიანებს ასაქმებს. ის მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენლებისთვის ქმნის კარიერის განვითარების შესაძლებლობებს. 2017 წლიდან სოციალური სერვისების 60-ზე მეტმა სააგენტომ ითანამშრომლა სოციალურ საწარმოსთან და 300-ზე მეტ ადამიანს ჩაუტარა ტრენინგი, გადაამზადა და უზრუნველყო დასაქმების შესაძლებლობით.

აღსანიშნავია, რომ კორონავირუსის პანდემიამდე კომპანიამ მნიშვნელოვანი ინვესტიცია ჩადო დასუფთავების ტექნოლოგიების გაუმჯობესებაში/განახლებაში, რათა მსგავსი მომსახურების მქონე კომპანიებისთვის გაეწია კონკურენცია, გაეზარდა პროდუქტიულობა და კლიენტები უფრო მეტად კმაყოფილი დარჩენილიყვნენ. ყოველივე ამან კი განაპირობა ის, რომ კორონავირუსის პანდემიის პირობებში სოციალურმა საწარმომ კარგად შეძლო არსებულ სირთულეებთან გამკლავება და გაზრდილი მოთხოვნის დაკმაყოფილება.

საგულისხმოა ისიც, რომ წარმატების ერთ-ერთ განმაპირობებელ ფაქტორად დასახელებულია სოციალური შედეგების პერიოდული გაზომვა. შესაბამისად, ამან სოციალური საწარმო სამომავლო ნაბიჯების სწორი დაგეგმვისკენ წაიყვანა.

აღსანიშნავია, რომ კვლევაში მონაწილეთა შორის სინგაპური აღმოჩნდა ქვეყანა, რომელშიც სოციალურ საწარმოთა ყველაზე დიდი ნაწილი ზომავს საკუთარი საქმიანობით მიღწეულ სოციალურ შედეგებს (88,7%). ყველაზე

ნაკლებად კი მსგავსი გამოცდილება ვიეტნამში არსებულ სოციალურ საწარმოებს აქვთ.

კვლევის „სოციალური საწარმოები სინგაპურში“³⁴ თანახმად, სოციალურ საწარმოთა 40% განათლების სექტორში ოპერირებს, 21% კი - ჯანდაცვისა და სოციალური სერვისებისა. განათლების სფეროში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობაში ხელმძღვანელ პოზიციებზე ქალები და ახალგაზრდები არიან. 65%-ში სრულ განაკვეთზე დასაქმებულ თანამშრომელთა რაოდენობა არ აღემატება 5 ადამიანს, 61% კი აღნიშნავს, რომ ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა წილი 1-5 ადამიანამდე მერყეობს, რაც სოციალური საწარმოს დაბალი შემოსავლითაა განპირობებული.

აქვე უნდა ითქვას, რომ სინგაპურში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა უმეტესი ნაწილის სოციალური მიზანია სამიზნე ჯგუფების გადამზადება, უნარ-ჩვევათა გამომუშავება და დასაქმება. გამოკითხულთა შორის სოციალურ საწარმოთა 66%-მა აღნიშნა, რომ მათი საქმიანობით მიღწეულმა დადებითმა შედეგებმა ბოლო ერთი წლის განმავლობაში 100-მდე მოსარგებლე მოიცვა, 11%-ისთვის კი ასეთთა რაოდენობა ბოლო 12 თვის განმავლობაში 1000 ბენეფიციარზე მეტია.

შემთხვევის შესწავლა (Case study) - Diamond Cab³⁵

ჰონგ-კონგში შეიქმნა სოციალური საწარმო, რომელიც გადაადგილების შეზღუდვის მქონე პირებს უსაფრთხო და მათ საჭიროებებზე მორგებულ სატრანსპორტო საშუალებებს სთავაზობს. მისი შექმნის იდეა გაჩნდა მას შემდეგ, რაც ერთ-ერთ შშმ პირს ქალაქში გადაადგილების პრობლემა შეექმნა.

საწარმოს დაარსებიდან რამდენიმე წელში სოციალურმა საწარმომ 1 600 000 მგზავრობა განახორციელა (2016-2020 წწ.), რაც იმას ნიშნავს, რომ პირებს გაუადვილდათ საჯარო სივრცეში მოქმედება და საკუთარი სურვილების დაკმაყოფილების შესაძლებლობაც გაეზარდათ. საწარმო უამრავი სახის მხარდაჭერას იღებდა სხვადასხვა ინსტიტუციისგან, ვინაიდან წარმატებით აღწევდა საკუთარ სოციალურ მიზანს. მაგ.: კერძო სექტორის წარმომადგენელი სადაზღვევო და საქველმოქმედო ორგანიზაციები, რომელთათვისაც შშმ პირთა კეთილდღეობაზე ზრუნვა საკვანძო საკითხს წარმოადგენდა, სოციალურ საწარმოს დაეხმარა ფინანსურადაც და სხვაგვარად (მაგ.: რეკლამირება). გარდა ამისა, სხვადასხვა ფონდმა ხელი შეუწყო სოციალურ საწარმოს განვითარებას შემდეგ მიმართულებებში: მოწყვლადი ჯგუფებისთვის გართობის, დასვენებისა და სხვადასხვა მომსახურების მიწოდება.

შემთხვევის შესწავლა (Case study) - Sukkha Citta

ინდონეზიაში არსებული სოციალური საწარმო Sukkha Citta შემოქმედებითი ინდუსტრიების სფეროში საქმიანობს. საწარმო 2016 წელს დაარსდა და მისი

³⁴ The state of social enterprise in Singapore.

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_singapore_0.pdf

³⁵ The state of social enterprise in Hong Kong.

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_hong_kong_social_enterprise_web_final.pdf

მიზანი სოფელში მცხოვრებ ოსტატ ქალთა წახალისება და მხარდაჭერა იყო. საწარმო მათ ეხმარებოდა უნარ-ჩვევების გამომუშავებასა და შეძენაში, აკავშირებდა ქალაქის ბაზართან, რათა შესძლებოდათ თავიანთი პროდუქტის გაყიდვა უფრო ფართო მასშტაბით. ყოველივე ეს კი ოსტატ ქალებს ფინანსურად აძლიერებდა და მიღებული შემოსავლის საფუძველზე სიღარიბისგან თავის დაღწევის შესაძლებლობას უზრდიდა.

სოციალურ საწარმოთა დაფუძნების გზით წლიდან წლამდე სამუშაო ადგილების სწრაფი ზრდის დინამიკით გამოირჩევა ინდონეზია. აღსანიშნავია, რომ ინდონეზიაში არსებობს შრომითი ინტეგრაციის სოციალურ საწარმოთა გაერთიანება, რომლის მიზანია მოწყვლადი ადამიანების დასაქმება. კვლევის „სოციალური საწარმო ინდონეზიაში“³⁶ თანახმად, სოციალურ საწარმოთა ბაზაზე შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა 7 მილიონს აჭარბებს, რაც მთლიან მოსახლეობაში სამუშაო ძალის 3,73%-ია. აღნიშნულია ისიც, რომ 2016-2017 წლებში 42%-მდე გაიზარდა სოციალურ საწარმოებში სრულ განაკვეთზე დასაქმებულ პირთა რაოდენობა, რომელთაგან 99% ქალია.

სოციალურ საწარმოთა დაფუძნებამ ინდონეზიის ეკონომიკურად აქტიურ მოსახლეობაში ქალთა წილის ზრდას შეუწყო ხელი. 2021 წელს გამოქვეყნებული კვლევის თანახმად³⁷, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულთა 69% სწორედ ქალია, რაც გარკვეულწილად აღემატება MSME (მიკრო, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები) სექტორში დასაქმებულ ქალთა ხვედრით წილს (57%). ანგარიშში ნათქვამია ისიც, რომ ინდონეზიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა წვლილი ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში დაახლოებით 1,9%-ია.

კვლევის მიხედვით, სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობის მოქმედების მთავარი ამოცანა მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებისთვის (განსაკუთრებით, ქალებისთვის) სამუშაო ადგილების შექმნაა. აღსანიშნავია, რომ ბრაზილიაში, ინდოეთში, პაკისტანში, გაერთიანებულ სამეფოსა და აშშ-ში სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის შედეგად ბევრად უფრო მეტი სამუშაო ადგილი იქმნება ქალებისთვის, ვიდრე – ეკონომიკის სხვა აგენტების ფუნქციონირების შედეგად. სოციალურ საწარმოში დასაქმებულ ქალთა ძირითადი ნაწილი მოწყვლადი ჯგუფის წევრია, გამომუშავებული ფინანსური შემოსავალი კი მათთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. დასაქმებასთან ერთად სოციალური საწარმოები ქალებს ეხმარება უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაში, რომლებიც მათ პიროვნულ განვითარებას, ფსიქოემოციურ მდგრადობასა და თავდაჯერებულობას უზრუნველყოფს. კვლევის მიგნებების თანახმად, ქალების 75% (რომელთაც დაიწყეს სოციალური მეწარმეობა) თავს უფრო ღირებულად მიიჩნევს და 64% დასძენს, რომ უფრო მეტად თავდაჯერებული გახდნენ. ანალოგიური სიტუაციაა სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის რეგიონის ქვეყნებშიც. ქალ მეწარმეთა რაოდენობა განსაკუთრებით მაღალია სინგაპურში (56,1%), ხოლო ყველაზე დაბალი – ტაილანდში (35,7%)³⁸.

³⁶ *The state of social enterprise in South East Asia (February, 2021).*

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_south_east_asia_0.pdf

³⁷ *Supporting Social Enterprises in Indonesia (2021) Social Enterprise (ilo.org)*

³⁸ *The state of social enterprise in South East Asia (February, 2021)*

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_south_east_asia_0.pdf

მალიზიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა უმეტესობას ქალები მართავენ. კვლევის „სოციალური საწარმო მალიზიაში“³⁹ თანახმად, 2014-დან 2018 წლამდე ქვეყანაში ქალი სოციალური მეწარმეების ხვედრითი წილი 11%-ით გაიზარდა (2014 – 43%; 2018 - 54%), ამ სექტორში დასაქმებულ მამაკაცთა პროცენტული მაჩვენებელი კი 12%-ით შემცირდა (2014 – 57%; 2018 – 45%); ამავე კვლევის თანახმად, სოციალურ საწარმოთა 18%-ის ხელმძღვანელობაში მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები არიან ჩართული. მალიზიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა მოქმედების ძირითადი სფეროები შემდეგნაირად ნაწილდება: 34% სამუშაო ადგილების შექმნაზე ორიენტირებული, 31%-ის საქმიანობა მოწყვლადი და საზოგადოებისგან გარიყული ჯგუფების მხარდაჭერა და გაძლიერება, სოციალურ საწარმოთა 27% კი ზოგადად თემის განვითარებაზე ზრუნავს. ამასთანავე, მალიზიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა თანამშრომლების საშუალო რაოდენობა დაახლოებით 20 ადამიანია. ანგარიშის თანახმად, სოციალური მეწარმეობა მალიზიაში სამუშაო ადგილების შექმნის სწრაფი საშუალებაა. 2017-2018 წლებში სამუშაო ადგილების რაოდენობა სრულ განაკვეთზე დასაქმებულთათვის 23%-ით გაიზარდა, ნახევარ განაკვეთზე კი 33%-იანი ზრდის დინამიკა დაფიქსირდა. აქვე აღსანიშნავია, რომ სრულ განაკვეთზე დასაქმებულთა 20% ქალია.

მალიზიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა 39% ფინანსურ რესურსებს საკუთარი საქმიანობით უყრის თავს, 32% კი აღნიშნავს, რომ მათ დონორი ორგანიზაციები უწევს ფინანსურ მხარდაჭერას, 26%-ისთვის შემოსავლის წყაროს კერძო სექტორისგან მიღებული გრანტები წარმოადგენს, სოციალურ საწარმოთა 25% ფინანსური რესურსების მობილიზებას საჯარო გრანტებით ახერხებს.

აღსანიშნავია, რომ მალიზიაში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა მთავარ გამოწვევებს შორის მოხალისეთა მობილდა სახელდება, რაც გარკვეულწილად აფერხებს საწარმოს განვითარების პროცესს. თუმცა არსებობს მოხალისეთა მობილიზების წარმატებული შემთხვევებიც.

1.8.2. კანადა⁴⁰

2016 წელს გამოქვეყნდა „კანადის ეროვნული სოციალური საწარმოების სექტორის კვლევის“ ანგარიში, რომლის მონაცემებიც მიღებულია კანადაში მოქმედი 1350 სოციალური საწარმოსგან; რაც შეეხება ფინანსური საკითხების განხილვას, მიღებული მონაცემები ეფუძნება 932 საწარმოს, რომლებმაც ფინანსურ მდგომარეობასთან დაკავშირებული სტატისტიკა სრულყოფილად გააზიარა.

კვლევამ აჩვენა, რომ კანადაში მოქმედებს სხვადასხვა დატვირთვისა და მიზნის მქონე სოციალური საწარმოები, რომლებიც შემდეგნაირად ნაწილდება:

- საწარმოთა 26% ორიენტირებულია დასაქმების განვითარებაზე;
- საწარმოთა 19% ატარებს ტრენინგებს სამუშაო ძალის ინტეგრაციისთვის;
- საწარმოთა 19% ქმნის შემოსავალს მფლობელი ორგანიზაციისთვის;
- საწარმოთა 81% მოქმედებს სოციალური მისიის შესასრულებლად;
- საწარმოთა 45% მუშაობს კულტურული მისიის შესრულებისთვის;
- საწარმოთა 27% საქმიანობას ეწევა გარემოსდაცვითი მისიის შესასრულებლად;
- საწარმოთა 43% მიმართულია სიღარიბის შემცირებაზე.

³⁹ The state of social enterprise in Malaysia

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_malaysia_british_council_low_r_es.pdf

⁴⁰ Canadian National Social Enterprise Sector Survey Report (2016) <https://ccednet-rcdec.ca/sites/ccednet-rcdec.ca/files/final-national-report-may-16-2016.pdf>

ანგარიშის მიხედვით, სოციალური საწარმოები ანაზღაურებდად სამსახურს სთავაზობს სულ მცირე 31 000 პირს (მათში მოიაზრება როგორც სრულ (11 770 ინდივიდი), ისე ნახევარ განაკვეთზე (7 970 ინდივიდი) დასაქმებულები, სემონური მუშახელი (4 490 ინდივიდი), შტატგარეშე თანამშრომლები (6 600 ინდივიდი)). დასაქმებულთა შორისაა მინიმუმ 23 000 ადამიანი, რომლებიც მუშაობდნენ სოციალური საწარმოს მისიის ფარგლებში, ესენი არიან: შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები და/ან დასაქმების სხვა ბარიერების მქონე ადამიანები. აღსანიშნავია, რომ დასაქმებულთა ჯამური ანაზღაურება 442 მილიონ აშშ დოლარს შეადგენდა. აქვე შევნიშნავთ, რომ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა გაძლიერებასა და მხარდაჭერაზე ფოკუსირებულ საწარმოთა თითქმის ნახევარს (45%) დასაქმების განვითარებაზე ორიენტირებული მიზნები აქვს.

კვლევის შედეგად დასტურდება, რომ კანადის სოციალურ საწარმოთა თითქმის მესამედს (28%) მრავალმხრივი მიზანი აქვს - სულ მცირე 5,5 მილიონ ადამიანს უწევს სხვადასხვა ტიპის მომსახურებას. ამასთანავე, თითოეული სოციალური საწარმო საშუალოდ 27 ადამიანს ასაქმებს. საწარმოთა მესამედზე მეტი (36%) დაბალი შემოსავლის მქონე მოსახლეობასთან მუშაობს. აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ საწარმოთა 23% ტრენინგებს უტარებს, ასაქმებს ან სხვადასხვა სერვისს სთავაზობს ფიზიკური, მენტალური თუ ინტელექტუალური შეზღუდვების მქონე პირებს.

რაც შეეხება უშუალოდ სექტორების მოქმედების არეალს, კვლევა აჩვენებს, რომ გამოკითხულ საწარმოთა ნახევარზე მეტი (54%) მულტისექტორულ საქმიანობას ეწევა, 40% - საცხოვრებლის, საკვების, ტურიზმის მიმართულებით ოპერირებს, 36% - პროფესიული მომსახურებების მიმართულებით, ხოლო 31% ხელოვნების, კულტურისა და კომუნიკაციის კუთხით მოქმედებს. სხვა სოციალურ საწარმოთა სამოქმედო არეალი შემდეგნაირადაა გადანაწილებული:

- პროდუქცია, კონსტრუქცია - 23%;
- ვაჭრობა, ფინანსები - 23%;
- უძრავი ქონება - 19%;
- ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური მომსახურებები - 25%;
- სხვა მომსახურებები - 21%.

კანადაში არსებული სოციალური საწარმოები მოხალისეთა მობილიზების კუთხით აქტორთა მთავარ ჯგუფს წარმოადგენს. ანგარიშში ნათქვამია, რომ სოციალურ საწარმოთა 89%-ს ჰყავს მოხალისეთა გუნდი, რომელთა საერთო რაოდენობა (როგორც ნახევარ, ისე სრულ განაკვეთზე მომუშავე მოხალისეები) 116 000-ია. სოციალურ საწარმოთა 34%-ს 30-ზე მეტი ნახევარ და სრულ განაკვეთზე მომუშავე მოხალისე ჰყავდა.

2013-2014 წლებში სოციალურ საწარმოთა მთლიანი შემოსავალი დაახლოებით 1,2 მილიარდ აშშ დოლარს შეადგენდა, რომელშიც დაახლოებით 828 მილიონი აშშ დოლარი შექმნილი პროდუქტისა და შეთავაზებული მომსახურების გაყიდვისგან მიღებული თანხა იყო. კანადაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა დაფინანსების მთავარ წყაროს, ძირითადად, ადგილობრივი (49%), ფედერალური (30%) და მუნიციპალური (29%) მთავრობისგან მიღებული გრანტები წარმოადგენდა. დასახელდა სხვა წყაროებიც: კერძო პირები (ბიზნესსუბიექტები) - 42%; ფონდები - 25 %; კორპორაციები - 27%. აღსანიშნავია, რომ კვლევის შედეგების თანახმად, კანადაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა 23%-ს დროის იმ პერიოდში გრანტები არ ჰქონდა მიღებული. სოციალურ საწარმოთა 8%-ს ბანკისგანაც ჰქონდა სესხი აღებული, 7%-ს - საკრედიტო ორგანიზაციებისგან, ხოლო 2% ადგილობრივი მთავრობის მიერ გაცემული სესხით სარგებლობდა. აქვე უნდა ითქვას, რომ კანადაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობას (72%) სესხი საერთოდ არ აუღია.

2019 წელს ჩატარებული კვლევის ანგარიშში („სოციალური გავლენის ანგარიში“)⁴¹ ნათქვამია, რომ სოციალურ მეწარმეთა 58%-ს ქალები წარმოადგენენ, 42%-ს კი - კაცები. სოციალურ მეწარმეთა ბიზნესპროფილების მიხედვით, საქმიანობის 5 წამყვანი სფერო გამოიყოფა. კერძოდ: მეწარმეების 15% პროფესიულ, ტექნიკურ და სხვა სერვისებს აწვდის სამიზნე ჯგუფებს; 15% ინფორმაციული ტექნოლოგიებისა და ხელოვნური ინტელექტის განხრით საქმიანობს; 7% ხელოვნების სფეროში ეწევა მეწარმეობას; 5% განათლების სფეროში და 5% გარემოს დაცვისა და დასუფთავების ტექნოლოგიების განვითარების მიმართულებით ოპერირებს.

1.8.3. ნიდერლანდები⁴²

2016 წელს გამოქვეყნებულ კვლევაში („სოციალურ საწარმოთა სექტორის გავლენის შეფასება“) აღწერილია, რომ 2011-2016 წლებში ნიდერლანდებში სოციალურ საწარმოთა რაოდენობა 2000-2500-ით გაიზარდა და 5000-6000-ს მიაღწია. აქვე აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოთა სექტორში 2010-2016 წლებში სამუშაო ადგილების რაოდენობა 60%-ზე მეტით გაიზარდა - ეს მაშინ, როცა სხვა ეკონომიკურ სექტორებში ნიდერლანდების სამეფომ დაახლოებით 75 000 სამუშაო ადგილი დაკარგა. რაც შეეხება შემოსავალს, 2010-2015 წლებში 2 მილიარდიდან 3,5 მილიარდ ევრომდე გაიზარდა (75%-იანი ზრდა).

კვლევის თანახმად, სოციალური საწარმოების მოსარგებლეთა ცოდნა ჯანმრთელობისა და გარემოს დაცვის მნიშვნელობის თაობაზე უფრო და უფრო ვითარდება და სამოქალაქო პასუხისმგებლობაც ძალიან იზრდება. გაცილებით მეტი ადამიანია თანახმა შედარებით მცირე ანაზღაურებაზე იმ მიზნით, რომ მათ მიერ განხორციელებულ საქმიანობას დადებითი სოციალური გავლენა მოჰყვეს. ამასთანავე, ტრადიციულ გაერთიანებათაგან/კავშირთაგან საკუთარ ბიზნესში უფრო მეტი ორგანიზაცია ითვალისწინებს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის არსსა და კომპონენტებს.

დოკუმენტში აღწერილია, რომ ეროვნულ დონეზე ნიდერლანდების სოციალური ეკონომიკის საბჭომ ქვეყნის მთავრობას მისცა მკაფიო რეკომენდაციები დაფინანსების, ინვესტიციების მოზიდვისა და სოციალურ საწარმოთა შესახებ საჯარო მოხელეების ცნობიერების გაზრდის მიმართულებით. ამ პროცესში ჩაერთო საგანმანათლებლო სფეროც - თორმეტმა უმაღლესმა საგანმანათლებლო ინსტიტუციამ შექმნა სოციალურ მეწარმეობაზე ორიენტირებული პროგრამები და კურსები. ზოგიერთი უნივერსიტეტი ბაკალავრის ხარისხსაც კი გასცემს მარკეტინგსა და სოციალურ ბიზნესში.

აღსანიშნავია, რომ სექტორულ დონეზე სოციალური საწარმოს გავლენის გამოძვის შედეგად, შეიძლება, გაიზარდოს სოციალურ საწარმოთა ხილვადობა და დაეხმაროს მათ სამეწარმეო მენეჯმენტისა და ტექნიკური უნარების მქონე კადრების მოზიდვაში. განვიხილოთ ნიდერლანდებში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის გავლენის სამი ძირითადი მაგალითი:

- **მონაწილეობა შრომის ბაზრის ფორმირებაში:** ნიდერლანდებში დაახლოებით 1 მილიონი მოსახლე ფიზიკური, მენტალური თუ სენსორული განვითარების შეზღუდვის გამო მოწყვლადია დასაქმების თვალსაზრისით. ამ უკანასკნელთაგან დაახლოებით 40%-ია დასაქმებული. აღსანიშნავია, რომ მსგავსი შეზღუდვების მქონე პირთაგან დაახლოებით 30 000 დასაქმებულია სოციალურ საწარმოებში, რაც ხელმისაწვდომი სამუშაო ადგილების თითქმის 10%-ია. სოციალურ საწარმოთა საქმიანობების შედეგად

41 Social Impact Report - https://www.startupcan.ca/wp-content/uploads/2021/04/SC_Social_Impact_Report.pdf

42 Scaling the impact of the social enterprise sector (October 31, 2016) <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/scaling-the-impact-of-the-social-enterprise-sector>

მცირდება მოწყვლად ჯგუფებზე ზრუნვისა და მათი კეთილდღეობის შექმნისთვის საჭირო სახელმწიფო დანახარჯებიც, მათ მიერ განხორციელებული აქტივობების საფუძველზე იზრდება მოწყვლად ადამიანთა თვითშეფასებაც და ეძლევათ საშუალება, ჩამოყალიბებული სოციალური ქსელების (კაპიტალის) განვითარებაში საკუთარი წვლილიც შეიტანონ;

- **განახლებადი ენერჯია:** ნიდერლანდებს მიზნად ჰქონდა დასახული, რომ 2020 წლისთვის გამომუშავებული ენერჯის 14% განახლებადი ენერჯიით ყოფილიყო მიღებული. კვლევის ჩატარების პერიოდში (2016 წ.) კი გამომუშავებული ენერჯისგან ასეთის წილი მხოლოდ 6%-ს შეადგენდა, აქედან კი 10% სოციალურ საწარმოთა მიერ იყო წარმოებული. ამასთანავე, ანგარიშში აღნიშნული იყო, რომ ამ სოციალურ საწარმოებს შეუძლიათ, კონკურენცია გაუწიონ დიდ კორპორაციებს, რადგან, ამ უკანასკნელთაგან განსხვავებით, მათ მოგების შედარებით დაბალი ზღვარი აქვთ განსაზღვრული, მათთვის უმთავრესი გარემოსდაცვითი მიზნის მიღწევაა და არა – ფინანსური მოგების გაზრდა;
- **ლტოლვილთა ინტეგრაცია:** ლტოლვილთა ინტეგრაცია უმნიშვნელოვანეს საკითხს წარმოადგენს სოციალური გაერთიანების თვალსაზრისით. „გაეროს ლტოლვილთა უმაღლესი კომისარიატის“ (UNHCR) მიერ გამოქვეყნებული ინფორმაციის თანახმად, 2014 წლის დეკემბერში ნიდერლანდებმა 82 000 ლტოლვილი უზრუნველყო საცხოვრებლით, 2015 წელს კი დამატებით 59 000 შემოუშვა ქვეყანაში. აღსანიშნავია, რომ მათი გაძლიერებისა და დაცვის კუთხით მომუშავე სოციალურმა საწარმოებმა განხორციელებული აქტივობების საფუძველზე დაახლოებით 3 000 ლტოლვილს მისცა საზოგადოებაში ინტეგრირების შესაძლებლობა.

1.8.4. პოლონეთი⁴³

სოციალური მეწარმეობის განვითარების თვალსაზრისით საინტერესოა პოლონეთის მაგალითის განხილვა. პოლონეთის ევროკავშირთან ინტეგრაციის შემდეგ ძალიან გახშირდა დებატები/განხილვა სოციალურ საწარმოთა როლზე სოციალური პრობლემების გადაჭრის პროცესში.

პოლონეთში შემუშავებული 2007-2013 წლების საპილოტე ფინანსური ინსტრუმენტის წარმატებული ფუნქციონირების გამოცდილებაზე დაყრდნობით, შეიქმნა პოლონეთის „სოციალური მეწარმეობის ეროვნული ფონდი“ (NFCE). მისი მიზანი იყო 2014-2020 წლებში ქვეყნის მასშტაბით არსებული ასობით სოციალური საწარმოს დაცვა და მხარდაჭერა. ფონდის ბიუჯეტი 37 მილიონი ევრო იყო.

პოლონეთის სოციალური ეკონომიკა ხასიათდება, როგორც ძლიერი და სწრაფად მზარდი სექტორი. ქვეყნის მასშტაბით არსებული 88 000-ზე მეტი სოციალური საწარმო უმუშევრობის შემცირებისა და სოციალური გარიყულობის პრობლემის აღმოფხვრაზე მიმართული აქტივობების განხორციელებით მოწყვლადი ჯგუფების გაძლიერებაზე მუშაობს. პოლონეთშიც (ისევე, როგორც ევროკავშირის ბევრ ქვეყანაში) სოციალური საწარმოები რიგ დაბრკოლებას აწყდება ტრადიციული საკრედიტო არხებისგან დაფინანსების მოპოვების თვალსაზრისით. ამ პრობლემის აღმოფხვრის/შემცირების მიზნით, 2007-2013 წლების შემდგომ პერიოდში, პოლონეთი წარმატებით იყენებს ევროპული სოციალური ფონდის რესურსებს, რათა სოციალურ საწარმოთა მხარდასაჭერად უფრო მდგრადი ფინანსური ინსტრუმენტები შეიქმნას.

⁴³ Poland's National Fund for Social Entrepreneurship helps social economy enterprises in difficult times (2021) <https://www.fi-compass.eu/news/2021/01/polands-national-fund-social-entrepreneurship-helps-social-economy-enterprises>

აღსანიშნავია, რომ განხორციელებული ინტერვენციებისა და „სოციალური მეწარმეობის ეროვნული ფონდის“ შექმნის შედეგად მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა სოციალურ საწარმოთა ფინანსური მდგომარეობა. ამასთანავე, ეროვნული ფონდის ბიუჯეტი მის წინამორბედ ინსტიტუციასთან შედარებით 6-ჯერ გაიზარდა, კერძოდ: 6 მილიონიდან 37 მილიონ ევრომდე.

კვლევის („სოციალური ეკონომიკა პოლონეთში“)⁴⁴ მონაცემების თანახმად, ქვეყნის სოციალური ეკონომიკის სექტორის ფარგლებში მიღწეული შედეგები შემდეგნაირი იყო: 2013 წლისთვის სოციალური ეკონომიკის სექტორში შექმნილი სამუშაო ადგილების წილი ქვეყნის მასშტაბით არსებული სამუშაო ადგილების 3,9%-ს შეადგენდა, რაც მნიშვნელოვნად ჩამოუვარდებოდა საფრანგეთის (8,3%), ირლანდიისა (9%) და ფინეთის (7,5%) პროცენტულ მაჩვენებლებს.

შემთხვევის შესწავლა (case study) - Serowa Kraina

პოლონეთში არსებული ყველის მწარმოებელი სოციალური საწარმო ერთ-ერთია, რომელსაც სხვადასხვა აქტივობის განსახორციელებლად პოლონეთის „სოციალური მეწარმეობის ეროვნული ფონდი“ (NFCE) ფინანსურად ეხმარებოდა. საწარმოს წარმომადგენელთა თქმით, მათ ფონდისგან სესხის სახით მიიღეს 22 000 ევრო. საწარმოს დამფუძნებლები ამბობენ, რომ ეროვნული ფონდის მიერ გაცემული სესხის მთავარი უპირატესობა მისი დაბალი საპროცენტო განაკვეთი და 6-თვიანი საშელავათო პერიოდია. იმასაც აცხადებენ, რომ პანდემიის პერიოდში გადახდა გადაუვადდათ. აღნიშნული სესხის გამოყენებით სოციალური საწარმოს სამუშაო ინფრასტრუქტურა გაუმჯობესდა და თანამშრომელთათვის ხელსაყრელი და უსაფრთხო სამუშაო გარემო შეიქმნა. გაიზარდა საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობაც - „საქმიანობა დავიწყეთ მხოლოდ 7-მა ადამიანმა, 6 იყო ხანგრძლივად უმუშევარი პირი, ხოლო ერთი - შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირი. ამ ეტაპზე საწარმოში სრულ განაკვეთზე 11 ადამიანი დასაქმებული“.

„შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები გარემოსთვის“ (EKON)⁴⁵

„შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები გარემოსთვის“ (EKON) სოციალური საწარმოა, რომელიც პოლონეთის შრომის ბაზარზე 2003 წლიდან ფუნქციონირებს და ხელს უწყობს ფიზიკური და მენტალური შეზღუდვების მქონე პირთა დასაქმების შესაძლებლობების გაზრდას. იმავდროულად, პოპულარიზაციას უწევს ეკომეგობრული ცხოვრების წესს ნარჩენების მოგროვებითა და დახარისხებით, რომელთა გადამუშავებაც შესაძლებელია.

EKON თანამშრომლობს კერძო სექტორსა და დასაქმების ადგილობრივ ოფისებთან, რათა მათი თანამშრომლები აიყვანოს და ტრენინგები ჩაუტაროს გადამუშავებადი ნარჩენების მოგროვებისა და, ზოგადად, გარემოს დაცვის საკითხებზე. EKON-ს დაქირავებული ჰყავს 600 ადამიანი. საწარმოს მომსახურების შედეგად ვარშავის მასშტაბით 60 000 ბინიდან გაიტანეს საყოფაცხოვრებო ნარჩენი. EKON-მა შეიმუშავა ნარჩენების შეგროვების

44 The Social Economy in Poland - http://www.socialni-inovace.cz/pripadove-studie/social_economy_Polsko.pdf
45 The Social Economy in Poland - http://www.socialni-inovace.cz/pripadove-studie/social_economy_Polsko.pdf

საკუთარი სისტემა/მეთოდი, რომელიც ყველაზე მოსახერხებელი გახდა ვარშავის მაცხოვრებელთათვის. ეს მეთოდი გულისხმობს ნარჩენის გატანას პირდაპირ საცხოვრებლის კარიდან. საყოფაცხოვრებო ნარჩენი გააქვთ შემდეგნაირად: EKON-ის თანამშრომლები თითოეულ ოჯახს ამარაგებენ ორი ფერის ჩანთით (მწვანე და წითელი), რომელთაც თანდართული აქვს გამოყენების ინსტრუქცია. აქ აღწერილია, რომელი ფერის ჩანთაში რა ტიპის ნარჩენი უნდა მოთავსდეს: შერეული ნარჩენი (ქალაქი, პლასტმასის ბოთლები, კონტეინერები, შესაფუთი მასალები, ლითონის ქილები/ყუთები და სხვ.) უნდა მოთავსდეს წითელ ჩანთაში, ხოლო მწვანე ჩანთა მხოლოდ მინისთვისაა განკუთვნილი. მოქალაქეები ნარჩენით სავსე ჩანთებს სახლის კართან აწყობენ, რომლებსაც EKON-ის თანამშრომლები მაქსიმუმ თითოკვირიანი ინტერვალით აგროვებენ. ცალკეულ შინამეურნეობაში შეგროვებული მშრალი ნარჩენი იგზავნება დამახარისხებელ ქარხანაში, კერძოდ, მუნიციპალური ნარჩენების სელექციურ შემგროვებელ პუნქტებში, რის შემდეგაც იგზავნება დასახარისხებლად და შემდგომ გადასამუშავებლად⁴⁶. გარდა ამისა, სოციალური საწარმო EKON-ის საქმიანობის შედეგად დაახლოებით 300-ზე მეტი შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ადამიანი დასაქმდა გარემოს დაცვის, ნარჩენების დახარისხებისა და გადამუშავების განხრით. იმავდროულად, პროექტის „Land of Acceptance“ ფარგლებში პროფესიული გადამზადების შემდეგ შშმ 1000-ზე მეტმა პირმა სხვადასხვა სამსახურში დაიწყო მუშაობა. გარდა დასაქმებისა, პროექტის ფარგლებში დასაქმებული თითოეული შშმ პირი უზრუნველყოფილი იყო შემდეგი მხარდაჭერი სერვისებით: ფსიქოლოგის მომსახურება, ინდივიდუალური კონსულტაცია და პროფესიული გადამზადების კურსები.

კორონავირუსის გავრცელების შემდეგ პოლონეთის ხელისუფლებამ გარკვეული ცვლილებები შეიტანა სოციალური მეწარმეობის ეროვნული ფონდის სამოქმედო სტრატეგიაში. ფონდის მოსარგებლეთათვის შეიცვალა სესხის გაცემის/აღებისა და დაფარვის პირობები. კერძოდ, სესხის საპროცენტო განაკვეთი შემცირდა 0%-მდე, გადავადდა მისი დაფარვის პერიოდი და სხვ. აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ ვადაგადაცილებული სესხების შემთხვევაში სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლებს უნდა დაესაბუთებინათ, თუ რა მიზეზების გამო ვერ მოახერხეს სესხის დაფარვა განსაზღვრულ დროში. Bank Gospodarstwa Krajowego-ს თანახმად, ეს განსაკუთრებით ეხება განათლებისა და ბავშვთა მოვლის სფეროში მომუშავე სოციალურ საწარმოებს (რომლებზეც სოციალური მეწარმეობის ეროვნულმა ფონდმა სესხების დაახლოებით 30% გასცა) და HORECA-ს სექტორს (სასტუმრო, რესტორანი, კაფე), რომელზეც გაცემული სესხების 20% მოდის. სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირების ხელშეწყობის მიზნით, 300-ზე მეტი კონტრაქტი გადაიხედა და შეიცვალა, რამაც მათ COVID 19-ის პანდემიის პირველ ეტაპზე სირთულეების გამკლავებაში შეუწყო ხელი.

1.8.5. ესპანეთი

2011 წელს ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს შორის პირველმა ესპანეთმა⁴⁷ შეიმუშავა და დაამტკიცა კანონი სოციალური ეკონომიკის შესახებ, რომელსაც 2015 წლის ეროვნული სტრატეგიის შემუშავება მოჰყვა (განახლდა 2017 წელს). კანონის დამტკიცების მთავარი მიზანი იყო

⁴⁶ <https://www.ekon.org.pl/system-zbiorki-en>

⁴⁷ *Regional Strategies for the Social Economy (2020)*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/76995b39-en.pdf?expires=1636370741&id=id&accname=quest&checksum=F4066ACF4ED94D86CBC35F704087D549>

იურიდიული საკანონმდებლო ჩარჩოს შექმნა, რომელიც თავისთავად გაზრდიდა სოციალურ საწარმოთა ხილვადობას და საკანონმდებლო აღიარებას.

ესპანეთი აქტიურად იყენებს „ევროპული სოციალური ფონდის“ (ESF)⁴⁸ ფინანსურ სახსრებს 2014-2020 წლების ოპერაციული პროგრამის ფარგლებში. ამ პროგრამის ფარგლებში დაახლოებით 31 მილიონი ევრო სწორედ სოციალური ეკონომიკის განვითარებაზეა გათვლილი. ესპანეთის ოპერაციული პროგრამის მთავარი მიზანია საზოგადოების მოწყვლად ჯგუფთა, დისკრიმინაციის რისკის ქვეშ მყოფ პირთა მხარდაჭერა და მათთვის შრომის ბაზრის ხელმისაწვდომობის გაზრდა. ამ ჯგუფებში მოიაზრებიან ქალები, მიგრანტები, პატიმრები, ბოშები და სხვა ეთნიკური უმცირესობები, შშმ პირები და სხვ. პროგრამულ პრიორიტეტად სახელდება სოციალური მეწარმეობის განვითარებაც და სოციალური ეკონომიკის როლის გაძლიერებაც.

ესპანეთში არსებული ფინანსური კრიზისის (რამდენიმე წლის განმავლობაში გაგრძელდა) შემდგომ პერიოდში მნიშვნელოვანი ყურადღება მიექცა სოციალური ეკონომიკის განვითარებას, ვინაიდან ამ გზით შესაძლებელი იყო უმუშევრობის დონის შემცირება, მოწყვლადი ჯგუფების სამუშაო ბაზარზე რეინტეგრაცია და საზოგადოებისთვის ინოვაციური სერვისების მიწოდება. აღსანიშნავია, რომ 2015 წელს სოციალური ეკონომიკის სექტორში მომუშავე საწარმოებმა დაახლოებით 1,3 მილიონი სამუშაო ადგილი შექმნეს, რაც მთელი ქვეყნის მასშტაბით არსებული ანაზღაურებადი სამუშაო ადგილების 7,7% იყო. 2014 წლის მონაცემებით, სოციალური ეკონომიკის სექტორში მოქმედ საწარმოთა/ორგანიზაციათა/ბიზნესკომპანიათა წვლილი ესპანეთის მთლიან შიდა პროდუქტში 12%-ს წარმოადგენდა (CEPES, 2014a).

1.8.6. საფრანგეთი

2015 წელს საფრანგეთში დამტკიცდა კანონი, რომელიც რეგიონებს ავალდებულებდა, რომ სოციალური ეკონომიკის განვითარება რეგიონული ეკონომიკის პროგრამებისა და გეგმების ნაწილი გამხდარიყო. აღსანიშნავია, რომ ეროვნული კანონის დამტკიცებამდე ქვეყნის ცალკეულ რეგიონში შემუშავებული იყო სოციალური ეკონომიკის ადგილობრივი განვითარების სტრატეგიები. საფრანგეთი სოციალური ეკონომიკის განვითარების კუთხით ინოვაციური მიდგომებით გამოირჩევა.

საფრანგეთში სოციალური ეკონომიკის განვითარებისა და საწარმოთა სამოქმედო სტრატეგია დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობითა და მათი ჩართულობით იქმნება/ვითარდება. ეს ადგილობრივი თვითმმართველობების წარმომადგენლებს ცალსახად ეხმარება პრიორიტეტების განსაზღვრაში. შევნიშნავთ, რომ დაფინანსების წყაროებთან წვდომა საფრანგეთში მოქმედ სოციალურ საწარმოთათვის ერთ-ერთ დიდ პრობლემას წარმოადგენს.

2014 წლის მონაცემებით, სოციალური ეკონომიკის სექტორში დაახლოებით 223 000 ბიზნესკომპანია იყო რეგისტრირებული და 2,34 მილიონი ადამიანი დასაქმებული, რაც დასაქმებულთა ეროვნული მაჩვენებლის 10,3%-ია. ამასთანავე, 2015 წელს საფრანგეთში არსებულ სოციალურ საწარმოთა წვლილი ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის თითქმის 10% იყო, რაც ქვეყნის მშპ-ში სოფლის მეურნეობის ინდუსტრიის წვლილს ბევრად აღემატებოდა⁴⁹.

⁴⁸ „ევროპული სოციალური ფონდი“ ევროკავშირის მთავარი ფინანსური ინსტრუმენტია, რომელიც გამოიყენება დასაქმებისა და სოციალური ინკლუზიის პროგრამის მხარდასაჭერად და ყოველწლიურად დაახლოებით 10 მილიარდი ევროს ოდენობის დაფინანსებას გასცემს.

⁴⁹ The impact of social entrepreneurship on economic growth. <https://www.financierworldwide.com/the-impact-of-social-entrepreneurship-on-economic-growth#.Y-l72XZBwmJ>

1.8.7. ირლანდია

ირლანდიაში⁵⁰ არსებულ სოციალურ საწარმოთა უმეტესი ნაწილი მოქალაქეებს სთავაზობს სერვისებს, რომლებიც უზრუნველყოფილი არაა მთავრობის მხრიდან. ეს შეიძლება განპირობებული იყოს შემდეგი მიზეზებით: კონკრეტული სერვისის მიწოდების სიძვირე ან თუნდაც იმავე ხარისხითა და სტანდარტით ვერმიწოდება, როგორც ამას აკეთებს/გააკეთებს თავად სოციალური საწარმო და ა. შ. ანგარიშში „სოციალური მეწარმეობა ირლანდიაში, სექტორული შესაძლებლობები და პოლიტიკის საკითხები“ ნათქვამია, რომ სწორედ ეს უნდა იყოს სოციალური მეწარმეობის სფეროში პოლიტიკის დოკუმენტის შემუშავების საწყისი წერტილი, რომელმაც შემდგომში ხელი უნდა შეუწყოს სექტორის განვითარებას. აღსანიშნავია ისიც, რომ სოციალური საწარმოები ქმნის სერვისებს, რომლებიც, შეიძლება, არ იყოს კომერციულად მომგებიანი სხვა ჩვეულებრივი საწარმოებისთვის, ვინაიდან სოციალურ საწარმოთა უპირველეს მიზანს წარმოადგენს არა ფინანსური მოგება, არამედ სოციალური მიზნის მიღწევა და მისიის შესრულება. ირლანდიაში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა ოთხი ძირითადი ტიპი გამოიყოფა, ესენია: საზოგადოებისგან გარიყული ჯგუფების დასაქმების შესაძლებლობის გაზრდაზე ორიენტირებული სოციალური საწარმოები სთავაზობენ სოციალურ სერვისებს, მუშაობენ ეკონომიკისა და საზოგადოების/თემის განვითარებაზე და ახორციელებენ კომერციულ საქმიანობას, რომელსაც აქვს სოციალური სარგებელი (მაგ.: გარემოსდაცვითი სერვისის მიწოდებელი სოციალური საწარმო).

როგორც ანგარიშშია ნათქვამი, 2009 წლის მონაცემებით, ირლანდიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა მიერ შექმნილი პირდაპირი სამუშაო ადგილების რაოდენობა დაახლოებით 25 000 იყო. ხელი შეეწყო არაპირდაპირი სამუშაო ადგილების შექმნას, ვინაიდან განვითარდა ქვეყნის ეკონომიკა და გაიზარდა მეწარმეობის სექტორი. ირლანდიის მთავრობის სამოქმედო პროგრამაში შესულია პუნქტი, რომელიც ხელისუფლების წარმომადგენლებს სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის ეფექტური გარემოს შექმნას ავალდებულებს. სააგენტოებს ეძლევათ მითითება, რომ სოციალური საწარმო ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისა და ახალგაზრდების პროცესში ჩართვის მნიშვნელოვანი როლის მქონე ინსტიტუციაა. მთავრობა ვალდებულია, მხარი დაუჭიროს ახალგაზრდების ინოვაციურ იდეებსა და პროექტებს.

ევროკავშირის მასშტაბით მთლიან შიდა პროდუქტში სოციალურ საწარმოთა მიერ შეტანილი სარგებელი დაახლოებით 6%-ს უტოლდება. დღესდღეობით ირლანდიაში სოციალურ საწარმოთა ფარგლებში შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა 65 000-ს აჭარბებს. სოციალურ საწარმოთა სარგებელს, გარდა სამუშაო ადგილების შექმნისა, წარმოადგენს საზოგადოებისგან გარიყული ჯგუფების სოციალური ინტეგრაციის ხელშეწყობა. მაგალითის სახით მიმოვიხილოთ ირლანდიაში მოქმედი რამდენიმე სოციალური საწარმო:

- Speedpak - სოციალური საწარმოა, რომელიც ხანგრძლივად უმუშევარ პირებს სთავაზობს დასაქმებასა და პროფესიულ გადამზადებას; ხელს უწყობს შშმ პირთა, ყოფილ ნარკოდამოკიდებულთა და ყოფილ მსჯავრდებულთა დასაქმებას. გადასამზადებელი პროგრამით მოსარგებლეებს უვითარდებათ საჭირო უნარ-ჩვევები, სამუშაოსთვის აუცილებელი კვალიფიკაცია, სამუშაოს შესასრულებლად საჭირო დადებითი ქცევები და, რაც ძალზე მნიშვნელოვანია, უმაღლეს თავდაჯერებულობასა და თვითშეფასებას. საწარმოში 14 პირი მუდმივად დასაქმებული. 2020 წლის მონაცემების

50 Social Enterprise In Ireland Sectoral Opportunities And Policy Issues.

<https://enterprise.gov.ie/en/publications/publication-files/for%20C3%A1s/social-enterprise-in-ireland-sectoral-opportunities-and-policy-issues.pdf>

თანახმად, Speedpak-ში დაარსების დღიდან ხანგრძლივად უმუშევარი 1 350 პირი დასაქმდა. 2016 წელს მოსარგებლეთა რაოდენობა 1000-ს უტოლდებოდა.

- 2014-2016 წლებში Speedpak-მა 136 პირს მისცა განვითარების შესაძლებლობა. ამ უკანასკნელთაგან 64%-ს მამაკაცები, ხოლო 35%-ს ქალები წარმოადგენდნენ. მოსარგებლეთა 6%-ს ჰქონდა სხვადასხვა სახის შეზღუდული შესაძლებლობა, 11% იყო ყოფილი პატიმარი, 9% კი - მარტოხელა მშობელი. ამათგან აბსოლუტური უმრავლესობა ხანგრძლივი უმუშევრობის პრობლემის წინაშე იდგა. Speedpak-ის მიერ შეთავაზებული პროგრამის გავლის შემდეგ მოსარგებლეთა 40%-მა იპოვა სამუშაო ადგილი ან გახდა თვითდასაქმებული⁵¹;
- Jobcare - სოციალური საწარმოა, რომელიც ხანგრძლივად უმუშევარ პირთა დასაქმებაზეა ორიენტირებული და უმუშევრებს განვითარების სხვადასხვა გზას სთავაზობს, რათა ისინი მოემზადონ შრომის ბაზრისთვის, გახდნენ უფრო თავდაჯერებული და განვითარონ საჭირო უნარ-ჩვევები. საწარმო მოსარგებლებს სხვადასხვა ტიპის საგანმანათლებლო კურსსა და სამუშაო პროგრამას სთავაზობს, რაც, საბოლოოდ, მათ საშუალებას აძლევს, მოძებნონ, დაიცვან და შეინარჩუნონ მათთვის სასურველი სამსახური.
- Jobcare თემის დასაქმების (CE) სქემის ფარგლებში მოსარგებლებს ორი გარდამავალი სამუშაო პროგრამით უზრუნველყოფს. ამ პროგრამაში მონაწილეობა ერთდროულად შეუძლია 72 მოსარგებლეს. ამათგან 26 ადგილი ყოფილი პატიმრებისთვისაა განსაზღვრული, დარჩენილი 46 კი - ხანგრძლივად უმუშევრებისთვის. აღსანიშნავია, რომ პროგრამაში ჩართული 72-ვე მოსარგებლე განიხილება, როგორც თანამშრომელი. Jobcare-ის საქმიანობის შეფასებამ აჩვენა, რომ საწარმოს 52 მოსარგებლეთაგან მხოლოდ ექვსმა პირმა ჩაიდინა კანონდარღვევა, რის საფუძველზეც კვლავ პენიტენციურ დაწესებულებაში აღმოჩნდა. პროგრამის მონაწილე მოსარგებლეთა 63%-მა გააგრძელა მუშაობა სრულ ან ნახევარ განაკვეთზე.
- საწარმოს ფინანსურად, ძირითადად, არაკომერციული ფონდები უჭერენ მხარს/ეხმარებიან;
- Hand on Heart - სოციალური საწარმოა, რომელიც სამუშაო ადგილებს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის ქმნის. საწარმოში სამი ადამიანი სრულ განაკვეთზეა დასაქმებული, ხოლო 6 - ნახევარ განაკვეთზე. სოციალური საწარმოს მისიაა ინკლუზიური სამუშაო გარემოს შექმნა ადამიანების შესაძლებლობებზე ფოკუსირებისა და მათი უნარების გამოყენების გზით.

1.8.8. თურქეთი

ბრიტანეთის საბჭოს მიერ ჩატარებული კვლევის⁵² შედეგად მოპოვებული მონაცემების მიხედვით, თურქეთში დაახლოებით 9 000 სოციალური საწარმოა და მათი უმეტესობა სტამბულში, ანკარასა და იზმირში მდებარეობს. სოციალურ საწარმოთა 55%-ს ქალი ხელმძღვანელი ჰყავს, მეწარმეთა 83%-ს აქვს უმაღლესი განათლება და 47% ახალგაზრდაა. თურქეთში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა დიდი ნაწილი 2015 წლის შემდგომ პერიოდშია დაფუძნებული. 2018 წლის მონაცემებით, სოციალურ საწარმოთა შემოსავალი საშუალოდ 34 591 (518 874 TL) აშშ დოლარს შეადგენდა. სოციალურ საწარმოთა 86% სამიზნე აუდიტორიას ინოვაციურ პროდუქტსა და მომსახურებას სთავაზობს. სოციალურ საწარმოთა 21,7%

51 Social Enterprises in Ireland - strategy book complete.cdr - 74afae66c14d4d738e1a76b77d7a61c9.pdf (www.gov.ie)

52 The State Of Social Enterprise In Turkey -

https://www.britishcouncil.org.tr/sites/default/files/20190702_se_research_report_the_state_of_social_enterprise_in_turkey_eng_single_page.pdf

განათლების სექტორში ფუნქციონირებს, 12,4% - წარმოების, ხოლო 11,6% შემოქმედებითი ინდუსტრიების სფეროში საქმიანობს.

კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 80% აცხადებს, რომ ხილვადობა და აღიარება, საზოგადოებრივი ცნობიერება და საჯარო ინსტიტუტების წარმომადგენელთა ცოდნის დაბალი დონე სოციალური მეწარმეობის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორებია. სოციალურ საწარმოთა 65% ცდილობს, ფინანსური წყაროები გარე დამფინანსებელთა დახმარების გარეშე მოიძიოს. სოციალურ მეწარმეებს სურთ, გაიგონ უფრო მეტი სოციალური გავლენის მართვისა და გაზომვის შესახებ. კვლევაში მონაწილე პირთაგან მხოლოდ 5,6%-მა აღნიშნა, რომ ისინი სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით ზომავენ მათი საქმიანობის შედეგებსა და სოციალურ თუ გარემოსდაცვით გავლენას. აღსანიშნავია, რომ მსგავს სოციალურ საწარმოთა წილი 2014 წელთან შედარებით მნიშვნელოვნად მაღალია (28%). სოციალურ საწარმოთა გარკვეული ნაწილი გავლენის გაზომვის ერთ-ერთ მექანიზმად რაოდენობრივ მონაცემთა აღრიცხვის მეთოდს იყენებს (68,2%). მაგ.: მომსახურების მიმღები პირები, გაყიდული პროდუქტი, კლიენტები, მიწოდებული სერვისები რაოდენობრივად აღირიცხება. ამასთანავე, გავლენა წარმატებული შემთხვევების, უკუკავშირისა და დაკვირვების საფუძველზე ფასდება. თურქეთში არსებულ სოციალურ საწარმოთა 34% საკუთარი საქმიანობის შედეგად მიღწეულ გავლენას არ ზომავს. ამათგან 58,1%-ს სურს, გავლენა შეისწავლოს/შეაფასოს, თუმცა არ იცის, რა გზებით/როგორ. მიუხედავად იმისა, რომ 35,5% აგროვეს შესაბამის მონაცემებს, მათ არ იციან ამ მონაცემების გაანალიზება.

ბოლო წლებში საგანმანათლებლო დაწესებულებებში გაიზარდა ინტერესი სოციალური მეწარმეობის შესახებ, კერძოდ, უნივერსიტეტებში. ამას მოჰყვა სოციალური მეწარმეობის შესახებ კურიკულუმების შემუშავება. თურქეთში არსებული 203 უნივერსიტეტისგან 18 აქტიურად მონაწილეობს სოციალური მეწარმეობის სფეროს განვითარებაში. კერძოდ, სოციალური მეწარმეობისა და სოციალური ინოვაციის შესახებ დაინტერესებულ პირებს სთავაზობს 13 სასწავლო კურსს.

თურქეთში არსებულ სოციალურ საწარმოთა ძირითადი ნაწილი მიკრო დონეზე მოქმედებს. კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობას 1000 მოსარგებლეზე ნაკლები ჰყავს მაშინ, როდესაც 21%-ის ბენეფიციართა რაოდენობა 1 001-დან 10 000-მდე მერყეობს. საწარმოების 14%-ის საქმიანობა კი 10 000-დან 100 000-მდე მოსარგებლეზე ვრცელდება. საწარმოთა წილი, რომლებმაც ბოლო 12 თვის განმავლობაში 100 000-ზე მეტი ბენეფიციარი მოიცვა, 9%-ს არ აღემატება⁵³.

Harmoni Women's Co-operative თურქული სოციალური საწარმოა, რომელიც 2015 წელს 20 ქალის მიერ შეიქმნა. სოციალური საწარმოს დაფუძნების მთავარ იდეას სამუშაო ძალაში ქალების ინტეგრირების ხელშეწყობა წარმოადგენდა. Harmoni-ს მისია იყო გარემოს ჩამოყალიბება, რომელშიც ქალები მოახერხებდნენ ეკონომიკური ღირებულების შექმნასა და საკუთარი წვლილის შეტანას ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების პროცესში. Harmoni ქალებს, რომლებსაც არ შეუძლიათ სრულ განაკვეთზე დასაქმება, სთავაზობს პროფესიულ საგანმანათლებლო და გადასამზადებელ კურსებს. სოციალური საწარმო 160 ქალს მოემსახურა (მათ შორის იყვნენ ლტოლვილები), რის შემდეგაც ისინი დასაქმდნენ.

აღსანიშნავია, რომ თურქეთში მოხალისეების ხვედრითი წილი არსებულ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობაზე მაღალია. კერძოდ, კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოებში მოხალისეთა რაოდენობა ერთი წლის წინ 63,5% იყო, კვლევის ჩატარების პერიოდში კი მათი წილი 78,3%-ს გაუტოლდა.

53 *The State Of Social Enterprise In Turkey -*
https://www.britishcouncil.org.tr/sites/default/files/20190702_se_research_report_the_state_of_social_enterprise_in_turkey_eng_single_page.pdf

1.8.9. საბერძნეთი

საბერძნეთში ჩატარებული კვლევის „სოციალური და სოლიდარობის ეკონომიკა“⁵⁴ შედეგად მოპოვებული მონაცემები ცხადყოფს, რომ გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 68% ბოლო 5 წლის განმავლობაში დაარსდა. სოციალურ საწარმოთა უმეტესობას შესაძლოა, ეწოდოს ახალგაზრდა. მათი 78% ფოკუსირებულია დასაქმების შესაძლებლობის გაზრდაზე. საწარმოთა 55% ეხმარება ხანგრძლივად უმუშევარ პირებს, რომელთა მნიშვნელოვნად დიდ ნაწილს მოხუცები, ფიზიკური შეზღუდვების მქონე პირები, ლტოლვილები და თავშესაფრის მაძიებლები წარმოადგენენ. სოციალურ საწარმოთა 35% ქალთა მიერ იმართება. აქვე უნდა ითქვას, რომ ამ სექტორში დასაქმებულ ქალთა ხვედრითი წილი წამყვან ბიზნესში დასაქმებულ ქალთა წილზე მაღალია.

კვლევის ანგარიშში ნათქვამია, რომ 2012 წლის მონაცემებით, საბერძნეთში არსებული სოციალურ საწარმოთა წვლილი ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში 2,5 მილიარდ ევროს შეადგენდა, რაც მთლიანი შიდა პროდუქტის 1,4% იყო. აღნიშნულია ისიც, რომ, თუ მთლიან შიდა პროდუქტში სოციალურ საწარმოთა წვლილის ანალიზისას გათვალისწინებული იქნება საბერძნეთის ეროვნული კანონმდებლობა (რომელიც არეგულირებს სოციალურ მეწარმეობას და მიჰყვება ამ სფეროს მკაცრ განმარტებას), მაშინ სოციალურ საწარმოთა ეკონომიკური გავლენის მაჩვენებელი 2016 წლის მონაცემებით მნიშვნელოვნად დაბალი გამოვა, კერძოდ, შეადგენს 6,9 მილიონ ევროს, რაც მთლიანი შიდა პროდუქტის 0,01%-ია.

საბერძნეთის სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობაში დასაქმებულთა რაოდენობა 10 პირზე ნაკლებია. სოციალურ საწარმოთა 30%-ში კი 2-4 ადამიანამდეა დასაქმებული. აქვე ისიც უნდა ითქვას, რომ კვლევის შედეგების მიხედვით, სოციალურ საწარმოში დასაქმებულ პირთა 47%-ისთვის ეს სამსახური შემოსავლის ძირითადი წყაროა.

1.8.10. დიდი ბრიტანეთი

2018 წლის მონაცემების მიხედვით, სოციალური ეკონომიკის სექტორის წვლილი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში სამჯერ უფრო მაღალია, ვიდრე – სოფლის მეურნეობისა. *The Hidden Revolution-ობ*⁵⁵ მიერ გამოქვეყნებული ინფორმაციის თანახმად, გაერთიანებული სამეფოს ეკონომიკაში სოციალური მეწარმეობის წვლილი ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 3%-ს წარმოადგენს, რაც 60 მილიარდ ფუნტ სტერლინგს უდრის. 2018 წლისთვის ქვეყანაში 100 000 სოციალური საწარმო იყო აღრიცხული. 2018 წლამდე ჩატარებული კვლევის მიხედვით, ქვეყანაში სოციალურ საწარმოთა მთლიანი რაოდენობა 70 000-ს შეადგენდა და მათი საერთო წვლილი მშპ-ში 24 მილიარდი ფუნტი სტერლინგი იყო.

2018 წლის მონაცემებით, გაერთიანებული სამეფოს ტერიტორიაზე მოქმედ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთა რაოდენობა 2 მილიონია, რაც სამუშაო ძალის 5%-ია.

2019 წელს ჩატარებული კვლევის⁵⁶ თანახმად, გაერთიანებულ სამეფოში არსებულ სოციალურ საწარმოთა 42%-ს საქმიანობის დაახლოებით 5-წლიანი ისტორია აქვს, 40% იმართება ქალთა მიერ. სოციალურ საწარმოთა 77%-ის შემოსავლის ძირითადი წყარო ვაჭრობაა (75%). აქვე

54 Greece Social And Solidarity Economy Report.

https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/greece_social_and_solidarity_economy_report_english_british_council_0.pdf

55 UK social enterprises contribute 3% of GDP, claims SEUK research. <https://www.pioneerspost.com/news-views/20180920/uk-social-enterprises-contribute-3-of-gdp-claims-seuk-research>

56 Capitalism in Crisis? Transforming our Economy for People and Planet -SOSE (2019).

<https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-report/capitalism-in-crisis-state-of-social-enterprise-survey-2019/>

აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოთა 88%-ს გარემოსდაცვითი მიზანი აქვს და გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირებას ცდილობს.

THE GOOD HOTEL⁵⁷ სოციალური საწარმოა, რომელიც წარმოადგენს სასტუმროების ქსელს. მისი მიზანია მიღებული შემოსავლის ინვესტირება განათლების სერვისების გაუმჯობესებაში. კერძოდ, სოციალური საწარმო ყოველწლიურად 500 000 აშშ დოლარის ოდენობის თანხას რიცხავს თავისივე არასამთავრობო ორგანიზაციის ბალანსზე, რომლის ბაზაზეც 500-ზე მეტი ლარიბი მოსწავლისთვის ხარისხიანი განათლების მისაღებად აშენდა სამი სკოლა. THE GOOD HOTEL თანამშრომლობს ადგილობრივ მთავრობებთანაც, რათა ხანგრძლივად უმუშევარ პირთა იდენტიფიცირება და მათთვის დასაქმების ახალი შესაძლებლობების შეთავაზება შეძლოს. პროგრამის ფარგლებში სოციალური საწარმო მათ HORECA სექტორის შესაბამისი სტანდარტებით გადაამზადებს და სამუშაო ბაზრისთვის საჭირო უნარ-ჩვევებს გამოუმუშავებს. პროგრამის ნებისმიერ სტუდენტს შეუძლია სრულ განაკვეთზე დასაქმდეს THE GOOD HOTEL-ში. 2016-2019 წლებში სოციალურმა საწარმომ გადაამზადა 300 ადამიანი, რომელთაგანაც 70%-ზე მეტი სრულ განაკვეთზე დასაქმდა.

PSS⁵⁸ სოციალური საწარმოა, რომელიც 1919 წელს დაარსდა. მისი საქმიანობის ძირითადი სფეროებია: ჯანდაცვა, სოციალური დაცვა და სისხლის სამართლის სექტორი. PSS განსხვავებული საჭიროებების მქონე ადამიანებს უზრუნველყოფს სხვადასხვა მომსახურებით. სოციალური საწარმოს გუნდი შედგება 350 თანამშრომლისგან და 350 თვითდასაქმებული მომვლელისგან/მზრუნველისგან. 2018-2019 წლებში PSS-ის შემოსავალმა 16,9 მილიონ ფუნტს გადააჭარბა. შემოსავლის დიდი ნაწილი ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ გაწეულ ფინანსურ მხარდაჭერაზე, პრობაციის კონტრაქტებსა და NHS-ზე (National Health Service) მოდიოდა. სოციალური საწარმო წლიურად დაახლოებით 1500 ადამიანს ეხმარება.

1.8.11. არაბთა გაერთიანებული საამიროები - „გლობალური მეწარმეობის მონიტორი“ (GEM - Global Entrepreneurship Monitor)

„გლობალური მეწარმეობის მონიტორი“ (GEM) სოციალური მეწარმეობისა და მისი ეკოსისტემების შესახებ მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ატარებს გამოკითხვებზე დაფუძნებულ კვლევას. GEM ქვეყნების გუნდების ქსელური კონსორციუმია, რომელიც, ძირითადად, ასოცირდება წამყვან აკადემიურ ინსტიტუტებთან და მეწარმეობის შესახებ მონაცემებს უშუალოდ ინდივიდუალური მეწარმეებისგან აგროვებს. „გლობალური მეწარმეობის მონიტორი“ ქმნის მასალებს მრავალი დაინტერესებული ჯგუფისთვის, ესენი არიან: აკადემიკოსები, პოლიტიკის შემქმნელები, მეწარმეები, სპონსორები და საერთაშორისო ორგანიზაციები. GEM აქვეყნებს ყოველწლიურ ანგარიშებს, რაც საშუალებას იძლევა, გამოიკვეთოს გარკვეული დინამიკა წლებს შორის. ქვემოთ წარმოგიდგინთ არაბთა გაერთიანებულ საამიროებში „გლობალური მეწარმეობის მონიტორის“ მიერ ჩატარებულ კვლევის შედეგებს, რომლებიც მოიცავს 2019-2020 წლებს⁵⁹.

GEM-ის კვლევა საწარმოთა მიერ შექმნილ გავლენას აფასებს მთლიანი ადრეული სტადიის სამეწარმეო საქმიანობის (Total early-stage Entrepreneurial Activity - TEA) მიხედვით. TEA წარმოადგენს შრომისუნარიანი ასაკის პირთა (18-64) ტარბ/გადაჭარბებულ მაჩვენებელს, რომლებიც აქტიურად ჩართული არიან ბიზნესის წამოწყებაში, ახალი საწარმოს დაარსების ფაზაში (ახლად შექმნილი საწარმოები) ან საწარმოს საქმიანობაში მისი დაარსებიდან 42 თვის შემდეგ. აღნიშნული ინდიკატორი მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც იგი მიუთითებს

57 *ibid*

58 *ibid*

59 Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50673>

ქვეყნის ფარგლებში მეწარმეობის წამოწყების შესაძლებლობებზე, მოტივაციაზე, ამავე დროს, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის საშუალებებსა და როგორც ინდივიდუალური, ისე ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების გზებზე. ამასთანავე, აღნიშნული წარმოადგენს „მსოფლიო ბანკის“ მიერ რეგიონებისა და ქვეყნების კლასიფიკაციის ერთ-ერთ ინდიკატორს⁶⁰.

„გლობალური მეწარმეობის მონიტორი“ ქვეყნებს ოთხი რეგიონის ჯგუფში აჯგუფებს (იხ. ცხრილი #5).

ცხრილი 5: გლობალური მეწარმეობის მონიტორის მიერ დაჯგუფებული რეგიონები

რეგიონი	ქვეყანა
აღმოსავლეთი და სამხრეთი აზია	იაპონია, ტაივანი, ჩინეთი, ინდოეთი, ინდონეზია, კორეის რესპუბლიკა, ტაილანდი
ევროპა და ჩრდილოეთი ამერიკა	კვიპროსი, იტალია, გერმანია, პოლონეთი, რუსეთის ფედერაცია, ბულგარეთი, საფრანგეთი, საბერძნეთი, სლოვენია, ესპანეთი, შვედეთი, შვეიცარია, გაერთიანებული სამეფო, ხორვატია, ირლანდია, ლუქსემბურგი, ავსტრია, სლოვაკეთის რესპუბლიკა, ნიდერლანდები, თურქეთი, შვედეთი, შტატები, კანადა
ლათინური ამერიკა და კარიბის ზღვის აუზი	არგენტინა, პუერტო-რიკო, პანამა, ურუგვაი, ბრაზილია, კოლუმბია, პერუ, ჩილე, ვვატემალა
ახლო აღმოსავლეთი და აფრიკა	მაროკო, კატარი, ირანი, ეგვიპტე, არაბთა გაერთიანებული საამიროები, საუდის არაბეთი, ისრაელი, მადაგასკარი, სუდანი, ლიბანი, ანგოლა

აღსანიშნავია, რომ არაბთა გაერთიანებულ საამიროებში სოციალური მეწარმეობის შესახებ ინფორმირებულობის დონე მაღალია და, შესაბამისად, ამ საკითხზე საზოგადოებრივი ცნობიერების დონეც უფრო და უფრო მზარდია. კვლევის ფარგლებში 18-64 წლამდე ასაკის 2 000 რესპონდენტი გამოიკითხა. კვლევის შედეგად მოპოვებული მონაცემების თანახმად, არაბთა გაერთიანებულ საამიროებში მყოფ მეწარმეთა 2,9%-მა დააფუძნა ახალი სოციალური საწარმო. ეს მაჩვენებელი რამდენადმე ჩამოუვარდება 2015 წლის მონაცემით GEM-ის 58 ქვეყნის სოციალური მეწარმეობის წამოწყების საშუალო მაჩვენებელს, რომელიც 3,2%-ს უტოლდებოდა. ამასთანავე, გამოკითხულთა შორის 2,2% კი უკვე არსებული/დაფუძნებული სოციალური საწარმოს ხელმძღვანელია. კვლევის ანგარიშში ნათქვამია, რომ საამიროებში არსებულ სოციალურ საწარმოთა მხოლოდ 7,9% მოქმედებს მკაფიო/კონკრეტული და მყარი სოციალური მიზნით მაშინ, როდესაც 12,2%-ს ზოგადი სოციალური მისია აქვს. სოციალურ საწარმოთა 80% აქტიურადაა ჩართული სავაჭრო/კომერციულ აქტივობებში. აქვე აღსანიშნავია, რომ არაბთა გაერთიანებულ საამიროებში მოქმედი სოციალური საწარმოები უფრო მეტად ინოვაციური არიან, ვიდრე - სხვა ტიპის ბიზნესკომპანიები. კერძოდ, საამიროებში არსებული წარმოშობის/დაფუძნების საწყის სტადიაში მყოფ სოციალურ საწარმოთა 53% და უკვე მოქმედ სოციალურ საწარმოთა 35% საზოგადოებას სთავაზობს ინოვაციურ პროდუქტსა და მომსახურებას. ახლად დაფუძნებულ სოციალურ საწარმოთა წილი (51,3%), რომელთაც სურთ მოგების რეინვესტირება სოციალური მიზნის მიღწევისთვის საჭირო ღონისძიებებში, მნიშვნელოვნად აღემატება მსგავსი განწყობის მქონე მოქმედ სოციალურ საწარმოთა რაოდენობას (31,3%). აქვე აღსანიშნავია, რომ არაბთა გაერთიანებულ საამიროებში ქალ მეწარმეთა წილი აღემატება კაც მეწარმეთა რაოდენობას. მეწარმეები, ძირითადად, ახალგაზრდები არიან. მათი ასაკი 18-34 წლამდე მერყეობს. ახალბედა მეწარმეებში ამ ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენელთა 47% ფიქსირდება, ხოლო ხანგრძლივი ფუნქციონირების გამოცდილების მქონე სოციალურ საწარმოებში კი მათი წილი 50%-ია. სოციალურ მეწარმეთა 96,2% ამბობს, რომ სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებისთვის

60 „მსოფლიო ბანკი“, მთლიანი ადრეული სტადიის სამეწარმეო საქმიანობა. <https://icdata360.worldbank.org/indicators/aps.ea.total>

დამატებითი ფინანსური მხარდაჭერა სჭირდებათ, 70% კი აცხადებს, რომ საკუთარი ფინანსური რესურსების საფუძველზე შეუძლიათ, იმუშაონ.

სამიროებში არსებულ სოციალურ საწარმოებს ფინანსურად მხარს უჭერენ, ძირითადად, ბანკები და სხვა ფინანსური ინსტიტუციები (58%), ამის შემდეგ კი კერძო ინვესტორთა მხარდაჭერა მოდის (42%); სამთავრობო პროგრამების, დონაციებისა და გრანტების ხელმისაწვდომობაზე კვლევაში მონაწილე პირთა მხოლოდ 37%-მა მიუთითა. ახალბედა სოციალურ საწარმოთა 43%-ში და საქმიანობის ხანგრძლივი გამოცდილების მქონე სოციალურ საწარმოთა 48%-ში დასაქმებულია 5 ან მეტი ადამიანი, ხოლო ახლად დაფუძნებულ სოციალურ საწარმოებში მოხალისეთა წილი დაახლოებით 25%-ია და ხანგრძლივი გამოცდილების მქონეში - 23%.

სოციალური საწარმოები ემსახურება საკუთარ თემებს და აწვდის მათ განვითარების ინსტრუმენტებს. ამის თვალსაჩინო მაგალითია 2019 წლის მონაცემები განვითარებად ქვეყნებში მოღვაწე შემდეგი ორგანიზაციებისთვის⁶¹:

The Adventure Project⁶² მუშაობს განვითარებად ქვეყნებში და ეძებს პარტნიორ ორგანიზაციებს, რომლებიც თავიანთი თემებისთვის ქმნის სამუშაო ადგილებს. დაარსების დღიდან The Adventure Project-მა 798 ადამიანს მისცა სამუშაოს დაწყების შესაძლებლობა. ამან გამოიწვია ადგილობრივი ეკონომიკის ზრდა, გარემო პირობების გაუმჯობესება და სიკვდილიანობის მაჩვენებლის შემცირებაც კი. მაგ.: კენიაში დიდ პრობლემას წარმოადგენდა საკვების მომზადება ღია ცეცხლზე, რაც, ერთი მხრივ, დაკავშირებული იყო საწვავი მასალის დანახარჯთან, მეორე მხრივ, სანიტარული ნორმების დაცვის პრობლემებთან. კენიაში ღია ცეცხლზე საჭმლის მომზადება უზარმაზარ საფრთხეს უქმნიდა როგორც ადამიანებს, ისე - გარემოს. პროექტის დამსახურებით, ამჟამად ღუმელებს ადგილობრივად ამზადებენ და მოვაჭრეები იღებენ საკომისიოს მათი გაყიდვისთვის. შედეგად, ადგილობრივები 50%-ით ნაკლებ ნახშირს მოიხმარენ და ოჯახები ყოველდღიური ხარჯის 20%-ს ზოგავენ. პროექტის ფარგლებში ადგილობრივთათვის ჩატარდა ტრენინგებიც, რის შედეგადაც აწარმოებენ და ხელმისაწვდომ ფასად ყიდვიან 60-ზე მეტ პროდუქტს, დამატებით კი ზრუნავენ 800-ზე მეტ ადამიანზე თავიანთ თემებში.

Indego Africa⁶³ არაკომერციული სოციალური საწარმოა, რომელიც მხარს უჭერს ქალებს რუანდაში მათი ეკონომიკური გაძლიერებისა და განათლების გზით. Indego Africa ეხმარება ადგილობრივ ქალებს, რომელთაც სურთ ხელსაქმის შესწავლა და ამის საფუძველზე დამოუკიდებელი საქმიანობის წამოწყება. პროექტი თავად ხელს უწყობს ქალ მეწარმეებს მათ მიერ ხელით შექმნილი პროდუქტის რეკლამირებასა და გაყიდვაში. Indego-ში ამჟამად 600-ზე მეტი ქალია დასაქმებული, რომელთა 58% დღეში 2 დოლარზე მეტს იღებს. „მსოფლიო ბანკის“ მონაცემებით, დღეში 2 დოლარი აფრიკის კონტექსტისათვის ნიშნავს საშუალო ანაზღაურების მინიმუმ ზღვარს.

61 5 Examples Of Social Entrepreneurship In Developing Countries, Leroy Adams, 2019.

<https://borgenproject.org/social-entrepreneurship-in-developing-countries>

62 The Adventure Project. <https://www.theadventureproject.org/>

63 Indego Africa. <https://indegoafrica.org/>

სოციალური საწარმო **Mercado Global**⁶⁴ ლათინური ამერიკის სოფლის ადგილობრივ ქალებს (რომლებიც ხელსაქმით არიან დაკავებული) აკავშირებს საერთაშორისო ბაზართან. შედეგად, ის ქმნის მდგრადი შემოსავლის არსებობის შესაძლებლობას და მიმართულია, გააძლიეროს ადგილობრივ ქალთა თემი. სოციალური საწარმო სამი პრინციპით ფუნქციონირებს: 1. თემში თანასწორთა შორის სწავლების გაცვლა; 2. სავაჭრო მარკეტებთან დაკავშირება; 3. შესაბამისი სამუშაო მასალებით მოსარგებლეთა უზრუნველყოფა. Mercado Global გასცემს მცირე სესხებს იმ მოსარგებლეთათვისაც, რომლებსაც სურთ თავიანთი წარმოების წამოწყება და ამისათვის ესაჭიროებათ სამუშაო მასალები, მაგ.: საკერავი მანქანები, იატაკის სადგამები და სხვ. დამატებით, ქალთა გაძლიერების პროგრამის ფარგლებში საწარმო ატარებს ბიზნესგანათლებისა და ლიდერობის ტრენინგებს. შედეგად, ბოლო სამი წლის განმავლობაში Mercado Global-ის მეწარმეთა 44%-ს ეკავა ლიდერის პოზიცია თავიანთ კოოპერატივებში. აქვე უნდა ითქვას, რომ ბენეფიციართა 96% მონაწილეობს საკუთარი ოჯახის შემოსავლის მართვაში. ქალთა გაძლიერების კუთხით ცალკე აღსანიშნავია, რომ მოსარგებლე ქალთა 77%-მა ბოლო სათემო არჩევნებში მონაწილეობა მიიღო და ხმა მისცა სასურველ კანდიდატს.

Solar Sister სოციალური საწარმოა, რომელიც მოქმედებს ტანზანიაში, უგანდასა და ნიგერიაში. მისი მიზანია ენერგეტიკული სიღარიბის აღმოფხვრა ქალთა ეკონომიკური გაძლიერების გზით. Solar Sister-ის ბიზნესმოდელი ქალი მეწარმეების ეკონომიკურ გაძლიერებასთან ერთად ავითარებს გაყიდვის ქსელსაც. საწარმო მოსახლეობას აწვდის მზის ფარნებს, რათა მათ განათებისათვის ნაკლებად გამოიყენონ ნავთი.

2017 წელს „მილერის სოციალური მეწარმეობის ცენტრმა“ ჩაატარა კვლევა Social Sister-ის მიერ განხორციელებული აქტივობების გავლენის გასაზომად⁶⁵. როგორც აღმოჩნდა, საწარმოს მიერ შექმნილი მზის ფარნები ბავშვებს აძლევს ადეკვატურ დროსა და რესურსებს საგანმანათლებლო აქტივობებში მონაწილეობისათვის. მშობელთა 90,6%-მა განაცხადა, რომ მათი შვილების აკადემიური მოსწრება გაუმჯობესდა მას შემდეგ, რაც მათმა ოჯახებმა დაიწყეს მზის სანათების გამოყენება. რამდენიმე მშობელმა აღნიშნა, რომ მათი შვილების კლასის რეიტინგი მკვეთრად შეიცვალა და ახლა თავიანთ კლასში საუკეთესო მოსწავლეებს შორის არიან, რასაც ისინი საცხოვრებელი პირობების გაუმჯობესებას მიაწერენ. მონაწილეთა 31,3%-მა ისიც თქვა, რომ ნავთის დანაზოგს იყენებს განათლების (სასკოლო გადასახადი და მასალები), 8,8% - ფერმერული პროდუქტისა და 7% კი - ბიზნესინვესტიციებისთვის.

კვლევის მონაწილეთა ორ მესამედზე მეტმა ხაზი გაუსვა ჯანმრთელობისთვის ნავთის უარყოფით შედეგებს. ყველაზე ხშირად შემჩნეული პრობლემებია: ხველა (45,2%) და გაციების/გრიპის სიმპტომები (36,2%). ხაზგასასმელია ისიც, რომ მზის ფარნების შექმნამდე რესპონდენტთა 97,8% ნავთს იყენებდა განათებისთვის და კვირაში საშუალოდ 1,45 საათს ატარებდა მგზავრობაში მის მისაღებად/შესაძენად.

ვინც მზის სანათების დახმარებით წამოიწყო ახალი ბიზნესი, მათი ყოველკვირეული შემოსავალი დაახლოებით 13 აშშ დოლარით იზრდებოდა; ხოლო ვინც ავითარებდა ადრე არსებულ ბიზნესს, მათი ყოველკვირეული შემოსავალი დაახლოებით 7 აშშ დოლარით

64 Mercado Global. <https://www.mercadoglobal.org/>

65 Turning On The Lights: Transcending Energy Poverty Through The Power Of Women Entrepreneurs, Miller Center For Social Entrepreneurship. <https://solarsister.org/wp-content/uploads/2017/06/Turning-on-the-Lights-Miller-Center-2017.pdf>

გაიზარდა. იმის გათვალისწინებით, რომ ტანზანიაში სოფლად მცხოვრებთა დიდი ნაწილის დღიური შემოსავალი 1-2 აშშ დოლარია, შემოსავლის ასეთი ზრდა არსებითი მნიშვნელობისაა.

1.9. COVID 19-ის პანდემიის გავლენა სოციალურ მენარმოებაზე

2020-2021 წლებში GEM-ის (Global Entrepreneurship Monitor) მიერ მეწარმეობის გლობალური მონიტორინგის შესახებ ჩატარებული კვლევის მიხედვით (2020/2021 Global Report)⁶⁶, აღწერილია პანდემიის გავლენა სოციალურ მეწარმეობაზე. კვლევაში აღნიშნულია, რომ პანდემიის შედეგად გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისის ფონზე სოციალურ საწარმოებს მნიშვნელოვანი როლი აკისრიათ არსებული მდგომარეობის გაუმჯობესების თვალსაზრისით: „ცალსახად შესაძლებელია ითქვას, რომ ადამიანები, რომლებიც ამჟამად იღებენ გადაწყვეტილებას, დაიწყონ ან განავითარონ საკუთარი ბიზნესი (სოციალური მეწარმეობა), ემნიან ახალ სამუშაო ადგილებსა და შემოსავალს, მათ მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ეკონომიკის გაძლიერებაში. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, როგორც ვაქცინაციაა გლობალური ჯანმრთელობის აღდგენის გასაღები, ისე მეწარმეობაა მსოფლიო ეკონომიკის აღდგენის საკვანძო ხერხი“. GEM-ის კვლევამ აჩვენა, რომ გამოკითხულთა დიდი ნაწილი მოწადინებულია, წამოიწყოს სოციალური მეწარმეობა პანდემიის პირობებში ან პანდემიის დასრულების შემდეგ იმ მიზნით, რომ მსოფლიოს ეკონომიკურ განვითარებაში შეიტანოს საკუთარი წვლილი და დაეხმაროს მოწყვლად ჯგუფებს, რომლებიც პანდემიის პერიოდში ურთულესი გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდნენ.

აღსანიშნავია, რომ სოციალური საწარმოები, რომლებმაც მოახერხეს საკუთარ საქმიანობაში ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენება და მუშაობის დისტანციურ რეჟიმში გაგრძელება, ბევრად უფრო მარტივად გაუმკლავდნენ პანდემიით გამოწვეულ დაბრკოლებებს, ვიდრე - ისინი, რომელთაც გაუჭირდათ ახალ სამუშაო რეალობასთან ადაპტირება. საერთაშორისო კვლევითმა ორგანიზაციამ (Social Enterprises as a Force for more Inclusive and Innovative Societies - SEFORIS⁶⁷) შეისწავლა პანდემიის გავლენა სოციალურ საწარმოებზე. გერმანიაში გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობა (84%) აღნიშნავდა, რომ პანდემიას არ შეუქმნია მათთვის საარსებო საფრთხე. საწარმოთა გარკვეულ ნაწილს აღმოაჩნდა იმის რესურსი და შესაძლებლობა, რომ საკუთარი პროდუქტისა და მომსახურების შექმნისა და მიწოდების პროცესი მოერგო პანდემიით გამოწვეული სიტუაციისთვის ისე, რომ არ დარღვეულიყო რეგულაციები და, იმავდროულად, სოციალურ საწარმოს არ ენახა დიდი ფინანსური ზარალი. ეს იყო ერთ-ერთი გზა იმისა, რომ სოციალურ საწარმოებს კრიზისულ სიტუაციაში ხელი შეეწყობოთ ქვეყნის განვითარებისთვის.

2020 წელს ბრიტანეთის საბჭომ გაეროს ESCAP-თან⁶⁸ (The United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) ერთად ჩატარა კვლევა, რომელმაც აჩვენა, თუ რა გზებით განაგრძეს სოციალურმა საწარმოებმა ფუნქციონირება პანდემიის პირობებში. კვლევის ძირითად მიგნებებში ნათქვამია, რომ სოციალურმა საწარმოებმა COVID 19-ის პანდემიის შედეგად გამოწვეული სირთულეების სწრაფად გადალახვის შესაძლებლობები გამოავლინეს. კვლევა ჩატარდა მსოფლიოს 38 ქვეყანაში⁶⁹. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულ სოციალურ

66 2020/2021 Global Report – Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>

67 How social enterprises in Germany tackled the COVID-19 crisis (2021). <https://www.hertie-school.org/en/news/detail/content/how-social-enterprises-in-germany-tackled-the-covid-19-crisis>

68 გაერთიანებული ერების ESCAP-ის წევრი ქვეყნები შევიძლიათ იხილოთ შემდეგ მისამართზე: <https://www.unescap.org/about/member-states>

69 კვლევა ჩატარდა შემდეგ ქვეყნებში: ავღანეთი, ბანგლადეში, ბელჯია, ბრაზილია, კანადა, ჩინეთი, კოლუმბია, ეთიოპია, საქართველო, განა, საბერძნეთი, ინდოეთი, ინდონეზია, იამაიკა, კენია, მალაიზია, მოროკო, მიანმარი, ნამიბია, ნეპალი, ახალი ზელანდია, ნიკარაგუა, ნიგერია, პაკისტანი, ფილიპინები, რუანდა, სინგაპური, სამხრეთი

საწარმოთა 2/3-მა სრულიად განსხვავებულ წარმოებას მიჰყო ხელი და შეიცვალა საქმიანობის პროფილი, ვიდრე პანდემიამდე ჰქონდათ. შეიცვალა მათი სოციალური მიზანიც და მოსარგებლეთა ჯგუფებიც. ამ თვალსაზრისით გამოირჩევა სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ქვეყნები (გამოკითხულ საწარმოთა მხოლოდ 3% აგრძელებს იმ საქმიანობას, რომელიც პანდემიამდე ჰქონდა). სამხრეთი აზიის ქვეყნების სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობისთვის საქმიანობის სფერო თითქმის იგივე დარჩა. გარდა ამისა, სუბსაჰარულ აფრიკის ქვეყნებში არსებული სოციალურ საწარმოთა დიდი ნაწილი ახალი მომსახურებისა და პროდუქტის წარმოებაზე გადავიდა. სოციალური საწარმოს მდგრადობისა და სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნებისთვის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ინოვაცია და სისწრაფე აღმოჩნდა. აქვე ისიც უნდა ითქვას, რომ კვლევის მიგნებების მიხედვით, სოციალურ საწარმოთა მხოლოდ 1% დაიხურა პანდემიის გავლენით, 7%-მა კი მხოლოდ დროებით შეაჩერა წარმოება.

საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ სოციალურმა საწარმოებმა პანდემიის პირობებში დაწესებული შეზღუდვებით გამოთავისუფლებული დრო ახალი იდეებისა და გეგმების განვითარებას დაუთმეს, რამაც დადებითად იმოქმედა მათ ეფექტიან ფუნქციონირებაზე. სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნებში გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 43%-მა მიუთითა, რომ ახალი პროდუქტი და მომსახურება შექმნეს. სამხრეთი აზიის სოციალურ საწარმოთა 59%-მა საკუთარი მომსახურებისა და პროდუქტის ონლაინგაყიდვას მიჰყო ხელი.

რაც შეეხება ევროპას, რეგიონში არსებული მდგომარეობა ურთიერთსაპირისპირო პოლუსებად იყოფა. კერძოდ, ქვეყანათა გარკვეულ ნაწილში სოციალური საწარმოები წარმატებით აგრძელებენ ფუნქციონირებას და მოსარგებლებს ახალ, ინოვაციურ პროდუქტსა და მომსახურებას სთავაზობენ, ხოლო სხვა ქვეყნებში წარმოების მაჩვენებელი შემცირდა (38%). სოციალურ საწარმოთა 57%-მა აღნიშნა, რომ მათ მიერ შექმნილი პროდუქტისა და შეთავაზებული მომსახურების შეფერხების ერთ-ერთი გამომწვევი მიზეზი იყო სოციალური დისტანციის რეგულაციის მკაცრი დაცვის მოთხოვნა. 52%-მა ისიც დასძინა, რომ სოციალური დისტანციის დაცვა სამიზნე ჯგუფთა მხარდაჭერის პროცესს ართულებდა. საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ 40%-ის შეფასებით, მათ პროდუქტსა და მომსახურებაზე მოთხოვნა შემცირდა.

კვლევის თანახმად, პანდემიის პირობებში სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირებისთვის დიდი მნიშვნელობა აქვს სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამებს. მაგ.: კვლევამ აჩვენა, რომ გაერთიანებულ სამეფოში გამოკითხულ საწარმოთა ნახევარი სახელმწიფო დახმარების გარეშე საქმიანობის გაგრძელებას ვერ შეძლებდა. მაღალიბაშიც საწარმოთა 40% აღმოჩნდა ანალოგიური პრობლემის წინაშე. ამ რისკის მატარებელ სოციალურ საწარმოთა ყველაზე დიდი ნაწილი კი ვიეტნამში დაფიქსირდა (77%). სახელმწიფოს მხარდაჭერასთან ერთად რესპონდენტებმა ხაზი გაუსვეს არასამთავრობო ორგანიზაციათა წვლილს სოციალურ საწარმოთა განვითარების/ფუნქციონირების პროცესში, ვინაიდან სწორედ ისინი არიან დაფინანსების ძირითადი წყარო.

„ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის“ (OECD)⁷⁰ მიერ გამოქვეყნებულ ანგარიშში („სოციალური ეკონომიკა და COVID 19-ის კრიზისი: ამჟამინდელი და სამომავლო როლები“⁷¹) ნათქვამია, რომ სოციალური ეკონომიკის მექანე ორგანიზაციები კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეულ სირთულეებს/პრობლემებს სწრაფად პასუხობდა. თავად სოციალურ საწარმოთათვის რთული იყო პანდემიის პირობებში ფუნქციონირება და

აფრიკა, შრი-ლანკა, სუდანი, ტაილანდი, გამბია, თურქეთი, უგანდა, გაერთიანებული სამეფო, აშშ, ვიეტნამი, მამბია.

70 OECD სამთავრობოთშორისი ეკონომიკური ორგანიზაცია, რომელიც 36 ქვეყანას აერთიანებს. შეიქმნა 1961 წელს.

71 Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135367-031kjjq7v4&title=Social-economy-and-the-COVID-19-crisis-current-and-future-roles&_ga=2.57327978.1363896940.1636369364-910946860.1633297775

საქმიანობის გაგრძელება. მიუხედავად ამისა, გაერთიანებულ სამეფოში სოციალურ საწარმოებზე ჩატარებული კვლევის შედეგად მოპოვებული მონაცემების თანახმად, კვლევაში მონაწილე საწარმოთა 96%-მა აღნიშნა, რომ აქტიურად ეხმარებოდა თემს, საწარმოს თანამშრომლებსა და მოსარგებლებს პანდემიით გამოწვეულ სირთულეებთან გამკლავებაში. COVID 19-ის პერიოდში OECD-ის ქვეყნებში არსებულ სოციალურ საწარმოთა ძირითად საქმიანობებს წარმოადგენდა:

- **ჯანდაცვისა და სოციალური მომსახურების ფარგლებში მთელი რიგი სერვისის მიწოდება** – მას შემდეგ, რაც სამედიცინო სფერო გაფართოვდა პაციენტების გაზრდილი ნაკადის მხარდასაჭერად, სოციალური საწარმოები (მაგ.: „SOS ექიმები საფრანგეთში“) ცდილობდა, შეემცილებინა ჯანდაცვის სექტორზე გაზრდილი ზეწოლა. „SOS ექიმები საფრანგეთში“ უზრუნველყოფდა ექიმის სახლში ვიზიტის სერვისს მათთვის, ვისაც სჭირდებოდა სამედიცინო დახმარება და ანალიზი. ეს საბოლოოდ სამედიცინო დაწესებულებებში არასაჭირო ვიზიტებს ამცირებდა. აღსანიშნავია, რომ გაერთიანებულ სამეფოში პანდემიით გამოწვეული კრიზისის პერიოდში მოსახლეობისთვის გაწეული სამედიცინო მომსახურების 30% სწორედ სოციალურ საწარმოთა მიერ იყო მიწოდებული;
- **სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის რეგულირება მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა დახმარების მიზნით** – COVID 19 ვირუსის გავრცელების შემდეგ ძალიან ბევრმა სოციალურმა საწარმომ საკუთარი საქმიანობა მოწყვლადი და იზოლირებული ჯგუფების საჭიროებებს მთავრად, რათა აუცილებლობის/მოთხოვნის შემთხვევაში მათთვის დაუყოვნებლივი დახმარების გაწევა ყოფილიყო შესაძლებელი (მაგ.: საკვებით, ჯანდაცვის სერვისით დახმარება და სხვ.). კანადაში არსებულმა ერთ-ერთმა სოციალურმა საწარმომ (La Cantine pour tous), რომელიც პანდემიამდე სკოლებში ბავშვების ჯანსაღ კვებაზე ზრუნავდა, ვირუსის გავრცელების შემდეგ შიშშილთან ბრძოლის მიზნით პარტნიორებთან ერთად ყოველდღიურად 1500 ულუფა კერძის მომზადება და მოწყვლადი ადამიანებისთვის (მაგ.: მოხუცებისთვის) დარიგება დაიწყო. იტალიაში არსებულმა სოციალურმა საწარმომ (Progetto Quid) მოდის ინდუსტრიიდან გადაინაცვლა სამედიცინო ინვენტარის შექმნაზე. კერძოდ, დაიწყო მრავალჯერადი გამოყენების პირბადეების წარმოება. ამასთანავე, საწარმომ დაასაქმა მოწყვლადი ქალები, რათა მათ შემოსავლის წყარო ჰქონოდათ;
- ადგილობრივ ხელისუფლებასთან თანამშრომლობა სერვისების მიწოდების გაუმჯობესებისა და პანდემიის შედეგად შექმნილი კრიზისის პირდაპირი გავლენის შესამცირებლად (განსაკუთრებით, ყველაზე მოწყვლადი ჯგუფებისთვის) – ქვეყნების სხვადასხვა რეგიონში ადგილობრივი ინსტიტუციები რისკის ქვეშ მყოფი ჯგუფებისთვის დახმარების თვალსაზრისით დიდი ზეწოლის ქვეშ აღმოჩნდნენ; ამ ჯგუფის წევრთა დიდ ნაწილს მოხუცები წარმოადგენდნენ. მაგ.: „შვედეთის ადგილობრივი ხელისუფლებისა და რეგიონების ასოციაცია“ „შვედეთის სამოქალაქო საგანგებო სიტუაციების სააგენტოსთან“ ერთად სოციალურ საწარმოებთან გააფორმა შეთანხმება, რომლის მიზანიც მოხუცებისა და რისკის ქვეშ მყოფ სხვა პირთა საკვებითა და მედიკამენტებით დახმარება იყო. დადებული შეთანხმების საფუძველზე სოციალური საწარმოები შვედეთის 290-ივე მუნიციპალიტეტის სამიზნე ჯგუფებს მოემსახურა;
- **მთავრობების დახმარება პრიორიტეტული გადაწყვეტილებების განსაზღვრის პროცესში** – სოციალური საწარმოები განიხილება, როგორც მოქმედების საუკეთესო სტრატეგიების შემუშავებისა და სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის განვითარების აქტორები. ამიტომ სხვადასხვა ქვეყნის მთავრობის წარმომადგენლები ცდილობენ, სწორედ მათი დახმარებით მოიპოვონ ინფორმაცია მოწყვლად ჯგუფთა საჭიროებების შესახებ. მაგ.: კორონავირუსის პანდემიის პერიოდში გერმანიაში ფედერალური მთავრობის

ორგანიზებითა და სოციალურ საწარმოებთან პარტნიორობით გაიმართა ონლაინჰაკათონი - WirVsVirus („ჩვენ ვირუსის წინააღმდეგ“). ღონისძიების ფარგლებში 40 000-ზე მეტი მონაწილე მუშაობდა პროექტებზე, რომლებიც მიმართული იყო კორონავირუსის პანდემიის ფარგლებში წარმოქმნილ პრობლემათა აღმოფხვრაზე. ჰაკათონის დასრულების შემდეგ დაახლოებით 1500 პროექტის განხორციელება დაიწყო.

1.10. შემაჯავებელი დასკვნა

სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის შედეგად მიღწეული შედეგებისა და გავლენის საერთაშორისო პრაქტიკის შეფასებამ აჩვენა, რომ სოციალური მეწარმეობა სოციალური და გარემოსდაცვითი ცვლილებების განხორციელების ერთ-ერთი მთავარი ძალაა. სოციალურმა მეწარმეობამ ევროპის პოლიტიკურ დღის წესრიგში განსაკუთრებული ადგილი დაიკავა მას შემდეგ, რაც 2020 წლის სტრატეგიის ნაწილი გახდა. CIRIEC-ის კვლევა⁷² ცხადყოფს, რომ 2015 წელს ბელგიის, საფრანგეთის, იტალიის, ლუქსემბურგისა და ნიდერლანდების სოციალური ეკონომიკის ფარგლებში ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის ანაზღაურებადი დასაქმების მაჩვენებელი 9%-დან 10%-მდე მერყეობდა მაშინ, როდესაც ხორვატიაში, ლიეტუვაში, სლოვაკეთში, სლოვენიაში და რუმინეთში მათი წილი 2%-ზე დაბალი იყო. საგულისხმოა ისიც, რომ ევროპის ქვეყნებში არსებული ეკონომიკური კრიზისის პერიოდში⁷³ სოციალურმა საწარმოებმა მდგრადობა გამოავლინა. ამას ადასტურებს ის ფაქტი, რომ სოციალური ეკონომიკის სექტორში მთლიანი ევროპული ანაზღაურებადი სამუშაო ძალის კლების ტენდენცია 6,5%-დან მხოლოდ 6,3%-მდე იყო, სამუშაო ადგილების რაოდენობა კი 14,1 მილიონიდან მხოლოდ 13,6 მილიონამდე შემცირდა. ამას ხელი შეუწყო ეკონომიკური კრიზისის დაწყებისთანავე ევროპარლამენტის მიერ გამოქვეყნებულმა სოციალური ეკონომიკის რეზოლუციამ (19 თებერვალი, 2009 წელი); ევროპის ეკონომიკურმა და სოციალურმა კომიტეტმა კი გამოსცა მოსაზრება „საწარმოთა სხვადასხვა ფორმის შესახებ“. სწორედ ეს ორი დოკუმენტი გახდა იმის წინაპირობა, რომ ევროპის სხვადასხვა ქვეყანაში სოციალური ეკონომიკისა და სოციალური მეწარმეობის შესახებ შეიქმნა პოლიტიკის დოკუმენტები და ამ სექტორის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით, მნიშვნელოვანი ცვლილებები განხორციელდა.

თამამად შეიძლება ითქვას, რომ ევროპული სოციალური ეკონომიკის სექტორი უმნიშვნელოვანესია როგორც ადამიანური რესურსის, ისე - ქვეყნების ეკონომიკის განვითარების კუთხით. ამ მოსაზრებას ცალსახად ამყარებს 2017 წელს ევროკავშირის 28 ქვეყანაში ჩატარებული კვლევის შედეგად მიღებული სტატისტიკური მონაცემები, რომლებიც ევროპის სოციალურ საწარმოთა წვლილს აღწერს⁷⁴:

- სოციალური ეკონომიკის ფარგლებში ევროპაში დაახლოებით 13,6 მილიონი სამუშაო ადგილი და 2,8 მილიონზე მეტი სოციალური მიზნის მქონე საწარმო/ორგანიზაცია გაჩნდა;
- დასაქმდა 19,1 მილიონზე მეტი ადამიანი;
- სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულთა წილი ევროკავშირის მოსახლეობის სამუშაო ძალის 6,3%-ს წარმოადგენდა;
- სოციალური ეკონომიკის ფარგლებში თავმოყრილია 82,8 მილიონი მოხალისე, რაც სრულ განაკვეთზე მომუშავე 5,5 მილიონ ადამიანს შეესაბამება.

⁷² Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union.

<https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/qa-04-17-875-en-n.pdf>

⁷³ European sovereign debt crisis - დაიწყო 2008 წლის ბოლოს და დასრულდა 2012 წელს.

⁷⁴ Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union.

<https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/qa-04-17-875-en-n.pdf>

სოციალური საწარმოები დროებითი და მუდმივი დასაქმების ადგილების შექმნით შრომით ინტეგრაციას უწყობს ხელს. **შრომითი ინტეგრაციის სოციალური საწარმოები** (Work Integration Social Enterprises (WISE)) მიზნად ისახავს მოწყვლადი ადამიანების გადამზადებასა და სამუშაო ბაზარზე მათ დაბრუნებას, რომელსაც მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს დასაქმების მაჩვენებელზე. 2015 წელს ჩატარებული კვლევის (Impact WISEs 2015)⁷⁵ თანახმად, ევროკავშირის 9 ქვეყანაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა გამოკითხული თანამშრომლების 48,5%-მა აღნიშნა, რომ ისინი დასაქმდნენ იმავე, ან შრომითი ინტეგრაციის სხვა სოციალურ საწარმოში (WISE), ან ტრადიციულ სამუშაო ბაზარზე განაგრძეს მუშაობა; 16,5% კი პროფესიული გადამზადების კურსებში ჩაერთო ან გახდა თვითდასაქმებული.

სოციალური საწარმოები მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მოწყვლადი ჯგუფების დასაქმების კუთხით. ამას ადასტურებს რამდენიმე ქვეყნის მაგალითი. კერძოდ, აღსანიშნავია, რომ კანადის ქალაქ კვებეკში 2016 წელს 11 200 სოციალური საწარმო იყო, რომლებშიც დასაქმებულთა რაოდენობა 220 000 ადამიანს შეადგენდა⁷⁶. ამ სოციალურ საწარმოთაგან დაახლოებით 75% (8 400 სოციალური საწარმო) არაკომერციულ ორგანიზაციას წარმოადგენდა, რომლებიც 135 000-ზე მეტ სამუშაო ადგილს ქმნიდნენ, რაც კვებეკის სოციალურ ეკონომიკაში არსებული სამუშაო ადგილების 62%-ია⁷⁷. 2016 წლის განმავლობაში სამხრეთ კორეაში არსებულ სოციალურ საწარმოებშიც 39 195 პირი დასაქმდა, რაც ქვეყნის 2016 წლის დასაქმების მაჩვენებლის 1,5%-ს შეადგენდა. დასაქმებულთა 60%-ს მოწყვლადი პირები წარმოადგენდნენ⁷⁸. 2014 წლის მონაცემების თანახმად, **საფრანგეთში** სოციალურ საწარმოთა წვლილი დასაქმების მთლიან მაჩვენებელში 10,5% იყო. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ 129 962 პირთაგან 80%-ს არ ჰქონდა მიღებული უმაღლესი განათლება, 50%-ს მინიმუმ 1 წლის განმავლობაში არ ჰქონდა სამსახური, 45% კი შემოსავლის დაბალი მაჩვენებლის გამო კეთილდღეობის სარგებელს იღებდა. **ესპანეთში** სამუშაო ბაზარზე ჩართული მოსახლეობის 12,5% დასაქმებული იყო სოციალურ საწარმოებში (2016, CEPES) და იქ დასაქმებულთა 6,2% შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირი იყო, რაც საგრძნობლად აღემატება ტრადიციულ კომპანიებში დასაქმებულ შშმ პირთა რაოდენობას. 2017 წლის მონაცემებით, **გაერთიანებულ სამეფოში** მცირე ბიზნესის 9%-ს სოციალური საწარმოები წარმოადგენდა, რომლებშიც დაახლოებით 1,44 მილიონი ადამიანი იყო დასაქმებული. სოციალურ საწარმოთა 69% მიზნად ისახავს მოწყვლადი ჯგუფების მხარდაჭერას, 44% კი უშუალოდ მათ დასაქმებაზე ზრუნავს (SEUK, 2017). **შოტლანდიაში** 5 600 სოციალური საწარმო ქმნის 81 357 სრულგანაკვეთიან სამუშაო ადგილს. შოტლანდიის სოციალურ საწარმოთა 41% დასაქმებს მოწყვლად ადამიანებს, 49% კი იმ ადამიანების დასაქმებას უწყობს ხელს, რომლებიც 25 წლამდე არიან და არ აქვთ სამუშაო გამოცდილება. სოციალურ საწარმოთა 69% ზრუნავს სამიზნე ჯგუფების პროფესიულ გადამზადებასა და მხარდაჭერაზეც, რათა ქვეყანაში დასაქმების მაჩვენებლის ზრდას შეუწყოს ხელი (Social Value Lab, 2017). **კანადაში** სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულთა წილი მთლიანი სამუშაო ძალის 0,2%-ს შეადგენს. მათ შორის 74% დასაქმებულია სოციალური საწარმოს მისიისგან გამომდინარე. კანადის სოციალურ საწარმოთა 43% სიღარიბის დაძლევისკენ

75 Job Creation and Local Economic Development 2018: Preparing for the Future of Work, OECD (2018), https://read.oecd-ilibrary.org/employment/job-creation-and-local-economic-development-2018_9789264305342-en#page127

76 Social entrepreneurship, a global phenomenon that unfolds at the local level. <https://www.convergences.org/en/social-entrepreneurship-a-global-phenomenon-that-unfolds-at-the-local-level/>

77 L'Économie sociale au Québec Portrait statistique 2016 L'Économie sociale au Québec – Portrait statistique 2016 (quebec.ca)

78 Job Creation and Local Economic Development 2018. https://read.oecd-ilibrary.org/employment/job-creation-and-local-economic-development-2018_9789264305342-en#page1

მიმართულ საქმიანობებს ახორციელებს და ცდილობს, მოწყვლადი ადამიანებისთვის დასაქმების ბაზარზე არსებული ბარიერები შეამციროს (Elson P.R. 2016) ⁷⁹.

სოციალური ეკონომიკის სფეროში მოქმედ ორგანიზაციათა/საწარმოთა საქმიანობა მოწყვლადი ჯგუფების გაძლიერებითა და მათი შრომითი ინტეგრაციით არ შემოიფარგლება. ისინი ქმნიან პროდუქტსა და სთავაზობენ მომსახურებას, რომლებიც მნიშვნელოვან სოციალურ, ეკონომიკურ ან გარემოსდაცვით გავლენას ახდენს სხვადასხვა სექტორზე. მაგ.: ეს ორგანიზაციები ქმნის ჯანდაცვის ინოვაციურ სერვისებს ხანდაზმულთათვის. კერძოდ, ესაა 1996 წელს ჰონგ-კონგში დაარსებული სოციალური საწარმო SCHSA (Senior Citizen Home Safety Association), როგორც არაკომერციული საქველმოქმედო ორგანიზაცია. SCHSA ხანდაზმულებს სთავაზობს 24-საათიან Care-on-Call სერვისს, რომელიც ხელმისაწვდომია მთელი კვირის განმავლობაში. საინტერესოა გაერთიანებული სამეფოს მაგალითიც, კერძოდ, 2008-2013 წლებში გაერთიანებულ სამეფოში შეიქმნა 20 სოციალური საწარმო, რომლებიც საზოგადოების მოწყვლად წევრებს უშუალოდ ჯანდაცვის სერვისებს აწვდიდა. 2011 წელს 12 ადამიანმა დააფუძნა სოციალური საწარმო „Bevan Healthcare“, რომელიც უსახლკარო ადამიანებსა და თავშესაფრის მაძიებლებს უზრუნველყოფდა ჯანდაცვის სერვისებით. სოციალური საწარმოს მიზანი იყო უკიდურესად ღარიბი ადამიანებისთვის მოქნილი და ხარისხიანი მომსახურება, რომელიც დაფუძნებული იქნებოდა ერთიან მიდგომაზე, რაც გამოჯანმრთელებისა და კეთილდღეობის შენარჩუნების პროცესის სრულ მეთვალყურეობას გულისხმობდა⁸⁰.

გარდა ჯანდაცვისა, სოციალური საწარმოები საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფებისთვის ატარებს პროფესიული განათლების კურსებს, შშმ პირების, ხანგრძლივად უმუშევარი ადამიანებისა და ახალგაზრდებისთვის ბრდის დასაქმების შესაძლებლობას, ახორციელებს გარემოსდაცვით ღონისძიებებსაც. მაგ.: დიდი ბრიტანეთის სოციალურ საწარმოთა 84%-ის მისია სწორედ გარემოს დაცვისკენ მიმართული აქტივობებია.

რაც შეეხება სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის გეოგრაფიულ განაწილებას⁸¹, საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს, რომ მათ მიერ განხორციელებული საქმიანობების გავლენა, ძირითადად, ადგილობრივ თემებზე ვრცელდება. ისინი დიდ როლს ასრულებენ გაღარიბებულ და მოსახლეობისგან დაცლის ტენდენციის მქონე ტერიტორიებზე არსებულ გამოწვევებთან გამკლავებაში. საგულისხმოა, რომ ამ კუთხით ქვეყნების გამოცდილება ერთმანეთისგან განსხვავდება. მაგ.: თუ გაერთიანებულ სამეფოში სოციალურ საწარმოთა 53% ღარიბ დასახლებებში ოპერირებს და აქტივობებს ადგილობრივთა საჭიროებების გათვალისწინებით ახორციელებს, 2017 წელს შოტლანდიაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა მხოლოდ 17% საქმიანობდა გაღარიბებულ დასახლებებში მაშინ, როდესაც დარჩენილი 83% ქვეყნის სხვა ტერიტორიებზე იყო განაწილებული. კანადის ქალაქებში მოქმედი სოციალური საწარმოები უფრო მეტ სამუშაო ადგილებს ქმნის, ვიდრე - სასოფლო დასახლებებში. კერძოდ, კანადაში არსებულ სოციალურ საწარმოთა მიერ შექმნილი 12 000 სრულგანაკვეთიანი სამუშაოსგან 53,3%

79 Job Creation and Local Economic Development 2018

1.1.1. Preparing for the Future of Work https://read.oecd-ilibrary.org/employment/job-creation-and-local-economic-development-2018_9789264305342-en#page128

80 Social enterprises in health and care <https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-report/social-enterprises-in-health-and-care/>

81 Job Creation and Local Economic Development 2018

1.1.2. Preparing for the Future of Work https://read.oecd-ilibrary.org/employment/job-creation-and-local-economic-development-2018_9789264305342-en#page128

ქალაქებში არსებულ სოციალურ საწარმოებზე მოდიოდა, 41,6% კი - სოფლებში. ამასთანავე, ურბანულ დასახლებებში არსებულ სოციალურ საწარმოთა 21%-ის ერთ-ერთ ძირითად სოციალურ მისიას სამუშაო ძალის ინტეგრაცია წარმოადგენს, რაც 2-ჯერ მაღალია სოფლის დასახლებების მაჩვენებლებთან შედარებით. საბერძნეთსა და კორეაში კი სოციალური საწარმოები, ძირითადად, ურბანულ დასახლებებშია თავმოყრილი.

სოციალური მეწარმეობის კუთხით მთავარ გამოწვევად რჩება მისი **უნივერსალური განმარტებისა** და რიგ ქვეყანაში საკანონმდებლო დონეზე **ალიარების არარსებობა**. ერთ-ერთი მთავარი დაბრკოლებაა ჩარჩორეგულაციების არარსებობაც/სიმწირეც, რომლებიც სოციალური მეწარმეობის სფეროს მოწესრიგებისა და განვითარებისკენ იქნება მიმართული.

მთავარ გამოწვევად რჩება **სოციალურ საწარმოთა გავლენის შეფასების მექანიზმების ნაკლებობა და შესაბამისი პრაქტიკის სიმწირე**. ამ უკანასკნელი პრობლემის ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევა ფაქტორი შეიძლება იყოს ის, რომ ქვეყნების მიხედვით განსხვავებულია სოციალურ საწარმოთა ხილვადობისა და ალიარების დონე.

სოციალურ საწარმოთა გავლენის შეფასების მექანიზმებად გამოიყენება შემდეგი მეთოდები:

- **სოციალური ანგარიშგება და აუდიტი** - გულისხმობს სოციალური საწარმოს გავლენის, დაინტერესებული მხარეებისა და მოსარგებლეთა სისტემურ ანალიზს;
- **ლოგიკური მიდგომა** - მოიაზრებს სოციალური საწარმოს მიერ განხორციელებული პროექტის მიმდინარეობის პროცესში მიზნების შესრულებისა და მიღწევების აღწერას;
- **Social Return on Investment (SROI)** - მოიცავს სოციალური საწარმოს საქმიანობის შედეგად შექმნილი ღირებულების სოციალური, ეკონომიკური და ეკოლოგიური ასპექტების მასშტაბურ გაზომვასა და დაინტერესებულ მხარეთა მონაწილეობით იმის განსაზღვრას, თუ რომელი შედეგია მოწყვლად ჯგუფთა ცხოვრებაში მნიშვნელოვანი დადებითი ცვლილებების გამომწვევი.

სოციალურ საწარმოთა საერთაშორისო გამოცდილების შეფასებამ ისიც აჩვენა, რომ გავლენის შეფასების ძირითადი მეთოდი გაყიდული პროდუქტის, მომსახურების მიმღებ პირთა, კლიენტთა, მიწოდებულ სერვისთა რაოდენობრივი აღრიცხვაა. აღსანიშნავია, რომ ხშირად გრანტების გამცემ ორგანიზაციებს თავად აქვთ შემუშავებული ე.წ. ჩეკლისტები, რომლებსაც იყენებს მათ მიერ მხარდაჭერილ სოციალურ საწარმოთა მდგრადობის შეფასებისთვის. აქვე დავამატებთ, რომ სხვადასხვა მიზნის მქონე სოციალურ საწარმოთა გავლენის შეფასების მექანიზმები ერთმანეთისგან განსხვავებულია. მაგ.: **შრომითი ინტეგრაციის სოციალურ საწარმოთა** გავლენის შეფასება მოიცავს შემდეგ მეთოდებს: სერვისის მიმღებ პირთა ანაზღაურების, მიღებული სუბსიდიისა და მათი ჯანმრთელობის მდგომარეობის აღრიცხვა/მონიტორინგი. ტარდება შრომითი ინტეგრაციის საფუძველზე მიღწეული შედეგების კვლევაც, მაგ.: WISE-ში გავლილი პროფესიული გადამზადების კურსების შემდეგ მოსარგებლეთა დასაქმების შესაძლებლობებზე, მიღწევებსა და მათი კეთილდღეობის დონეზე. **თემზე ორიენტირებულ სოციალურ საწარმოთა** გავლენის შეფასების ერთ-ერთი მეთოდია (გამოიყენება სხვადასხვა ქვეყანაში) სოციალური ანგარიშგება (social accounting method), რომელიც გულისხმობს ყველა ეტაპის აღწერას, რომლებსაც სხვადასხვა პროექტის განხორციელების პროცესში გადის საწარმო - დაწყებული სოციალური მიზნით, დასრულებული სოციალურ საწარმოში ჩართული პირების გამოცდილების, მოსარგებლეთა რაოდენობის, მიწოდებული სერვისისა და ამ სერვისით კმაყოფილების კვლევით⁸².

82 Social Entrepreneurship – Social Impact Measurement for Social Enterprises Social Entrepreneurship – Social Impact Measurement for Social Enterprises | READ online (oecd-ilibrary.org)

სოციალურ საწარმოთა გავლენის გაზომვის კუთხით არსებული მთავარი ბარიერი ისაა, რომ სოციალურ მეწარმეთა ნაწილს არ აქვს ცოდნა საქმიანობის გავლენის შეფასებისთვის საჭირო ინფორმაციის შეგროვების მექანიზმების შესახებ, ნაწილმა კი არ იცის, რა მეთოდების გამოყენებით გააანალიზოს შეგროვებული მონაცემები.

სოციალურ საწარმოთა განვითარებისა და მათი წარმატებული ფუნქციონირებისთვის შესაბამისი გარემო რომ ჩამოყალიბდეს, საჭიროა შემდეგი ნაბიჯების გადადგმა:

- სოციალურ საწარმოთა ხილვადობისა და ცნობადობის გაზრდა;
- ბიზნესკომპანიათა/სუბიექტთა მიერ მხარდაჭერის გამოხატვა;
- მრავალფეროვანი ფინანსური მხარდაჭერის მექანიზმების არსებობა;
- საგანმანათლებლო დაწესებულებების მიერ სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკული და თეორიული უნარ-ჩვევების გამომუშავებაზე მიმართული სასწავლო პროგრამების შემუშავება;
- პოლიტიკური სტრუქტურების/აქტორების როლის გაძლიერება სოციალური მეწარმეობის განვითარების თვალსაზრისით.

სოციალური მეწარმეობის პოლიტიკის შემქმნელებმა უნდა იზრუნონ ეკოსისტემის ჩამოყალიბებაზეც, რომელშიც სოციალურ საწარმოთათვის ხელმისაწვდომი იქნება დაფინანსების სტაბილური წყაროები და სხვადასხვა სახის სუბსიდია.



თავი

თავი მეორე:

სოციალურ სანარმოთა და
სოციალური სერვისების
მიმწოდებელ ორგანიზაციათა
მმართველი გუნდის წევრებთან,
მოსარგებლებს/დასაქმებულებს
სა და სოციალური მენარმეობის
მხარდამჭერ სამთავრობო და
საზოგადოებრივ
ორგანიზაციებთან
ჩატარებული
რამდენიმეობრივი და
თვისებრივი კვლევის
ანგარიში

ქირითალი მიზნაბაბი

სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობა

საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებთან ჩატარებული ექსპერტული ინტერვიუების თანახმად, სოციალური მეწარმეობა საქართველოში ხელს უწყობს სოციალური და ეკონომიკური საკითხების მოგვარებას, რომლებთან გამკლავებაც სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს დამოუკიდებლად უჭირს. როგორც ექსპერტები აღნიშნავენ, სოციალურ მეწარმეობაში ჩართულ პირებს მაღალი მგრძობელობა აქვთ არსებული სოციალური პრობლემების მიმართ; მათი ღირებულებები მნიშვნელოვნად მოქმედებს საწარმოთა წარმატებულ საქმიანობაზე. საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები თანხმდებიან, რომ სოციალურ საწარმოს ეკონომიკური და სოციალური კომპონენტი ძლიერი უნდა ჰქონდეს. სოციალური მეწარმეობა ეკონომიკურად ისეთივე მომგებიანი უნდა იყოს, როგორც ტრადიციული ბიზნესია. რესპონდენტების შეფასებით, სოციალურ საწარმოებს ეკონომიკის ნებისმიერ სექტორში შეუძლია საქმიანობის დაწყება. მთავარია, რომ სოციალურ საწარმოს სოციალური მიზანი/მისია ჰქონდეს.

სოციალური მეწარმეობის განვითარების აუცილებლობაზე/საჭიროებაზე საუბრობენ თავად სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები და საწარმოს მოსარგებლები. ისინი ერთხმად აცხადებენ, რომ სოციალური მიზნის მქონე საწარმოთა როლი ქვეყნის წინსვლისა და აღორძინებისთვის უმნიშვნელოვანესია, ვინაიდან სოციალური საწარმო თავისი საქმიანობით ხელს უწყობს პოზიტიურ ცვლილებებს, ნერგავს სიახლეებს, აუმჯობესებს მოწყვლადი ჯგუფების ცხოვრების დონეს და სხვ. სოციალური საწარმოები საკუთარი საქმიანობით სახელმწიფოს ყურადღების მიღმა დარჩენილ მოწყვლად ჯგუფთა წარმომადგენლებს სთავაზობს მათთვის სასიცოცხლოდ აუცილებელ მომსახურებას - იქნება ეს საგანმანათლებლო და ჯანდაცვის სერვისები, მათთვის დაგეგმილი კულტურული და სოციალური ღონისძიებები, თუ - სხვა. მსგავსი პროექტების შედეგად მოსარგებლენი ხდებიან შრომისუნარიანი და მათ საკუთარი თავისა და შესაძლებლობის რწმენა უბრუნდებათ. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეები დასძენენ, რომ სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირება დადებითად აისახება ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზეც, ვინაიდან იქმნება სამუშაო ადგილები, მოწყვლად ჯგუფთა წარმომადგენლები ეუფლებიან ახალ პროფესიებს, რომლებიც მათთვის შრომის ბაზარზე საკუთარი თავის დამკვიდრების შესაძლებლობას ქმნის.

ზოგადი მახასიათებლები

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა შორის 57% თავს სოციალურ საწარმოსთან აიგივებს, 32% კი - სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციასთან. სოციალურ საწარმოთა 70%-ის იურიდიული ფორმა არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირია (ა(ა)იპ), ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შორის ასეთთა წილი 97%-ს უტოლდება. სოციალურ საწარმოთა 36% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 28% თბილისში ფუნქციონირებს. აქვე აღსანიშნავია, რომ კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა მესამედი 3-5 წელია შრომის ბაზარზე ფუნქციონირებს, ხოლო მეხუთედი - 10-15 წელზე მიუთითებს. საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა მესამედზე მეტი (37%) ვაჭრობის (მაგ.: ტექსტილის მწარმოებლები, ხის სათამაშოების მწარმოებლები და სხვ.) სექტორში საქმიანობს, თითქმის მეოთხედი კი - განათლების სექტორში (24%). რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს, მათი უმრავლესობა (59%) ჯანდაცვისა და სოციალური მომსახურების სექტორში ფუნქციონირებს. გამოკითხულთაგან ნახევარი (50%) აღნიშნავს, რომ სოციალური სერვისის მიმწოდებელია, 24% კი პროდუქტს აწარმოებს, დარჩენილი 26% კი სხვადასხვა სახის სერვისს აწვდის დაინტერესებულ პირებს (არაფორმალური განათლება, პროფესიული გადამზადება და სხვ.). გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა მეხუთედი (20%) ტრადიციული რეწვის სფეროში საქმიანობს, ხოლო თითქმის ამდენივე (19%) სოციალური სერვისებით

უზრუნველყოფს მოსარგებლებებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 85% აღნიშნავს, რომ მათი საქმიანობის ძირითადი სფერო სოციალური მომსახურება და მოსარგებლეთათვის მისი მიწოდებაა. სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში გამოკვეთილი სოციალური მიზანი დასაქმების შესაძლებლობის შექმნაა (19%), სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მეათედზე მეტი კი ასეთად საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის სოციალური გარიყულობის პრობლემის აღმოფხვრას (12%) ასახელებს.

სოციალურ საწარმოთა ფუნქციებსა და საქმიანობაზე მეტ-ნაკლებად საკმარის ინფორმაციას ფლობენ როგორც სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებული პირები, ისე სხვადასხვა ტიპის მომსახურების მიმღები მოსარგებლენიც, ვინაიდან სწორედ სოციალური საწარმოს სოციალური მიზანი და მისია იყო მათი დაინტერესების მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორები. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი აცხადებენ, რომ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის საკვანძო საკითხი მოწყვლად ჯგუფთა ხელშეწყობა ან/და საცხოვრებელი გარემოს გაუმჯობესებაა. თვისებრივი კვლევის ფარგლებში შერჩეულ სოციალურ საწარმოთაგან უმეტესობის სამიზნეს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე და კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირები, ხანგრძლივად უმუშევარი და ძალადობის მსხვერპლი ქალები, პენსიონერები, დევნილები და სხვა მოწყვლადი ჯგუფები წარმოადგენდნენ. როგორც სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულმა რესპონდენტებმა აღნიშნეს, გარემოს დაცვის კუთხით არსებულ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობით დაინტერესების მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორი იყო სურვილი, წვლილი შეეტანათ საცხოვრებელი გარემოს გაჯანსაღებასა და ამ კუთხით მოსახლეობის ცნობიერების დონის ამაღლებაში.

საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა ერთმა ნაწილმა დაასახელა სფეროები, რომლებშიც სოციალური საწარმოებისთვის წარმატების მიღწევა უფრო მეტადაა შესაძლებელი. ესენია: არაფორმალური განათლება, გარემოს დაცვა (განსაკუთრებით ნარჩენების გადამუშავებისა და კლიმატის ცვლილების კუთხით) და ციფრული ტექნოლოგიები. მათი აზრით, სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის სფეროს არჩევისას გასათვალისწინებელია საწარმოს დამფუძნებლის ცოდნა და უნარ-ჩვევები; სოციალური საწარმო დამატებით ღირებულებასთან ერთად უნდა ქმნიდეს მოდელს, რომლის გამეორება და გავრცობა სხვა სივრცესა და ტერიტორიაზეც იქნება შესაძლებელი.

სიღრმისეულ ინტერვიუებში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა მმართველი გუნდის წარმომადგენლების შეფასებით, საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა საქმიანობასთან შედარებით, სოციალურ საწარმოთა პოზიტიური სოციალური გავლენა მოწყვლად ჯგუფებსა და გარემოზე უფრო მეტად ხელშესახები და ხილულია. საქმიანობის სწორად წარმართვის შემთხვევაში სოციალურ საწარმოებს საკუთარი სტაბილური შემოსავლის გაჩენის კარგი შესაძლებლობა აქვთ. ფინანსური მდგრადობის მოპოვებით საწარმოები ნაკლებად დამოკიდებული გახდებიან საერთაშორისო და ადგილობრივ დონორ ორგანიზაციათა ფინანსურ და მატერიალურ მხარდაჭერაზე. სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა თითქმის ყოველთვის სიახლეს უკავშირდება და ახალი ღირებულებების დამკვიდრებას ითვალისწინებს.

სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები აცხადებენ, რომ მათი საქმიანობის მთავარი მოტივაცია საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფებისთვის თანასწორი, უსაფრთხო გარემოს შექმნა და მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაა. მსგავსი მოტივაცია აღმოაჩნდათ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებსაც - მათთვის უმნიშვნელოვანესი იყო მოწყვლადი ჯგუფების, პირველ რიგში, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა უზრუნველყოფა საჭირო სერვისებით. კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა თითქმის მეხუთედი, ძირითადად, ახალგაზრდებზეა (19%) ორიენტირებული, 15% კი - შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულებზე. მათგან განსხვავებით, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მეხუთედზე მეტის (22%) ბენეფიციართა ძირითად ჯგუფს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე (ფიზიკური, ინტელექტუალური, სენსორული და სხვ.)

ბავშვები წარმოადგენენ, ხოლო 17%-ის შემთხვევაში მოსარგებლედ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულები განისაზღვრნენ. მონაცემთა სტატისტიკური დამუშავება ცხადყოფს, რომ 2018-2021 წლებში სოციალურ საწარმოებშიც და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა ძირითად ნაწილშიც (მერყეობს 42%-60%-ს შორის) მოსარგებლეთა რაოდენობა 50 ადამიანის ფარგლებში ცვალებადობს.

სოციალურ საწარმოთა მმართველებთან ჩატარებულ ინტერვიუებში აღინიშნა, რომ დამფუძნებლებმა საწარმოთა საქმიანობის სფერო ინტერესების, პროფესიული გამოცდილებისა და ცოდნის მიხედვით შეარჩიეს. ზოგიერთ შემთხვევაში საწარმოს საქმიანობის სფერო მოწყვლად ჯგუფთა საჭიროებების, შესაძლებლობისა და ინტერესების გათვალისწინებით შეირჩა. ეს განსაკუთრებით იმ სოციალურ საწარმოებს ეხება, რომლებშიც მოსარგებლენი შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები და ახალგაზრდები არიან. სოციალური მიზნის მქონე ორგანიზაციათა დაარსებაში დიდი წვლილი მოხალისეებს (ოჯახის წევრებს, ნათესავებს, მოწყვლად ჯგუფთა წარმომადგენლებს, ახალგაზრდებს და ა. შ.) მიუძღვით. რესპონდენტებს სწორედ მათი მხრიდან გამოვლენილმა მხარდაჭერამ უბიძგა, რომ სოციალური მიზნის მქონე საწარმო დაეარსებინათ.

ფოკუსჯგუფებში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები იმასაც აცხადებენ, რომ სამიზნე ჯგუფებთან დროდადრო ატარებენ შეხვედრებს. მათ საშუალება ეძლევათ, მოისმინონ მოსარგებლეთა სურვილები, საჭიროებები, პრობლემები, გამოწვევები. ყოველდღიურ რეჟიმშიც მიმდინარეობს სამუშაო პროცესზე დაკვირვება, რაც ააშკარავებს საწარმოებში დასაქმებულ პირთა საჭიროებებს. სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებული რესპონდენტები აცხადებენ, რომ ისინიც და სხვა მოსარგებლენიც აქტიურად მონაწილეობენ სხვადასხვა აქტივობის განხორციელების პროცესში, ვინაიდან სწორედ თითოეულ მათგანზეა დამოკიდებული საბოლოო შედეგის მიღწევა.

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის შედეგები და გავლენა

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა დაახლოებით 57%-ს და სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა 55%-ს არ აქვს სტატისტიკური ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ რა სოციალურ და თვალსაჩინო შედეგებზე გავიდა მათი საწარმო/ორგანიზაცია. ამასთანავე, სოციალური საწარმოებისგან განსხვავებით (9%), გაცილებით მაღალია სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წილი (38%), რომლებიც აცხადებენ, რომ გავლენის გაზომვისთვის საჭირო შეფასების ინდიკატორების შემუშავება უჭირთ. კვლევამ აჩვენა, რომ სტატისტიკური ინფორმაციის არქონისა და შეფასების ინდიკატორების შემუშავების სირთულის მიუხედავად, სოციალური საწარმოები/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები სხვადასხვა მეთოდის გამოყენებით მაინც აფასებენ საქმიანობის შედეგებს. ამას ადასტურებს ის, რომ გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 84%-სა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 55%-ს, მათივე განცხადებით, საწარმოს/ორგანიზაციის საქმიანობის შედეგების გავლენის გაზომვის თვალსაზრისით სირთულე არ ექმნებათ. საწარმოთა/ორგანიზაციათა მიერ მათი საქმიანობის გავლენის შეფასების მიზნით გამოყენებულ მექანიზმებს შორის ყველაზე გავრცელებულია საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი და უარყოფითი შედეგების გაზომვა (27%), მოსარგებლეთა კმაყოფილების დონისა (22%) და კეთილდღეობის (19%) შეფასება. საკითხის სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილში დამუშავება აჩვენებს, რომ სოციალურ საწარმოთა 36%-ისთვის ყველაზე გამოცდილი მექანიზმი საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი და უარყოფითი შედეგების შეფასება აღმოჩნდა, ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისთვის - მოსარგებლეთა კმაყოფილების დონის შეფასება (26%).

საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებთან ჩატარებული ექსპერტული ინტერვიუები კიდევ უფრო სკეპტიკურ სურათს ხატავს გავლენის შეფასების თვალსაზრისით:

მათი აზრით, სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველ გუნდს უმრავლეს შემთხვევაში საქმიანობის გავლენის შესასწავლად სათანადო ცოდნა, ადამიანური და ფინანსური რესურსი არ აქვს. შესაბამისად, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა დიდი ნაწილი მიიჩნევს, რომ **სოციალური გავლენის გაზომვა, ფაქტობრივად, შეუძლებელია**. სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისთვის გამოწვევას წარმოადგენს სოციალური გავლენის შესაფასებელი საზომების/ინდიკატორებისა და ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების განსაზღვრა, მონაცემთა დამუშავება და ანალიზი. გარდა ამისა, სამოქალაქო სექტორის წარმომადგენლები მიიჩნევენ, რომ სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს ბევრი საზრუნავი აქვს ორგანიზაციული გამართვის, თანამშრომლების მიღება-გადამზადების, პროდუქციის/მომსახურების პოპულარიზაციის, გაყიდვაზე ზრუნვისა და სხვა თვალსაზრისით. ამის პარალელურად, საწარმოებს სოციალურ კომპონენტზე კონცენტრირება უჭირს, მაგ.: სამიზნე ჯგუფების მოძიება, მათი მოტივირება, მოსარგებლეთათვის (მაგ.: შშმ პირთათვის) გარემოს მორგება და სხვ. საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა აზრით, სოციალურმა საწარმოებმა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელმა ორგანიზაციებმა, მცირე ისტორიის მიუხედავად, მნიშვნელოვან დადებით ცვლილებებს მიაღწია. მაგ.: საქართველოში სოციალურ საწარმოთა დაარსებამდე მენტალური შეზღუდვის მქონე პირების დასაქმების პრეცედენტი არ არსებობდა. სოციალური მეწარმეობა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ზოგადად შშმ პირთა დასაქმების ხელშეწყობის თვალსაზრისით. საწარმოებს საგრძნობი წვლილი შეაქვთ საზოგადოებისგან გარიყული ჯგუფების სოციალურ ინტეგრაციაშიც (მაგ.: კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირები და ყოფილი მსჯავრდებულები). სოციალურ საწარმოთა დადებით გავლენას აფერხებს საწარმოების ნაწილის საქმიანობის არამდგრადობა - არასტაბილური შემოსავლის ქონა და ადამიანური რესურსის სიმცირე. სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს საქმიანობის მასშტაბის გასაზრდელად მართვის გამოცდილება და საინვესტიციო რესურსი აკლია.

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე სოციალურმა საწარმოებმა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელმა ორგანიზაციებმა დაასახელა სხვადასხვა უარყოფითი შედეგი, რომლებიც შესაძლოა სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებას დაუკავშირდეს. სულ მცირე ყოველი მესამე (35%) სოციალური საწარმო აცხადებს, რომ არასტაბილური დაფინანსების გამო დახურვის რისკის ქვეშაა. აღსანიშნავია, რომ არასტაბილური დაფინანსების გამო დახურვის რისკის ქვეშ მყოფი სოციალურ საწარმოთა დაახლოებით მეხუთედის (21%) შემთხვევაში ადგილობრივ ბაზარზე ფუნქციონირების ხანგრძლივობა 1-2 წელია, ხოლო 43%-ის შემთხვევაში - 3-5 წელი. იმ საწარმოთა შორის (რომლებსაც შრომის ბაზარზე ფუნქციონირების უფრო ხანგრძლივი გამოცდილება აქვს და აცხადებს, რომ არასტაბილური დაფინანსების გამო მათაც ემუქრება დახურვა) 14%-ს მუშაობის 10-15-წლიანი პრაქტიკა აქვს, ხოლო 7%-ს - 21-25-წლიანი. გარდა აღნიშნულისა, სოციალურ საწარმოებში გამოკითხული რესპონდენტები სხვა უარყოფით შედეგებზეც საუბრობენ. კერძოდ, სოციალურ საწარმოთა 15%-ის შემთხვევაში მომსახურების მიღმა დარჩენილ მოწყვლად ჯგუფთა წარმომადგენლების მხრიდან მათ მიმართ უნდობლობა იზრდება.

რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს, მათი 32% არასტაბილური დაფინანსების გამო საწარმოს დახურვის რისკზე ხაზგასმით მიუთითებს. ამ უკანასკნელთაგან 16%-ის სამუშაო პრაქტიკა დაახლოებით 1-2 წელია გრძელდება, იმავე რაოდენობის რესპონდენტთა გამოცდილება კი 3-5 წლამდე მერყეობს. დაფინანსების გამო დახურვის რისკის ქვეშ მყოფ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 20% 6-9 წლის წინ დაფუძნდა, 28% - 10-15 წლის წინ.

კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ ორგანიზაციათა შორის უმრავლესობა, სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით, უმნიშვნელოვანესად აფასებს შემდეგ საკითხებს: საწარმოს ფინანსური გაძლიერება (*Mean=4.94, Median=5, ხუთქულიან სკალაზე*); სოციალურ

მეწარმეებსა და დაინტერესებულ მხარეებს შორის კომუნიკაციის გაუმჯობესება (*Mean=4.93, Median=5, ხუთეულიან სკალაზე*); სოციალური საწარმოს საქმიანობის გამჭვირვალობა (*Mean=4.99, Median=5, ხუთეულიან სკალაზე*) და სხვ. გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობის აზრით, მომავალში საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია მისი საქმიანობის მუდმივი მონიტორინგის და შედეგების გამოშვება/შეფასებაც (*ძალიან მნიშვნელოვანია+მნიშვნელოვანია=99%*).

სიღრმისეულ ინტერვიუებში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები **საწარმოების პოზიტიურ გავლენაზე** საუბრისას ყურადღებას მოსარგებლეთა მიერ შექმნილ ახალ უნარ-ჩვევებზე, სოციალური ინტეგრაციის ხელშეწყობასა და ინკლუზიური გარემოს შექმნაზე ამახვილებენ. მათი შეფასებით, სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის დადებითი შედეგია შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე მოსარგებლეთა დამოუკიდებელი ცხოვრების ხარისხის ზრდა. მათი აზრით, საზოგადოებაში დამოკიდებულება შეიცვალა კანონთან კონფლიქტში მყოფ პირთა მიმართაც. მათ დასაქმებასა და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებასთან ერთად შემცირდა დანაშაულის ხელახლა ჩადენის რისკიც. სოციალური საწარმოები ახალგაზრდებს არაფორმალური გზით განათლების მიღებაში, სოციალური და პიროვნული უნარების შექმნაში, სოციალური კავშირის დამყარებასა და პროფესიული ინტერესების უკეთ ჩამოყალიბებაში ეხმარება. რესპონდენტების აზრით, მოსახლეობის სხვადასხვა ჯგუფში გარემოს დაცვის მიმართულებით განხორციელებული საქმიანობის მთავარი დადებითი გავლენა გარემოზე ზრუნვის შესახებ ინფორმირებულობა და ცნობიერების ამაღლებაა.

აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოებში **გავლენის შეფასებას არასისტემური და ზედაპირული ხასიათი აქვს და**, ძირითადად, მოსარგებლებთან გასაუბრებასა და სოციალური ქსელის მეშვეობით მიღებულ უკუკავშირში გამოიხატება. სიღრმისეული ინტერვიუების მონაწილე პირები (სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები) სოციალურ საწარმოებში გაუმართავი **მონიტორინგისა და შეფასების მექანიზმის არსებობას შესაბამისი ცოდნისა და ფინანსური რესურსის უქონლობით ხსნიან**. რესპონდენტებს შორის ისინიც აღმოჩნდნენ, რომლებიც ფიქრობენ, რომ მათი საქმიანობის მცირე მასშტაბის გამო, მონიტორინგისა და შეფასების საჭიროება არ არსებობს.

სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების მომხმარებლებთან ჩატარებული **ფოკუსჯგუფების** მონაწილეთა აზრით, აღნიშნულ ორგანიზაციათა საქმიანობით დაინტერესების ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი სოციალური საწარმოს საქმიანობის ხელშეწყობა იყო. სოციალურ საწარმოთა მომხმარებლებისთვის ღირებულია სოციალური მისია, რომელიც საწარმოს აქვს. შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე რესპონდენტებისთვის მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა სოციალურ კაფეებში არსებული მორგებული გარემო. ისინი კმაყოფილი არიან განხორციელებული კულტურული/სოციალური თუ სხვა სახის ღონისძიებებითაც. ამასთანავე, დასძენენ, რომ სოციალური კაფეები ხელს უწყობს მოწყვლადი ჯგუფების, განსაკუთრებით, შშმ პირების დასაქმებას, რაც მათ ცალსახად თავდაჯერებულობას მატებს და ზრდის საზოგადოებასთან აქტიური კომუნიკაციის შესაძლებლობასაც. მეტიც: სხვადასხვა სერვისის მიმღებ პირთა ნაწილი აღნიშნავს, რომ მათი დასაქმების შესაძლებლობა ერთმნიშვნელოვნად გაიზარდა.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრების სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული მონაწილეები აცხადებენ, რომ **ახალ გამოცდილებასთან შეგუების პერიოდი** ძალიან მარტივად გაიარეს, რაზეც მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია თავად სოციალურ საწარმოში არსებულმა გარემომ და დამსაქმებელთა დადებითმა დამოკიდებულებამ. კვლევის თანახმად, სოციალურ საწარმოებში დასაქმების შემდეგ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა საზოგადოებაში ინტეგრაციის ხარისხი მკვეთრად იზრდება. სოციალურ საწარმოთა **გავლენა** განსაკუთრებით შესამჩნევია შემდეგ საკითხებში: მოწყვლად ჯგუფთა დასაქმების მაჩვენებლის ზრდა, საჯარო სივრცეში გასვლა, სოციალიზაცია და სხვ. სოციალურ საწარმოთა წყალობით მოწყვლადი ჯგუფების

წარმომადგენელთა ფსიქოემოციური მდგომარეობა უმჯობესდება. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული ქალები დასძენენ, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობა მათთვის განვითარების ერთგვარი მექანიზმია. აღნიშნავენ იმასაც, რომ ხელი შეეწყო მათ პროფესიულ განვითარებას, ახალი უნარების ათვისებასა და შექნილი ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენებას. რამდენიმე მონაწილე აცხადებს, რომ სოციალურმა საწარმომ მათ საკუთარი ინტელექტუალური შესაძლებლობების აღმოჩენის საშუალება მისცა. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეთა უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობამ დადებითი გავლენა იქონია მათი ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებაზე. სოციალური საწარმო მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ბენეფიციარებს სხვადასხვა პროფესიული უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში. ეს კი სხვა სამსახურში მათი დასაქმებისთვის იქნება საჭირო. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ რესპონდენტთა ნაწილი აცხადებს, რომ სოციალური საწარმოდან წამოსვლისას ხელახლა დასაქმება იმ მიზეზით გაუჭირდება, რომ მათ მუნიციპალიტეტში ანალოგიური/მსგავსი საწარმო არ არსებობს. იქვე დასძენენ, რომ შეუძლიათ, გახდნენ თვითდასაქმებული და ამ სფეროში დამოუკიდებლად განაგრძონ საქმიანობა.

ფინანსური და ეკონომიკური მაჩვენებლები

კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში, რომლებმაც თითოეული წლის განმავლობაში ყველაზე მაღალი ბრუნვის ქონაზე მიუთითეს ($\geq 51\ 001$ ლარი), 2018-2020 წლებში კლების დინამიკა შეინიშნება. 2021 წელს კი ისევ გაიზარდა სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისის მიმწოდებელ ორგანიზაციათა რაოდენობა, რომლებმაც აღნიშნეს, რომ ბრუნვამ 51 001 ლარს გადააჭარბა (2021 – 32%; 2020 – 27%; 2019 – 29%; 2018 – 31%). კვლევაში ჩართულ სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა 41%-ის შეფასებით, წლიური ბრუნვა მომდევნო (2022) წელს შესაძლოა მცირედით გაიზარდოს. საწარმოთა/ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმა (რომელთაც მიუთითეს, რომ მათი ბრუნვა მომდევნო წლის განმავლობაში შესაძლოა მცირედით ან მნიშვნელოვნად შემცირდეს) დაასახელეს ამის გამომწვევი სხვადასხვა მიზეზი, რომელთა შორის გამოირჩევა დონორების დახმარების შეწყვეტა (35%) და კორონავირუსით გამოწვეული პანდემია (30%). ეს ფაქტორები, სავარაუდოა, რომ მათი საქმიანობის შეფერხების/შეწყვეტის წინაპირობა გახდება.

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა 41%-ის შემოსავლის ძირითადი წყარო ბოლო 4 წლის განმავლობაში სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული შემოსავალი იყო, ხოლო თითქმის მეხუთედს (19%) უტოლდება სოციალური საწარმოები, რომელთა შემოსავალი ადგილობრივი დონორებისგან მიღებული გრანტებით ივსება. სოციალურ საწარმოთა წილი, რომლებმაც შემოსავლის ერთ (ძირითად) წყაროდ სახელმწიფო დაფინანსება დაასახელეს, 12%-ს არ აღემატება. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა დიდი ნაწილი სახელმწიფო დაფინანსებაზე (40%) მიუთითებს.

რაც შეეხება სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მიერ დასახელებულ შემოსავლის წყაროდან მიღებულ წილს საერთო შემოსავალში, ის შემდგენაირად ნაწილდება: სოციალურ საწარმოთა თითქმის მესამედი (32%), რომელთა შემოსავლის წყარო სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობაა, მიუთითებს, რომ მიღებული შემოსავლის 81-100%-იანი წილი სწორედ ამ წყაროზე მოდის; სოციალურ საწარმოთა 14%, რომელთა შემოსავლის წყაროს ადგილობრივი დონორები წარმოადგენს, შემოსავლის 81-100%-ს სწორედ ამ წყაროდან ავსებს; რაც შეეხება სოციალურ საწარმოებს, რომელთა ძირითადი დამფინანსებელი სახელმწიფოა, მათი 43% აცხადებს, რომ შემოსავლის 81-100% სახელმწიფო დაფინანსებაზე მოდის. რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა გამოცდილებას, გამოკითხულთა 46%-მა აღნიშნა, რომ სახელმწიფოსგან მიღებული დაფინანსება საერთო შემოსავალში 81-100 %-იანი წილითაა წარმოდგენილი.

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შემოსავლის წყაროთა დამუშავებამ (შრომის ბაზარზე მათი ფუნქციონირების ხანგრძლივობის მიხედვით) აჩვენა, რომ სოციალური საწარმოების (რომლებმაც შემოსავლის ძირითად წყაროდ **სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული შემოსავალი** დაასახელეს) ნახევარზე მეტი (51%) 3-5 წელია შრომის ბაზარზე ფუნქციონირებს, დაახლოებით მეხუთედის მუშაობის ხანგრძლივობა კი 1-2 წელია. რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს (შემოსავლის ძირითადი წყარო სახელმწიფო დაფინანსებაა - მაგ.: ვაუჩერი), მათი 25% აცხადებს, რომ 10-15 წელია შრომის ბაზარზე ფუნქციონირებს, 21% - 6-9 წელი, ხოლო თითქმის მეხუთედი (19%) - 3-5 წელი.

პანდემიამდელ პერიოდთან შედარებით კვლევაში ჩართულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა ძირითადი ნაწილი (46%) ამბობს, რომ **პანდემიის დროს საწარმოს ფინანსური მოგება** შემცირდა (ყოველი მესამე მოგების მნიშვნელოვნად შემცირებას აღნიშნავს). იმ ორგანიზაციათა/საწარმოთა შორის, რომლებმაც მოგების კლების ტენდენციამე მიუთითეს, 46,2% სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციაა, ხოლო 53,8% - სოციალური საწარმო. გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა მეხუთედი (20%) საუბრობს მოგების ზრდაზე. ამ უკანასკნელთაგან, რომლებმაც მოგების მცირე ან უმნიშვნელო ზრდაზე მიუთითეს, 39% სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციაა, ხოლო 61% - სოციალური საწარმოა. პანდემიის პერიოდში საწარმოს მოგების მნიშვნელოვნად ან მცირედით გაზრდის მიზეზებად გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა მიერ ახალი პროდუქციის გამოშვება (22%), PR აქტივობების ჩატარებით საწარმოს ცნობადობის გაზრდა (20%) და დასაქმებულთა კვალიფიკაციის ამაღლება (18%) დასახელდა.

ჩატარებული ფოკუსგუფების ფარგლებში სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებული რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში წარმოქმნილ ფინანსურ სირთულეებს საზოგადოების მხრიდან სოციალურ საწარმოთა მიმართ დაბალი ინტერესი განაპირობებს, რაც, თავის მხრივ, საზოგადოების ინფორმირებულობის დაბალი დონითაა განპირობებული. აცხადებენ იმასაც, რომ არსებული გამოწვევები რიგ შემთხვევაში უკავშირდება მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის სიმწირეს. რაც შეეხება სამთავრობო ან კერძო სტრუქტურებისგან ფინანსური დახმარების მოთხოვნის მცდელობებს, როგორც სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთა ნაწილი ამბობს, ეს ხშირად უშედეგოდ სრულდება, რადგან ისინი არ ინტერესდებიან სოციალური საწარმოს მიზნებითა და ამოცანებით.

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული ექსპერტების ინფორმაციით, სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები, რომლებმაც საქმიანობა საფინანსო ინსტიტუტისგან მიღებული **კრედიტით** დაიწყეს, მხოლოდ რამდენიმეა საქართველოში. ეს გარემოება იმაზე მიუთითებს, რომ სექტორი, ძირითადად, დონორი ორგანიზაციების მხარდაჭერასა და მათგან მიღებულ გრანტებზეა დამოკიდებული. ექსპერტები დასძენენ, რომ დონორების მიერ საწარმოებისთვის გამოყოფილი თანხა ხშირად მცირეა, რაც საწარმოს ეფექტიან და მდგრად ფუნქციონირებას ართულებს. საგრანტო კონკურსების გზით მიღებული ფინანსები იდეის განსახორციელებლად, როგორც წესი, არასაკმარისია, რადგან სოციალურ საწარმოებს სხვა სახის რესურსებზე ნაკლებად მიუწვდებათ ხელი.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში საწარმოებმა/ორგანიზაციებმა შეაფასეს, თუ **რამდენადაა შესაძლებელი დონორებისგან მიღებული გრანტების გარეშე საწარმოს/ორგანიზაციის არსებობა**. როგორც აღმოჩნდა, კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა უფრო დიდი ნაწილი (40%) ამას შესაძლებლად მიიჩნევს, ხოლო მესამედზე მეტი (36%) ფიქრობს, რომ გრანტების გარეშე საწარმოს არსებობა თანაბრად შესაძლებელიცაა და შეუძლებელიც.

ფინანსურ საკითხებთან დაკავშირებით უფლებამოსილ სტრუქტურებთან ურთიერთობის შესახებ დასმულ შეკითხვაზე სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი

ორგანიზაციების წარმომადგენელთა აბსოლუტური უმრავლესობა (>91%) პასუხობს, რომ მათ პრაქტიკაში კომუნიკაციასთან დაკავშირებული პრობლემები არასდროს შეუმჩნევიათ. რაოდენობრივი კვლევის თითქმის ყველა მონაწილე (97%) იმასაც აცხადებს, რომ მათ სოციალურ საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციას ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში საგადასახადო სანქცია არ მიუღია.

ეკონომიკური მაჩვენებლების აღწერისას სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 59% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციათა 51% აღნიშნავს, რომ არ არიან დღეს გადამხდელები.

კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა წილის საერთო მაჩვენებელი ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში 0,022%-ს შეადგენს. სამიზნე ჯგუფების მიხედვით ეს შემდეგნაირად ნაწილდება: სოციალური საწარმო - 0,017%, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 0,026%.

სოციალურ საწარმოთა მმართველი გუნდის წევრებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების თანახმად, კოვიდ 19-ის პანდემიამ მნიშვნელოვნად შეაფერხა სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა. ამიტომ მათ მოგება მცირე აქვთ ან საერთოდ არ აქვთ. რაც შეეხება იმას, თუ რა მიმართულებით იყენებენ საწარმოს საქმიანობით მიღებულ მოგებას, როგორც კვლევა აჩვენებს, მეწარმეები, ძირითადად, **მოგებას საწარმოს განვითარებაში აბრუნებენ**, ზრდიან საწარმოს მოსარგებლეთა (მათ შორის, დასაქმებულთა) რაოდენობასა და მათი საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად იძენენ ინვენტარს, აღჭურვილობას, ნედლეულს და სხვ.; ბენეფიციართა სამიზნე ჯგუფებისთვის გეგმავენ და ახორციელებენ სხვადასხვა აქტივობას: გადამზადება, ახალი უნარების დაუფლება, კვალიფიკაციის ამაღლება და სხვ.

საწარმოთა შემოსავალი (მოგების გარდა), ძირითადად, კომუნალურ გადასახადებში, ინვენტარისა და ნედლეულის შეძენაში, იჯარის თანხის გადახდასა და შრომის ანაზღაურებაში იხარჯება. თანამშრომლებისთვის ხელფასის გაცემის სირთულე ერთ-ერთ ძირითად გამოწვევას წარმოადგენს.

დასაქმების მაჩვენებლები

მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა დასაქმების თვალსაზრისით, სოციალურ საწარმოთა 79%-სა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 62%-ში ათამდე ახალგაზრდაა დასაქმებული; სოციალურ საწარმოთა 70%-ში იმავე რაოდენობის (ათამდე) ქალი და 61%-ში ამდენივე სოციალურად დაუცველი პირიც მუშაობს. კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში ყველაზე დაბალია კანონთან კონფლიქტში მყოფ დასაქმებულ პირთა წილი - გამოკითხულთა 87% აცხადებს, რომ ასეთი პირები არ ჰყავთ დასაქმებული. ამასთანავე, მაღალია იმ საწარმოთა/ორგანიზაციათა წილი, რომლებშიც იძულებით გადაადგილებული პირები (58%) და ხანდაზმულები (57%) არ არიან დასაქმებულნი. ამის მიზეზი ისაა, რომ საწარმოთა/ორგანიზაციათა სოციალური მიზნისგან/მისიისგან გამომდინარე ეს ჯგუფები მათ სამიზნე აუდიტორიაში არ შედიან.

სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულებთან/მოსარგებლებთან/სერვისის მიმღებ პირებთან ჩატარებულ ფოკუსჯგუფის შეხვედრებზე გამოიკვეთა, რომ სოციალურ საწარმოებთან მათი თანამშრომლობის **საწყისი ეტაპები** განსხვავებულია. კერძოდ, დასაქმებულთა ნაწილმა აღნიშნა, რომ სოციალურ საწარმოსთან საქმიანი ურთიერთობა გადასამზადებელი კურსების გავლით დაიწყო, ნაწილი კი გამოცხადებული ვაკანსიის საფუძველზე დასაქმდა. სხვადასხვა სერვისის მიმღებ პირთა ნაწილი, დასაქმებულების მსგავსად, გადასამზადებელი კურსით დაინტერესების შემდეგ

დაუკავშირდა სოციალურ საწარმოს, ხოლო ნაწილმა წარმოებული პროდუქტი შეიძინა ან/და მომსახურება მიიღო. დასაქმებულები და სერვისის მომხმარებლები სოციალურ საწარმოთა შესახებ ინფორმაციის მიღების ძირითად წყაროდ სოციალურ ქსელს ასახელებენ. მნიშვნელოვან წყაროდ სახელდება საახლობლო/სანაცნობო წრეც და რეგიონული მედიასაშუალებებიც. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულებისა და სერვისის მომხმარებლების საწარმოსთან/ორგანიზაციასთან თანამშრომლობის პერიოდი, ძირითადად, 6 თვიდან 5 წლამდე მერყეობს.

სოციალურ საწარმოთა მმართველი გუნდის წევრებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგების მიხედვით, მათი ნაწილი მოწყვლად ჯგუფთა წარმომადგენლებს სხვადასხვა პროექტის ფარგლებში ასაქმებს. მოსარგებლებს მიღებამდე გადაამზადებენ; შემდგომ საქმიანობაში მათ მონაწილეობას აკვირდებიან, რათა სამუშაო პროცესში წარმოშობილ საჭიროებებს დროულად უპასუხონ. აუცილებელია, კანდიდატს გააზრებული ჰქონდეს სამუშაოს სპეციფიკა და საწარმოს სოციალური მიზანი. მმართველები თანამშრომელთა შერჩევას ყველაზე მეტ ყურადღებას კანდიდატის მოტივაციაზე ამახვილებენ, რაც საწარმოს/ორგანიზაციის საქმიანობისადმი ინტერესსა და მოწყვლად ჯგუფებთან მუშაობის მზაობაში გამოიხატება. აღსანიშნავია ისიც, რომ საწარმოები, ძირითადად, გამოუცდელ ახალგაზრდებს ასაქმებენ. ამის მიზეზი ისაა, რომ მმართველებს კვალიფიციური კადრებისთვის შესაბამისი ანაზღაურების შეთავაზების საშუალება არ აქვთ. იმავედროულად, ახალგაზრდებს მუშაობის მეტი მოტივაცია აქვთ, მათ შორის, მოხალისეობრივ საწყისებზე.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა 63%-ში დასაქმებული 1-10 და 12%-ში დასაქმებული 11-20 ადამიანი სრულ განაკვეთზე მუშაობს. კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა 62%-ში კი 1-10 ადამიანი ნახევარ განაკვეთზე მუშაობს. სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში გამოკითხულ რესპონდენტთა დიდი ნაწილი სრულ და ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა ანაზღაურებას 150-500 ლარის ფარგლებში განსაზღვრავს. სხვა მხრივ, სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა 45% აცხადებს, რომ სრულ განაკვეთზე დასაქმებულთა ხელფასი 501-1000 ლარს შორის მერყეობს, ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შორის მათი წილი 27%-ია. კვლევაში ჩართულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა უმრავლესობის (66%) შეფასებით, მათთან დასაქმებული ადამიანების ანაზღაურება გაწეული შრომის (გამომუშავების) მიხედვით იცვლება (იზრდება ან მცირდება). სოციალურ საწარმოთა 57% მოწყვლად ჯგუფებს დროებითი/არასტაბილური (მაგ.: სეზონური) დასაქმების შესაძლებლობას სთავაზობს, სოციალური სერვისების მიმწოდებლების დიდი უმრავლესობა (81%) კი ამ შესაძლებლობის არარსებობაზე მიუთითებს. ეს იმით აიხსნება, რომ, სოციალური საწარმოებისგან განსხვავებით, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების საკვანძო ამოცანა დასაქმების ადგილების შექმნა არაა.

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილეთა 28% აცხადებს, რომ მათ საწარმოში/ორგანიზაციაში ბოლო ერთი წლის განმავლობაში დასაქმებულთა რაოდენობა გაიზარდა. მათგან 77%-მა აღნიშნა, რომ დასაქმებულთა რაოდენობა 1-5 ადამიანით გაიზარდა. სოციალურ საწარმოში/სოციალური სერვისის მიმწოდებელ ორგანიზაციაში თანამშრომელთა რაოდენობის შემცირებაზე გამოკითხულთა 22,4% მიუთითებს. ამ უკანასკნელთა შორის კი 84%-მა თქვა, რომ თანამშრომელთა კლების ტენდენცია 1-5 შორის მერყეობდა. კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა 38%-ს ბოლო 4 წლის განმავლობაში მოხალისეები ჰყავდა, მეოთხედზე მეტს (28%) კი ახლაც ჰყავს. იმ საწარმოთა/ორგანიზაციათა წილი, რომლებსაც მოხალისეები საერთოდ არ ჰყავს, 34%-ია.

სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგები აჩვენებს, რომ სოციალურ საწარმოებში უფლება-მოვალეობები თანამშრომელთა ცოდნისა და შესაძლებლობის მიხედვითაა გადანაწილებული. ძირითადი საქმიანობების შესრულებაზე (მართვა, დაგეგმვა, წარმოება, ფინანსების განკარგვა, PR (პიარი), გაყიდვა და სხვ.), როგორც წესი, საწარმოს/ორგანიზაციის მმართველია

პასუხისმგებელი. სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში მოხალისეები, ძირითადად, ახალგაზრდები (მათ შორის, სტუდენტები) არიან, რომლებიც საწარმოს/ორგანიზაციის საქმიანობაში კონკრეტული ღონისძიებების დროს მონაწილეობენ.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა აღნიშნეს, რომ **სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულთა როლები და ფუნქციები** მათ მიერ შესასრულებელი საქმით განისაზღვრება; ისინი აქტიურად მონაწილეობენ სხვა აქტივობებშიც. საწარმოთა/ორგანიზაციათა მრავალნაირი სერვისით მოსარგებლეები/მომხმარებლები სხვადასხვა საქმიანობის დაუფლებასთან ერთად აქტიურად მონაწილეობდნენ სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა პოპულარიზაციის პროცესში. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა (დასაქმებულებმაც და სხვადასხვა სერვისის მიმღებმა პირებმაც) აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოებში დაცულია შემდეგი პრინციპები: დასაქმების, კვალიფიკაციის ამაღლებისა და სხვადასხვა სერვისის მიღების თანაბარი შესაძლებლობა. რესპონდენტებმა ისიც აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირებისა და მათთვის, ვინც გადასამზადებელ კურსებს გადის, **უსაფრთხო სამუშაო პირობებია** შექმნილი: შესაბამისი დაზღვა-დანადგარებით აღჭურვილი ესა თუ ის საწარმო უსაფრთხოების საერთაშორისო სტანდარტებს აკმაყოფილებს.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულებმა აღნიშნეს, რომ სოციალური საწარმოს მიერ დაგეგმილი პროექტები იმთავითვე ითვალისწინებს მოსარგებლეთა საჭიროებებს. რესპონდენტების ნაწილი აცხადებს, რომ მათთან დასაქმებისთვის აუცილებელი არაა, პირს ჰქონდეს წინა სამუშაო გამოცდილება, რადგან შესასრულებელ საქმეს ადგილზე ასწავლიან.

სოციალური საწარმოს ეკოსისტემა

სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულ რესპონდენტთა შედარებით დიდმა ნაწილმა (26%) აღნიშნა, რომ საწარმოს წარმატებული საქმიანობისთვის/ფუნქციონირებისთვის განმსაზღვრელია ხილვადობა და აღიარება, დაახლოებით მეხუთედი კი რესურსებზე ხელმისაწვდომობასა (22%) და თვითორგანიზების შესაძლებლობებს (21%) ასახელებს. მსგავსი ტენდენცია შეინიშნება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებშიც.

საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა (ექსპერტთა) შეფასებით, დღესდღეობით სოციალური მეწარმეობა, ძირითადად, საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა საქმიანობას უკავშირდება; ამასთანავე, არსებობს მოსაზრება, რომ სოციალურ საწარმოთა მიერ შექმნილი პროდუქცია ნაკლებად ხარისხიანია. ექსპერტების აზრით, საზოგადოებაში გავრცელებული დამოკიდებულების თანახმად, სოციალური საწარმოები კონკურენტულ პროდუქციას ვერ აწარმოებენ და ამდენად პროდუქციის შექმნის წამყვანი მოტივაცია მოწყვლადი ჯგუფებისთვის მხარდაჭერის სურვილია.

რაოდენობრივ კვლევაში ჩართული საწარმოების/ორგანიზაციების წარმომადგენელთა 86%-მა აღნიშნა, რომ საზოგადოებას საწარმოს/ორგანიზაციის საქმიანობას სისტემატურად აცნობენ. განხორციელებული აქტივობების შესახებ საზოგადოებისთვის ინფორმაციის **რეგულარულად** მიწოდების თვალსაზრისით **სოციალურ საწარმოთა** წილი (86%) მნიშვნელოვნად აღემატება **სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა** წილს (62%). სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 18% საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდების მთავარ მიზნად სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციას ასახელებს; დამატებით, ამდენივესთვის კი მნიშვნელოვანი საზოგადოებისგან უკუკავშირის მიღება აღმოჩნდა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 22% აცხადებს, რომ ინფორმაციის გავრცელების მთავარი მიზანი საზოგადოებისა და მხარდამჭერების ნდობის მოპოვება და შენარჩუნებაა, 23%-ისთვის კი

საყურადღებო საზოგადოებისგან უკუკავშირის მიღება აღმოჩნდა, რაც, მათი შეფასებით, ორგანიზაციის განვითარების/საქმიანობის გაუმჯობესების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა.

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის ხელშეწყობისთვის/წარმატებისთვის კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა აბსოლუტური უმრავლესობა (>91%-ზე) მიიჩნევს, რომ საყურადღებოა ლიდერისა და წამყვანი მენეჯმენტის გამოცდილება/კვალიფიკაცია და მათი ბიზნესუნარების უწყვეტი განვითარება. გარდა ამისა, ისინი მნიშვნელოვან ფაქტორებად ასახელებენ სოციალური გავლენის მართვის მიმართულებით საწარმოს ლიდერისა და წამყვანი მენეჯმენტის უნარების უწყვეტ განვითარებას, სტრატეგიული ინვესტიციების მოზიდვას, პროფილურ კომერციულ ორგანიზაციებთან პარტნიორობასა და სოციალური საწარმოს გუნდის წევრების პროფესიულ განვითარებას/კვალიფიკაციის ამაღლებას. საკითხის საწარმოს/ორგანიზაციის ტერიტორიაში დამუშავება აჩვენებს, რომ ზემოთ ჩამოთვლილ კრიტერიუმებს საყურადღებოდ მიიჩნევს სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა აბსოლუტური უმრავლესობა.

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე რესპონდენტებმა დაასახელეს ის ძირითადი **ბარიერები**, რომლებსაც აწყდება სოციალური საწარმო/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია/სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანია. სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულებმა ძირითად დაბრკოლებად საკანონმდებლო დონეზე სოციალურ საწარმოთა აღიარებასთან/იურიდიული სტატუსის არარსებობასთან დაკავშირებული პრობლემები დაასახელეს, სოციალური სერვისების მიმწოდებელმა ორგანიზაციებმა კი ძირითად ბარიერად დაფინანსების ნაკლებობა მიუთითეს.

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა **სამომავლო გეგმებია**: სოციალური საწარმოების 23%-ისთვის ინვესტიციის მოზიდვა, ხოლო 17%-ისთვის ახალი პროდუქტის შექმნა და სერვისის მიწოდება. იმავე გეგმებზე საუბრობს სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა ყველაზე დიდი ნაწილი: ინვესტიციის მოზიდვა - 26%, ახალი პროდუქტის შექმნა და სერვისის მიწოდება - 19%.

საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა შეფასებით, სოციალურ მეწარმეობას საქართველოში მცირე ისტორია აქვს; სოციალური საწარმოებისა და სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების დაარსება სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციათა მდგრადობის შენარჩუნების საჭიროებას უკავშირდება. სოციალურ საწარმოთა და სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა სამართლებრივი ჩარჩოს არარსებობა მნიშვნელოვნად აფერხებს საწარმოებისთვის/ორგანიზაციებისთვის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდას. ექსპერტულ ინტერვიუებში მონაწილე პირებმა დაასახელეს სოციალური მეწარმეობის შესახებ კანონის ვერმიღების ძირითადი მიზეზები: საკითხი აქტუალური არაა; საზოგადოებასა და, მათ შორის, გადაწყვეტილების მიმღებ პირებში სოციალური მეწარმეობის შესახებ ცნობიერებისა და ცოდნის დაბალი დონე; სოციალური მეწარმეობის სფეროში მომუშავე პირებს შორის სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებულ ცალკეულ საკითხებზე შეუთანხმებლობა. კიდევ ერთი მიზეზი, რომელიც ხელს უშლის სოციალური მეწარმეობის განვითარებას საქართველოში, სექტორში პროფესიონალი კადრების ნაკლებობაა. სოციალურ საწარმოთა და სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველ რგოლს ნაკლებად აქვს ეკონომიკური ცოდნა და სამეწარმეო საქმიანობის გამოცდილება. საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები იმასაც აღნიშნავენ, რომ მიუხედავად საწარმოს/ორგანიზაციის წარმატებულად ფუნქციონირებისა, მათ უმრავლესობაში გადაწყვეტილების მიმღები პირი ერთია და სწორედ მასზეა დამოკიდებული საწარმოს/ორგანიზაციის წარმატება. შესაბამისად, სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში არ ნაწილდება **მენეჯერული შრომა და პასუხისმგებლობაზე ურთიერთკონტროლი**. ექსპერტების შეფასებით, ეს ფაქტორი საწარმოთა/ორგანიზაციათა მდგრადობას მნიშვნელოვნად უშლის ხელს.

რესპონდენტები ხაზს უსვამენ, რომ ყოველთვის არსებობს რისკი, ტრადიციული ბიზნესი სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას ამოეფაროს და ამ გზით სახელი გაუტეხოს სექტორს/საზოგადოებას ნდობა დააკარგვინოს სექტორის მიმართ.

ზოგადი სურათი

სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულ რესპონდენტთა ყველაზე დიდი ნაწილის აზრით, საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარებას სოციალურ საწარმოთა შესახებ **სპეციალური კანონმდებლობის არარსებობა (27%)** უშლის ხელს. 16% ხელშემშლელ მიზეზად სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის საჭირო სტრატეგიული ხედვისა და სამომავლო გეგმების ბუნდოვანებას მიიჩნევს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში გამოკითხულთა აზრითაც, სოციალურ საწარმოთა განვითარების მთავარი დამაბრკოლებელი ფაქტორი სოციალურ საწარმოთა შესახებ სპეციალური კანონმდებლობის არარსებობაა (23%). ასახელებენ შემდეგ შემაფერხებელ მიზეზებსაც: სოციალურ საწარმოთა მიმართ საზოგადოების გულგრილი დამოკიდებულება (20%), სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირებისათვის საჭირო უნარ-ჩვევებისა და შესაბამისი განათლების სიმწირე (16%).

საწარმოთა/ორგანიზაციათა წარმომადგენლები სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერის აუცილებლობას იმითაც ასაბუთებენ, რომ მათი ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო ზოგავს სხვადასხვა სახის რესურსს. სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა უმრავლესობამ (74%) აღნიშნა, რომ სახელმწიფოს ნაკლებად უწევს მოწყვლადი ჯგუფებისთვის ფინანსური დახმარება, რამდენადაც ამ ტვირთს მნიშვნელოვანწილად სწორედ სოციალური საწარმოები იღებენ. ამავე მოსაზრებას იზიარებს სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 78%.

სიღრმისეული ინტერვიუების ფარგლებში გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა მმართველი გუნდის წარმომადგენლების აზრით, მიუხედავად იმისა, რომ კონცეპტუალურად სახელმწიფო დონეზე სოციალური მეწარმეობა პრიორიტეტულია, სახელმწიფოს საკანონმდებლო და, შესაბამისად, პროგრამული მიმართულებით ამ დრომდე ქმედითი ნაბიჯები მაინც არ გადაუდგამს.

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმა დაასახელეს ყველაზე პრიორიტეტული ნაბიჯები, რომლებიც სახელმწიფომ სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის უნდა გადადგას. გამოკითხულთა 27% სოციალური მეწარმეობისთვის სახელმწიფო პროგრამების შემუშავებას უსვამს ხაზს, 26% სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო ჩარჩოს შემუშავება მიაჩნია ყველაზე პრიორიტეტულად, 24% კი ფიქრობს, რომ შეღავათიანი საკრედიტო რესურსებისა და გრანტის მიღების შესაძლებლობების უზრუნველყოფაა მნიშვნელოვანი. საწარმოს/ორგანიზაციის ტერიტორიაში საკითხის დამუშავება აჩვენებს, რომ სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთათვის ყველაზე პრიორიტეტული სოციალური მეწარმეობის სახელმწიფო პროგრამისა (29%) და სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო ჩარჩოს შემუშავებაა (29%). სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისთვის კი პრიორიტეტული სახელმწიფოს მხრიდან სოციალური საწარმოსთვის შეღავათიანი საკრედიტო რესურსისა და გრანტის მიღების შესაძლებლობების უზრუნველყოფაა (28%). ამასთანავე, 26% სოციალური მეწარმეობის სახელმწიფო პროგრამის, ხოლო 22% საკანონმდებლო ჩარჩოს შემუშავებაზე მიუთითებს.

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ ექსპერტთა აზრით, თანამედროვე მსოფლიოში სოციალური მეწარმეობა ხშირად ციფრული ტექნოლოგიების ათვისებასა და გამოყენებას უკავშირდება, ხოლო საქართველოში, ძირითადად, ქველმოქმედებასთანაა ასოცირებული. საქართველოში დღეს მოქმედი სოციალური საწარმოები/ორგანიზაციები საკუთარ საქმიანობაში ციფრულ ტექნოლოგიებს ნაკლებად იყენებს. ამას ორი მიზეზი აქვს: ცოდნის ნაკლებობა და საჭირო რესურსების უქონლობა. საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებში გამოითქვა მოსაზრება, რომ სოციალური მეწარმეობა დღეს ნაკლებად

მოდური (ე. წ. „C001“) საქმიანობაა, „ბიზნესსტარტაპისგან“ განსხვავებით, რომელშიც სულ უფრო მეტი აქტიური და იდეის მქონე პირი (განსაკუთრებით, ახალგაზრდა) ერთვება. საქართველოში გარემოს დაცვაზე მიმართულ საწარმოთა საქმიანობა ნებისმიერ შემთხვევაში ინოვაციურია, რადგან ქვეყნის მასშტაბით სიახლეს წარმოადგენს.

სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულთა და სერვისების მომხმარებელთა ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი აღნიშნავენ, რომ სწორედ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებმა უნდა მიჰყონ ხელი სოციალურ მეწარმეობას, რადგან მათზე უკეთ არავინ იცის მათივე თემის წარმომადგენელთა პრობლემები და საჭიროებები. რაც შეეხება სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა საქმიანობასთან დაკავშირებულ მოლოდინებს, დასაქმებულ რესპონდენტთა ნაწილი ელის, რომ საკუთარ შესაძლებლობებს უფრო მასშტაბურად გამოიყენებს. დასაქმებულებსაც და სერვისების მომხმარებლებსაც საკუთარი პროფესიული განვითარების თვალსაზრისით აქვთ მოლოდინი და იმედოვნებენ კიდევ, რომ კონკრეტული საქმის ფარგლებში მათი უნარები და ცოდნა უფრო და უფრო გაფართოვდება და ახალი საქმიანობის გაგრძელებას დამოუკიდებლად შეძლებენ. სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა საქმიანობის კომპონენტების შეფასებისას უმნიშვნელოვანესი აღმოჩნდა მოქნილი სამუშაო გრაფიკი, სახლიდან საჯარო სივრცეში გამოსვლა და საზოგადოებისთვის სასიკეთო საქმის კეთება, პროდუქტის შექმნასა და მომსახურების მიწოდებაში მონაწილეობა.

ჩატარებული ფოკუსჯგუფების ფარგლებში სოციალურ საწარმოებში/ორგანიზაციებში დასაქმებულმა პირებმა აღნიშნეს, რომ ქვეყანაში აუცილებლად უნდა შეიქმნას ორგანო, რომელიც სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერ ღონისძიებებს განახორციელებს, იქნება ეს მატერიალურ-ტექნიკური ბაზით მომარაგება, საჭირო ფინანსების მოძიებაში/მოპოვებაში დახმარება თუ სხვ. დასაქმებული რესპონდენტებიც და მოსარგებლენიც აცხადებენ, რომ სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა წარმატების განმსაზღვრელია ფინანსური რესურსი, რომელიც სხვადასხვა ღონისძიებისა თუ პროექტის დასაგეგმად და განსახორციელებლად სჭირდებათ. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა ხაზი გაუსვეს იმას, რომ სოციალური საწარმოები/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები სიახლისა და ცვლილებების აგენტები არიან. ისინი მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებაში, რადგან იქმნება სამუშაო ადგილები, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები ეუფლებიან ახალ პროფესიებს. ეს კი მათთვის შრომის ბაზარზე საკუთარი თავის დამკვიდრების შესაძლებლობას ქმნის.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი აღნიშნავენ, რომ მათ მუნიციპალიტეტებში სოციალური მეწარმეობის წამოწყება ბევრი მიმართულებითაა შესაძლებელი, ყველაზე **პრიორიტეტულ სფეროებად** კი სოფლის მეურნეობას, ტრადიციულ რეწვას, განათლების სექტორსა და მომსახურების სექტორს ასახელებენ. მონაწილეთა აზრით, სოციალური მეწარმეობის წამოწყებისას განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხარდაჭერა შემდეგ საკითხებთან დაკავშირებით: წარმოებისთვის საჭირო დაზგა-დანადგარების შექმნა, საწარმოს საქმიანობისთვის საჭირო სივრცის გამოყოფა, წარმოებული პროდუქტის ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზარზე გატანაში ხელშეწყობა. **სოციალური მეწარმეობის დადებით ასპექტებზე** საუბრისას ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა გამოყვეს შემდეგი საკითხები: ტრადიციული რეწვის სფეროში არსებული დარგების განვითარება, ახალგაზრდების გააქტიურება და საზოგადოებისთვის სასიკეთო საქმეებში მათი ჩართულობის გაზრდა. ყურადღება გაამახვილეს სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა ფუნქციონირების უარყოფით მხარეებზეც, ესენია: არამდგრადობა და სამუშაო პროცესისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურის გაუმართაობა/ნაკლებობა და სხვ.

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველები სიღრმისეულ ინტერვიუებში აღნიშნავენ, რომ აქვთ ბევრი იდეა, რომელთა განხორციელებაც სურთ. ვიდრე სახელმწიფო **სოციალურ საწარმოს არ აღიარებს**, მანანამდე სექტორის

განვითარებას ფრაგმენტული სახე ექნება და მათ მიერ მიღწეულ მნიშვნელოვან დადებით გავლენაზე საუბარი რთული იქნება. საწარმოთა/ორგანიზაციათა მმართველებს აქვთ მოტივაცია, რომ საზოგადოებისთვის სასარგებლო საქმიანობა აკეთონ. ეს კი დამოუკიდებლად, სახელმწიფოს მხარდაჭერის გარეშე, რთულად წარმოუდგენიათ.

სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა მმართველების ერთ ნაწილს ჩამოყალიბებული პოზიცია არ აქვს, საწარმომ/ორგანიზაციამ რა ტიპის შეღავათებით შეიძლება ისარგებლოს სტატუსის მინიჭების შემდეგ. მეორე ნაწილი მიიჩნევს, რომ სოციალურ საწარმოებს/ორგანიზაციებს დაარსებიდან გარკვეული ვადით (1-2 წელი) სხვადასხვა ტიპის შეღავათით (იჯარის, კომუნალური და სხვა ტიპის გადასახადისგან გათავისუფლება) სარგებლობის შესაძლებლობა უნდა მიეცეთ. მმართველები თანხმდებიან, რომ სტატუსის მინიჭებით საწარმოები/ორგანიზაციები სხვადასხვა (მათ შორის, სახელმწიფო და კერძო) პროგრამით ისარგებლებენ, რაც მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს მდგრად განვითარებას.

მმართველებთან ჩატარებულ სიღრმისეულ ინტერვიუებში აღინიშნა, რომ ფართო საზოგადოებაში სოციალური საწარმოთა/ორგანიზაციათა საქმიანობის აღქმა, ძირითადად, დახმარებასა და შემწეობის უზრუნველყოფას უკავშირდება. სწორედ ამიტომ ცნობიერების ამაღლებისთვის საინფორმაციო კამპანია ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ღონისძიებაა, რომელიც სამომავლოდ უნდა განხორციელდეს.

სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა მმართველებს აქვთ საქმიანობის გაფართოებისა და პროდუქციის/სერვისის გამრავალფეროვნების მოტივაცია. ერთ ნაწილს სურს, რომ საერთაშორისო ბაზარზე შეძლოს პროდუქციის გატანა. პანდემიის გამო შექმნილი სიტუაციის გათვალისწინებით, მმართველები ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის საჭიროებას ხედავენ. მათ სამომავლო გეგმებში შედის საკუთარი ფართის შექმნა, რაც მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს განვითარებასა და მდგრადობას.

2.1. სოციალური მენარმოების მნიშვნელობა

სამოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა ფუნქციონირება სამოგადოების წინაშე არსებული პრობლემების მოგვარების ერთ-ერთი საუკეთესო ინსტრუმენტია. სოციალური მეწარმეობა ხელს უწყობს მოგვარებას სოციალური და ეკონომიკური საკითხებისა, რომლებთანაც გამკლავება სახელმწიფოს და კერძო სექტორს დამოუკიდებლად უჭირს. სოციალური მეწარმეობის მიერ მიღწეული დადებითი გავლენის მაგალითები არაერთ ქვეყანაში არსებობს.

*„სოციალური მეწარმეობა არის ძალიან წარმატებული როგორც განვითარებად ქვეყნებში, ისე უკვე განვითარებულ ქვეყნებში, ასე რომ, მან თავისი არსებობის ეფექტურობა ბევრ ქვეყანაში დაამტკიცა“
(სამოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).*

სოციალური მეწარმეობა ხელს უწყობს სამეწარმეო უნარების განვითარებას, სოციალური კაპიტალის გაფართოებას, სამოქალაქო პასუხისმგებლობის ამაღლებასა და სხვ. ეს კი, საბოლოოდ, სახელმწიფოს დემოკრატიული განვითარების ხელშეწყობას ნიშნავს. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალური საწარმოების ბიზნესმოდელი ისე უნდა იყოს შედგენილი, რომ სოციალურ მიზანთან ერთად ეკონომიკური წარმატების მიღწევაც იყოს შესაძლებელი. საგულისხმოა, რომ სოციალურ მეწარმეობაში ჩართულ პირებს მაღალი მგრძობელობა აქვთ არსებული სოციალური პრობლემების მიმართ. სწორედ მათი ღირებულება მნიშვნელოვნად მოქმედებს საწარმოთა წარმატებულ საქმიანობაზე.

„სოციალური მეწარმეობა ამროვნების ტიპს გულისხმობს და მგრძობელობას, რომლისთვისაც არსებული სოციალური პრობლემები წამყვანია და მნიშვნელოვანი“ (სამოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

სამოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები თანხმდებიან, რომ სოციალურ საწარმოს ეკონომიკური და სოციალური კომპონენტი ძლიერი უნდა ჰქონდეს.

„კარგი სოციალური საწარმო ისე უნდა იყოს ორგანიზებული, ისე უნდა იყოს მისი ბიზნესმოდელი გააზრებული, რომ ორივეს – ბიზნესს და სოციალურ მიზნებსაც ეფექტურად პასუხობდეს“ (სამოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

რესპონდენტები მიიჩნევენ, რომ სოციალური მეწარმეობა ეკონომიკურად ისეთივე მომგებიანი უნდა იყოს, როგორც ტრადიციული ბიზნესია. საწარმოს მომგებიანი საქმიანობა საწარმოს მდგრადობის მთავარი ინდიკატორია. სწორედ ამიტომ, საქმიანობისას უმნიშვნელოვანესია ეკონომიკურ კომპონენტზე ყურადღების გამახვილება.

სოციალური მეწარმეობა იმ შემთხვევაშია განვითარებული, როცა კარგადაა გააზრებული სოციალური პრობლემატიკა და მისი გადაწყვეტის გზები. სოციალური მეწარმეობის წარმატებული საქმიანობისთვის მნიშვნელოვანია პროფესიული და პიროვნული თვისებების ქონა: კვალიფიკაცია, ცოდნა, ინოვაცია, შემოქმედებითობა, მოტივირება, ამბიციურობა და სხვ. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ მეწარმეობას ნაკლები ფასეულობა აქვს მაშინ, როცა ის სოციალურ ღირებულებას ქვეყნის, რეგიონული და ადგილობრივი მასშტაბით არ ქმნის. სოციალური საწარმოს მნიშვნელოვანი მახასიათებელია ინოვაციურობა, ახალი ტექნოლოგიებისა და მიდგომების მოფიქრება და დანერგვა, კეთილშობილური იდეების პოპულარიზაცია, ესენია: გარემოზე ზრუნვა, ადამიანსა და გარემოზე ორიენტირებული ღირებულებების დამკვიდრება და მოწყვლადი ჯგუფების წევრებზე დადებითი გავლენა. სოციალური საწარმოები ქმნიან პრეცედენტს, რომ მათი საქმიანობით მაქსიმალურად

შეამცირონ საზოგადოებისგან მოწყვლადი ჯგუფის გარიყულობა. მნიშვნელოვანია, რომ **სოციალური საწარმო, დამატებითი ღირებულების შექმნასთან ერთად, უნდა ქმნიდეს მოდელს, რომლის გამეორება და განვრცობა სხვა სივრცესა და ტერიტორიაზეც იქნება შესაძლებელი.**

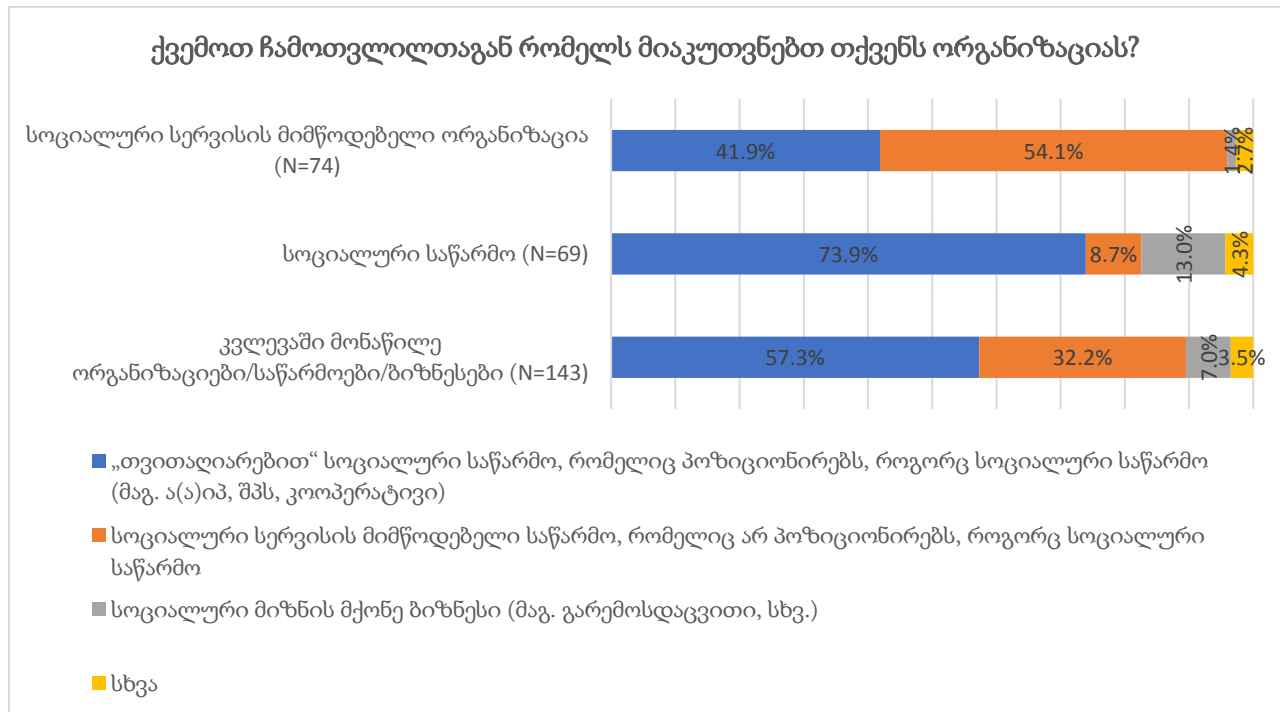
2.2. ზოგადი მახასიათებლები

კვლევაში („სოციალურ საწარმოთა გავლენის კვლევა საქართველოში“) მონაწილე ორგანიზაციათა უმრავლესობა (57,3%) თავს „თვითღირებულ“ სოციალურ საწარმოდ მიიჩნევს და პოზიციონირებს, როგორც სოციალური საწარმო (მაგ.: ა(ა)იპ, შპს, კოოპერატივი), ხოლო თითქმის მესამედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციასთან აიგივებს თავს, რომელიც სოციალური საწარმოს მსგავსად არ პოზიციონირებს (32,2%).

ძირითადად, ორგანიზაციის ზემოაღნიშნული ტიპებია დომინანტური საკითხის სოციალური სერვისების მიმწოდებლებისა და „თვითღირებული“ სოციალური საწარმოების ტრილში გაანალიზებისასაც, თუმცა „თვითღირებულ“ სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში გამოკვეთილია სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანიის კატეგორია:

- **სოციალური საწარმო:** „თვითღირებული“ სოციალური საწარმო, რომელიც პოზიციონირებს სოციალურ საწარმოდ (მაგ.: ა(ა)იპ, შპს, კოოპერატივი) – 73,9%; სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანია (მაგ.: გარემოსდაცვითი, სხვ.) – 13%;
- **სოციალური სერვისების მიმწოდებლები:** „თვითღირებული“ სოციალური საწარმო, რომელიც პოზიციონირებს სოციალურ საწარმოდ (მაგ.: ა(ა)იპ, შპს, კოოპერატივი) – 41,9%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია, რომელიც არ პოზიციონირებს სოციალურ საწარმოდ - 54,1% (იხ. დიაგრამა #1).

დიაგრამა 1: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების "თვითღირება"



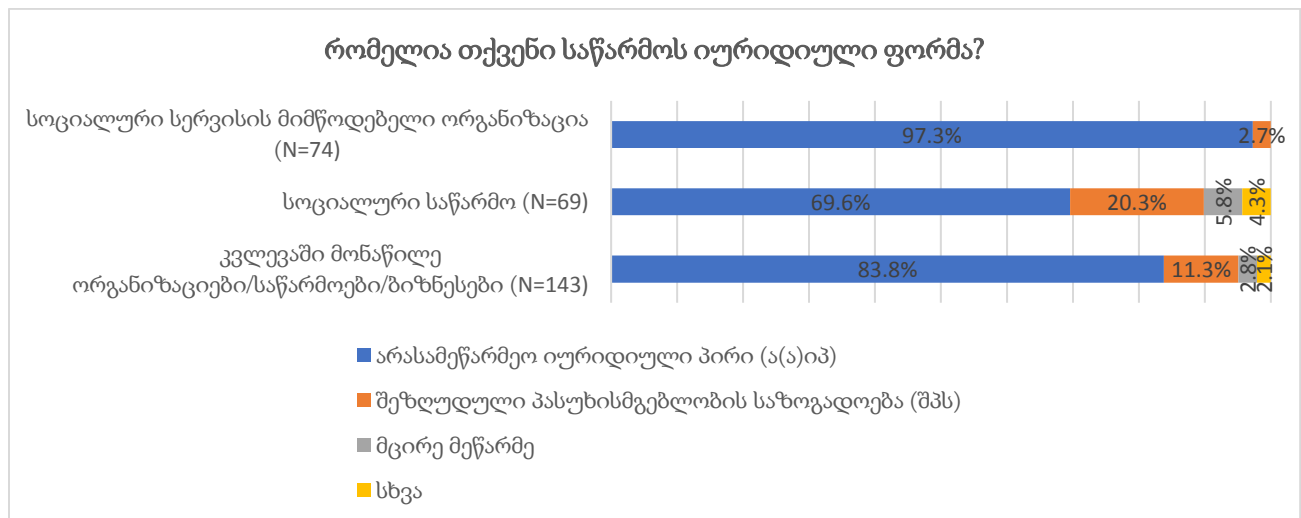
თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები აცხადებენ, რომ სამართლებრივი რეგულირების ჩარჩოს არარსებობის გათვალისწინებით, სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი

ორგანიზაციები, ძირითადად, ევროკავშირის განმარტებით ხელმძღვანელობენ. ევროკავშირი სოციალურ მეწარმეობას სოციალური ეკონომიკის ოპერატორად განიხილავს და აწესებს სხვადასხვა კრიტერიუმს, რომლებსაც სოციალური საწარმო უნდა აკმაყოფილებდეს. „სოციალურ საწარმოთა ალიანსის“ წარმომადგენელმა აღნიშნა, რომ მათი ორგანიზაციის წევრობის მსურველების მიერ განაცხადის შევსებისას, პირველ რიგში, საწარმოს სოციალური მიზნები უნდა დადგინდეს. მხოლოდ ამის შემდგომ შევა ალიანსის ბაზაში და საწარმო სოციალური მიზნის მქონედ პოზიციონირდება.

საწარმოთა უმრავლესობის იურიდიული ფორმა არასამეწარმეო იურიდიული პირია - 83,8%; მეათედზე მეტი (11,3%) - შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს); მინიმალური წილითაა გამოკვეთილი მცირე მეწარმის კატეგორია, რომელიც 2,8%-ს აღწევს (N=4).

თუკი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში არასამეწარმეო იურიდიული პირის სტატუსის მქონე საწარმოები ჭარბობს (97,3%), სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში მაჩვენებელი 69,6%-მდე მცირდება. ამ ჯგუფის საწარმოთა მეხუთედი მიუთითებს, რომ მათი იურიდიული ფორმა შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებაა (შპს) – 20,3%. მცირე მეწარმის კატეგორია მხოლოდ სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში დაფიქსირდა - 5,8% (N=4) (იხ. დიაგრამა #2).

დიაგრამა 2: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების იურიდიული ფორმა



თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული ერთ-ერთი ექსპერტი აღნიშნავს, რომ აუცილებელია იურიდიული ფორმების მოფიქრება, რომლებიც თავისი არსით სოციალური მეწარმეობის საქმიანობას ყოველმხრივ მოერგება. სხვა ექსპერტები აქვე აღნიშნავენ, რომ სოციალური მეწარმეობის სექტორის სამართლებრივი რეგულირება მისი განვითარების შემაფერხებელი ერთადერთი პრობლემა არაა - „ეს არის ერთ-ერთი ხელის შემშლელი ფაქტორი, და არა - ერთადერთი“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

გამოკითხვაში მონაწილე სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა/სოციალურ საწარმოთა/ზიზნესკომპანიათა თითქმის მესამედი თბილისშია (32,2%), 13,3% კი - სამეგრელო-ზემო სვანეთში; მეათედს მცირედით აჭარბებს კახეთში მოქმედ ორგანიზაციათა (10,5%) წილი. სხვა რეგიონებში არსებულ საწარმოთა/ზიზნესკომპანიათა მაჩვენებელი მეათედსაც კი არ უტოლდება.

სოციალურ საწარმოთა მოქმედების სამი ძირითადი რეგიონია: თბილისი - 36,2%, კახეთი - 11,6%, სამეგრელო-ზემო სვანეთი - 10,1%; ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები უმეტესად შემდეგ რეგიონებშია: თბილისი - 28,4%, სამეგრელო-ზემო სვანეთი -

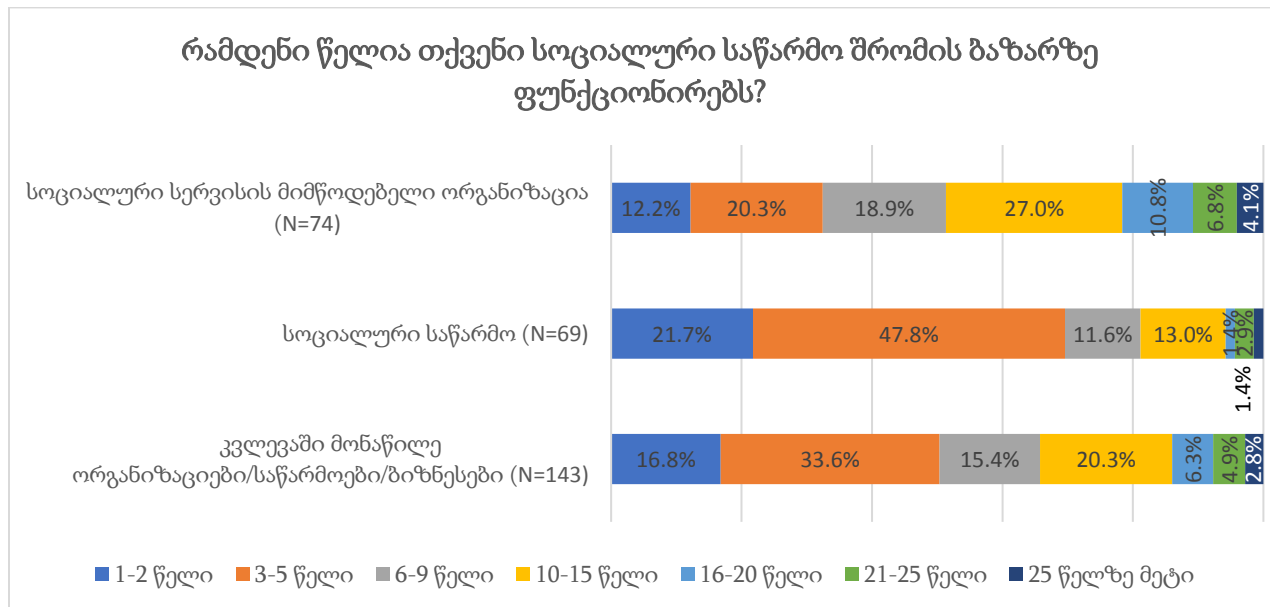
16,2%, იმერეთი - 12,2%. ამასთანავე, მეათედს მცირედით ატარებებს შიდა ქართლში (10,8%) არსებულ ორგანიზაციათა წილი (იხ. ცხრილი #6).

ცხრილი ნ: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა

რომელ რეგიონში მდებარეობს თქვენი სოციალური საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესი?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143
	%		
თბილისი	28,4	36,2	32,2
მცხეთა-მთიანეთი	2,7	5,8	4,2
შიდა ქართლი	10,8	8,7	9,8
ქვემო ქართლი	9,5	5,8	7,7
კახეთი	9,5	11,6	10,5
იმერეთი	12,2	4,3	8,4
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	16,2	10,1	13,3
რაჭა-ლეჩხუმი-ქვემო სვანეთი	-	2,9	1,4
სამცხე-ჯავახეთი	5,4	1,4	3,5
გურია	2,7	8,7	5,6
აჭარა	2,7	4,3	3,5

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა მესამედი 3-5 წელია შრომის ბაზარზე ფუნქციონირებს, ხოლო მეხუთედი - 10-15 წელი. სოციალური საწარმოების შემთხვევაში მკვეთრადაა გამოხატული ორგანიზაციების წილი, რომლებიც 3-5 წელია შრომის ბაზარზე ოპერირებს, ხოლო, მეხუთედზე მეტის მითითებით, ორგანიზაცია 1-2 წელია საქმიანობს. სოციალური სერვისების მიმწოდებლების მეოთხედზე მეტი 10-15 წელია მოქმედებს შრომის ბაზარზე, 20,3% კი - 3-5 წელი (იხ. დიაგრამა #3).

დიაგრამა 3: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების არსებობის ხანგრძლივობა



კვლევის ფარგლებში საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლებთან ჩატარებული ექსპერტული ინტერვიუების საფუძველზე ცხადი გახდა ისიც, რომ ბევრი სხვა ქვეყნის მსგავსად სოციალური მეწარმეობის განვითარება საქართველოშიც საზოგადოებრივი სექტორიდან დაიწყო და სოციალური ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი გახდა. როგორც სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები აღნიშნავენ, სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს საქართველოში მცირე ისტორია აქვს და მათი დაარსება სამოქალაქო ორგანიზაციების მდგრადობის შენარჩუნების საჭიროებასთანაა დაკავშირებული. 2009-2010 წლებში თვალსაჩინო გახდა, რომ ორგანიზაციათა ნაწილი საქმიანობას პროექტების დასრულების პარალელურად წყვეტდა. ამიტომ საჭირო გახდა მოფიქრება და დანერგვა მდგრადობის შენარჩუნების ინსტრუმენტისა, რომელიც ორგანიზაციებს პროგრამულ მდგრადობასა და გრძელვადიან საქმიანობაში დაეხმარებოდა. სწორედ ერთ-ერთი ინსტრუმენტი სოციალური მეწარმეობა აღმოჩნდა.

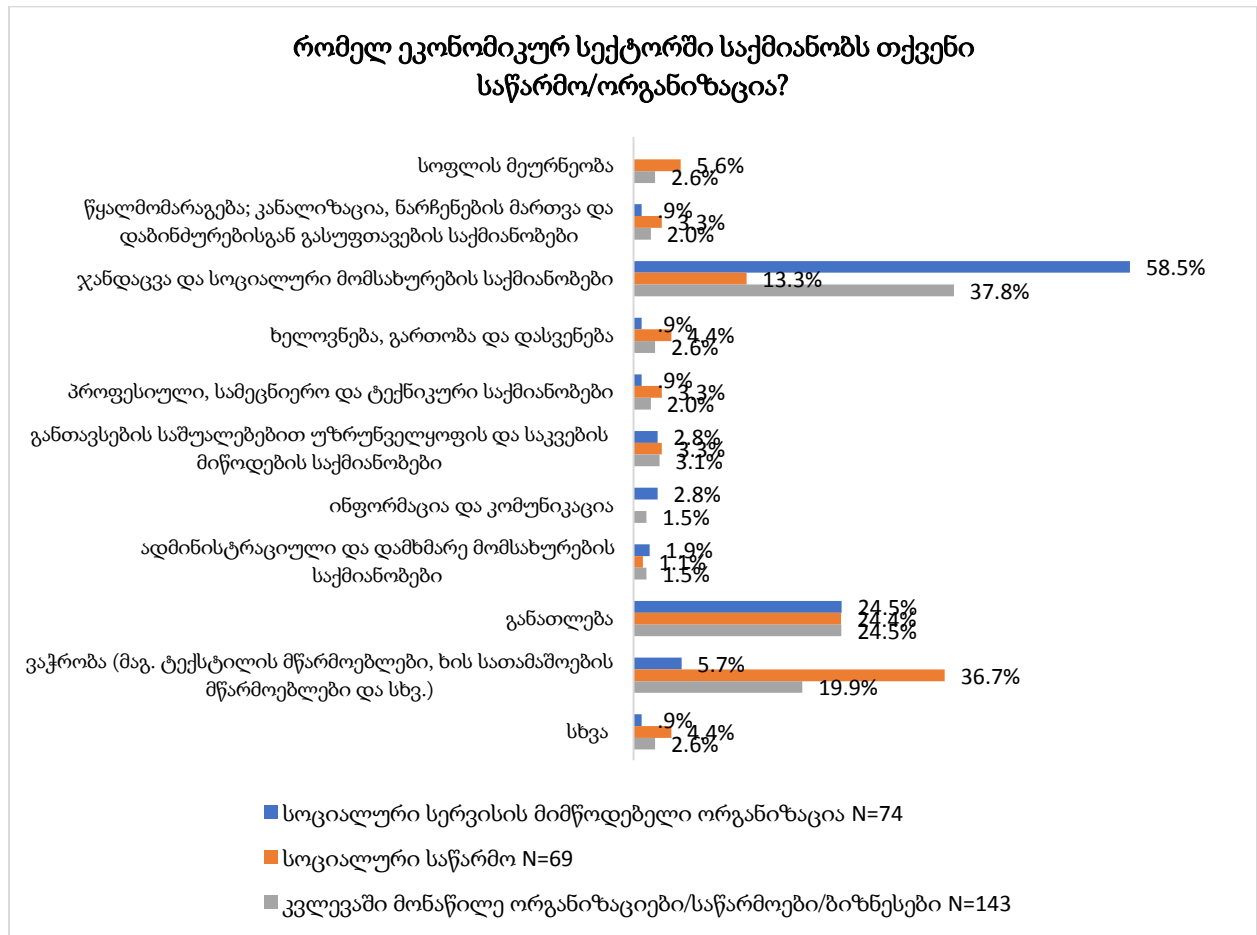
„თავიდან ჩვენ ვმუშაობდით საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მდგრადობის თემებზე. იმაზე, რომ მათი პროგრამის შედეგები ყოფილიყო გრძელვადიანი, უფრო სტაბილური და პროექტთან ერთად არ დასრულდებოდა მათი საქმიანობა. ამის ინსტრუმენტად დავინახეთ სოციალური მეწარმეობის განვითარება“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

ექსპერტული ინტერვიუების რესპონდენტების შეფასებით, სოციალური მეწარმეობის სექტორი საკმაოდ მცირეა საქართველოში. თუ სოციალური სერვისების მიმწოდებლებს მხედველობაში არ მივიღებთ, 150-მდე სოციალური საწარმო ფუნქციონირებს, რომელთაგან უმრავლესობა ახალგაზრდაა და ბოლო წლებში დაფუძნდა.

ჩატარებული გამოკითხვის შედეგად მიღებული მონაცემების სტატისტიკური ანალიზი აჩვენებს, რომ სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა უდიდესი ნაწილი (37,8%) ჯანდაცვისა და სოციალური მომსახურების სექტორში საქმიანობს, 24,5% კი – განათლების სექტორში. გამოკითხულთა თითქმის მეხუთედი ამბობს, რომ მათი ორგანიზაცია/საწარმო ვაჭრობის სექტორში მუშაობს.

საკითხის საწარმოს/ორგანიზაციის ტრიკლში დამუშავებამ აჩვენა, რომ საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა მესამედზე მეტი (36,7%) ვაჭრობის (მაგ.: ტექსტილის მწარმოებლები, ხის სათამაშოების მწარმოებლები და სხვ.) სექტორში საქმიანობს, მეოთხედზე მცირედით ნაკლები კი - განათლების სექტორში. კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთაგან მხოლოდ 13,3%-მა აღნიშნა, რომ ჯანდაცვისა და სოციალური მომსახურების სფეროში ქმნის პროდუქტსა და მომსახურებას აწვდის მოსარგებლებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა უმრავლესობა (58,5%) ჯანდაცვისა და სოციალური მომსახურების სექტორში საქმიანობს, 24,5% კი - განათლების. კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს შორის მხოლოდ 5,7%-მა აღნიშნა, რომ ასევე ვაჭრობის სექტორში საქმიანობს (*N=6 რესპონდენტი/ორგანიზაცია*) (იხ. დიაგრამა #4).

დიაგრამა 4: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ეკონომიკური სექტორი



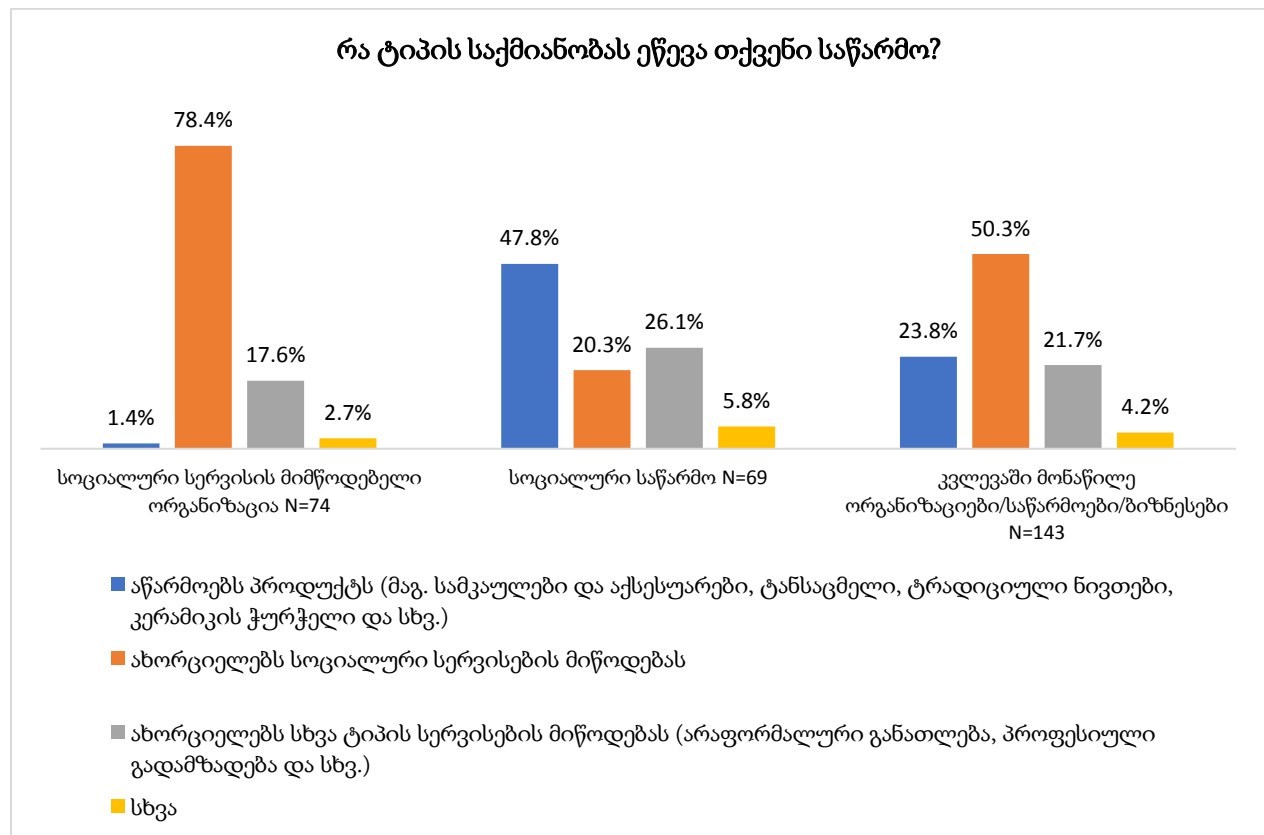
საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელ რესპონდენტთა შეფასებით, სოციალურ საწარმოებს ეკონომიკის ნებისმიერ სექტორში შეუძლიათ საქმიანობის დაწყება. მთავარია, სოციალურ საწარმოს სოციალური მიზანი ჰქონდეს. *რესპონდენტთა* ერთმა ნაწილმა ეკონომიკის კონკრეტული სფეროები დაასახელა, რომლებშიც სოციალური მიზნის მქონე საქმიანობის დაწყება უმჯობესია, ესენია: არაფორმალური განათლება, გარემოს დაცვა (განსაკუთრებით ნარჩენების გადამუშავებისა და კლიმატის ცვლილების კუთხით) და ციფრული ტექნოლოგიები. რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ საქართველოში არსებულ სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში ციფრული ტექნოლოგიების სფეროში ცოდნა და გამოცდილება მცირეა. ისინი ხაზს უსვამენ იმას, რომ

საქმიანობის სფეროს არჩევისას გასათვალისწინებელია დამფუძნებლის/მმართველის კვალიფიკაცია, გამოცდილება და უნარ-ჩვევები.

გამოკითხულთაგან ყოველი მეორე აღნიშნავს, რომ მათი საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია სოციალურ სერვისებს აწვდის/სთავაზობს, 23,8% კი პროდუქტს ქმნის.

სტატისტიკურ მონაცემთა დახარისხება აჩვენებს, რომ სოციალურ საწარმოთა 47,8%-ის ძირითადი საქმიანობა პროდუქტის შექმნაა, 20,3% მოსარგებლებს სოციალურ სერვისებს სთავაზობს, მეოთხედზე მცირედით მეტი კი - სხვა ტიპის მომსახურებას (გარდა სოციალურისა). სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა უმრავლესობის (78,4%) საქმიანობა სწორედ სოციალური სერვისების შეთავაზებაა, 17,6% კი ამბობს, რომ სოციალური სერვისებისგან განსხვავებულ მომსახურებას აწვდის (იხ. დიაგრამა #5).

დიაგრამა 5: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საქმიანობის ტიპი

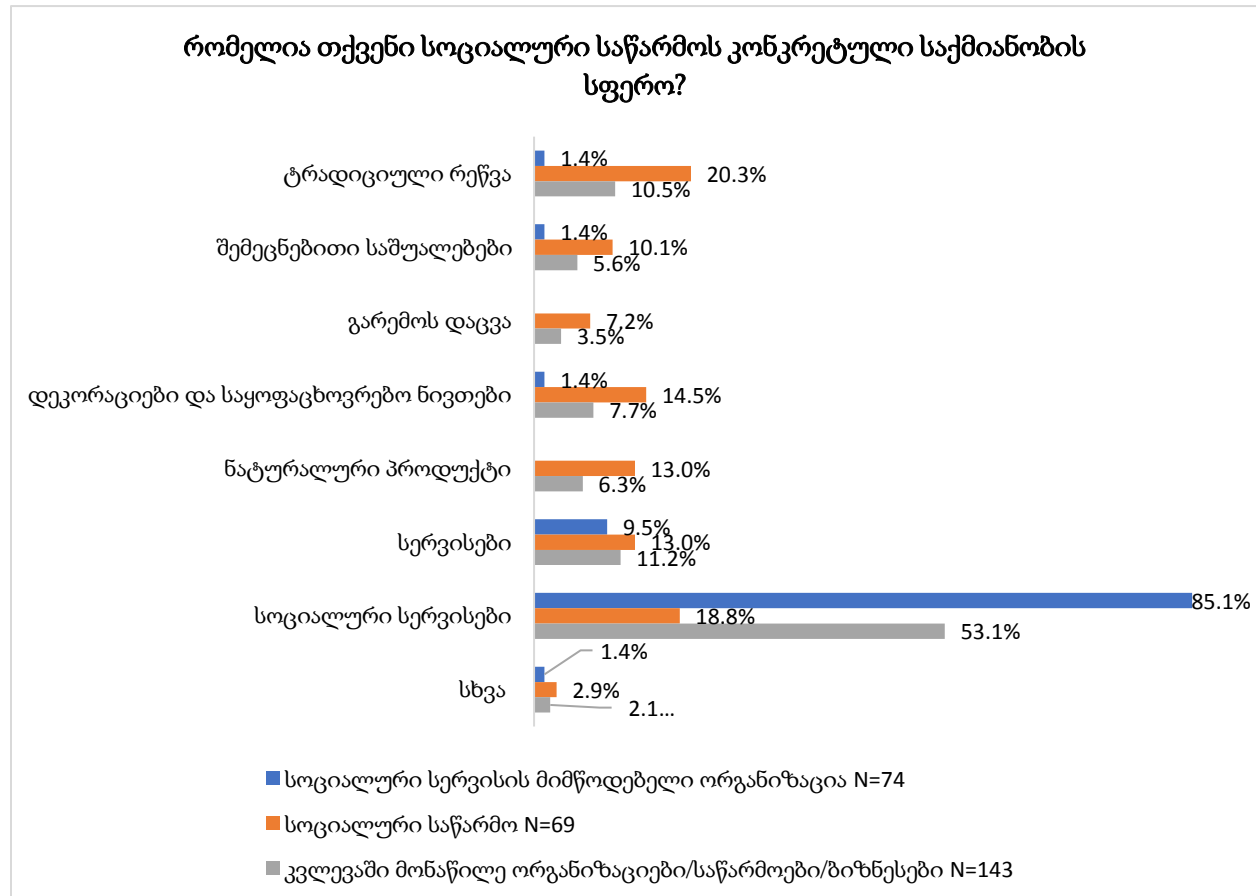


რესპონდენტებმა დაასახელეს სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის კონკრეტული სფერო. კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ გამოკითხულთა 53,1%-ის საწარმოს/ორგანიზაციის/ბიზნესკომპანიის საქმიანობის ძირითადი სფერო სოციალური სერვისებია. რესპონდენტთა წილი, რომლებმაც საქმიანობის სხვა სფეროები დაასახელეს, კვლევაში 46,9%-ს უტოლდება (თითოეული საქმიანობის სფეროს შემთხვევაში, მაგ.: ტრადიციული რეწვა - 10,5%; დეკორაცია და საყოფაცხოვრებო ნივთები - 7,7%; სერვისები - 11,2% და ა. შ.).

მონაცემების სტატისტიკურმა დამუშავებამ აჩვენა, რომ გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა მეხუთედი (20,3%) ტრადიციული რეწვის სფეროში საქმიანობს, 18,8% კი სოციალური

სერვისებით უზრუნველყოფს მომხმარებლებს. 14,5%-მა აღნიშნა, რომ დეკორაციისა და საყოფაცხოვრებო ნივთების შექმნაზე მუშაობს, 13% კი ნატურალურ პროდუქტს ქმნის. 13%-ს უტოლდება სოციალურ საწარმოთა წილიც, რომლებიც სხვა ტიპის სერვისებს (გარდა სოციალურისა) სთავაზობს ბენეფიციარებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ საწარმოთა 85,1% აღნიშნავს, რომ მათი საქმიანობის ძირითადი სფერო მოსარგებლეთათვის სოციალური მომსახურების შეთავაზებაა. მხოლოდ 9,5%-მა (N=7) მიუთითა სხვა ტიპის მომსახურების სფეროში საქმიანობაზე (იხ. დიაგრამა #6).

დიაგრამა ნ: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების საქმიანობის სფერო



კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა სოციალურ მიზნებში სოციალური სერვისების მიწოდების კატეგორია ჭარბობს (14,5%). შემდგომ პოზიციებს კი დასაქმების შესაძლებლობის შექმნა (13%), მოწყვლადი ჯგუფების ეკონომიკური გაძლიერება (12,4%), პროფესიული/შრომითი უნარების განვითარების ხელშეწყობა (12,2%), საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის სოციალური გარიყულობის პრობლემის აღმოფხვრა (11,4%) იკავებს.

სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში უპირატესი დასაქმების შესაძლებლობის შექმნაა - 18,5%. შემდგომ პოზიციებს მოწყვლადი ჯგუფების ეკონომიკური გაძლიერება (17,7%) და პროფესიული/შრომითი უნარების განვითარების ხელშეწყობა (14,5%) იკავებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების შემთხვევაში უმთავრეს სოციალურ მიზანს სწორედ სოციალური სერვისების მიწოდება წარმოადგენს - 23,1%. ჯგუფის 13,7% კი დაუცველი ბავშვების, ახალგაზრდებისა და სხვა მოწყვლადი ჯგუფების ხელშეწყობაზე/გაძლიერებაზეა ორიენტირებული. კვლევაში მონაწილე სოციალური სერვისების მიმწოდებელი

ორგანიზაციების მეათედზე მეტი საკუთარ სოციალურ მიზნად საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის სოციალური გარიყულობის პრობლემის აღმოფხვრასა (12,4%) და არაფორმალურ განათლებაზე ხელმისაწვდომობის ზრდას (12%) მიიჩნევს (იხ. ცხრილი #7).

ცხრილი 7: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების მიზანი

რა არის თქვენი საწარმოს სოციალური მიზანი/მიზნები?	სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	პვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143
	%		
დასაქმების შესაძლებლობების შექმნა	7,3	18,5	13
მოწყვლადი ჯგუფების ეკონომიკური გაძლიერება	6,8	17,7	12,4
საზოგადოების ჯანდაცვისა და კეთილდღეობის გაუმჯობესება	8,5	1,6	5
საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის სოციალური გარიყულობის პრობლემის აღმოფხვრა	12,4	10,4	11,4
ხელმისაწვდომი საცხოვრებლის უზრუნველყოფა	2,1	0,4	1,2
სოციალური სერვისების მიწოდება	23,1	6,4	14,5
პროფესიული/შრომითი უნარების განვითარების ხელშეწყობა	9,8	14,5	12,2
დაუცველი ბავშვების, ახალგაზრდების და სხვა მოწყვლადი ჯგუფების ხელშეწყობა/გაძლიერება	13,7	7,2	10,4
გარემოს დაცვა	2,1	6	4,1
ტრადიციული ხელოსნობის/რეწვის/კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება და განვითარება	0,9	7,2	4,1
არაფორმალურ განათლებაზე ხელმისაწვდომობის ზრდა	12	8,4	10,1
სხვა	1,3	1,6	1,4

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის სფეროებზე ისაუბრეს ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმაც. კერძოდ, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულმა პირებმა ხაზგასმით ისაუბრეს სოციალური საწარმოების ფუნქციებსა და საქმიანობაზე, რომლებთანაც ისინი თანამშრომლობენ. აღსანიშნავია, რომ დასაქმებულებსაც და სხვადასხვა მომსახურების მიმღებ პირებსაც ამ საკითხის შესახებ მეტ-ნაკლებად საკმარისი ინფორმაცია აქვთ, ვინაიდან სწორედ სოციალური საწარმოს სოციალური მიზანი და მისია იყო მათი დაინტერესების მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორი. კვლევაში მონაწილე რესპონდენტები აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოები, რომლებთანაც ისინი თანამშრომლობენ, მოწყვლადი ჯგუფების ხელშეწყობის ან საცხოვრებელი გარემოს გაუმჯობესების მიზნით შეიქმნა. თვისებრივი კვლევის ფარგლებში შერჩეულ სოციალურ საწარმოთაგან უმეტესობის სამიზნე აუდიტორიას კანონთან კონფლიქტში მყოფი და შშმ პირები, ხანგრძლივად უმუშევარი და ძალადობის მსხვერპლი ქალები, პენსიონერები, დევნილები და სხვა მოწყვლადი ჯგუფები წარმოადგენენ. დევნილთა დასახლებაში მცხოვრებმა ერთ-ერთმა

დასაქმებულმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ მის თემში სიღარიბე გავრცელებული პრობლემაა, რომელსაც კიდევ უფრო ამძაფრებს უმუშევრობის მაღალი მაჩვენებელი. როგორც რესპონდენტმა თქვა, სოციალურ საწარმოში მიღებული ცოდნა მან მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელ ქალებს გაუზიარა, რამაც მათი შემოსავლის ზრდას შეუწყო ხელი.

„მოგეხსენებათ, დევნილების დასახლებაში ვცხოვრობ და აქ ბევრი მოიძებნება ხელმოძირნე ოჯახები და შევეცადე, რომ მათთვისაც გამეზიარებინა ჩემი ცოდნა და ვასწავლე გოგონებსაც. რაც გამოფენები ტარდება, ყველგან გამყავს თითქმის“ (დასაქმებული, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია „ცენტრი აფხაზეთი“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეთა დაინტერესება გარემოს დაცვის კუთხით არსებული სოციალური საწარმოების საქმიანობამაც განაპირობა, ვინაიდან მათ თავადაც სურდათ, წვლილი შეეტანათ საცხოვრებელი გარემოს გაუმჯობესებაში, გაჯანსაღებასა და ამ კუთხით მოსახლეობის ცნობიერების დონის ამაღლებაში. ამ თვალსაზრისით მნიშვნელოვან მიმართულებად ისინი ნარჩენების გადამუშავებასა და მეორეულ გამოყენებას ასახელებენ.

„მეორადი საბურავები არის უკვე გამოცვლილი, კანონიც არის მიღებული მაგაზე, რომ გადაყრა არ შეიძლება იმიტომ, რომ დიდი ხანი არ ქრება. ამას ვამუშავებთ, ვაცლით შიგნით რაც რკინა აქვს, შემდეგ იჭრება და შესაბამის ზომებზე დგება. ესენი იხმარება ხელოვნურ კაუჩუკებზე, იპრესება“ (დასაქმებული, მეორეული საბურავების გადამამუშავებელი სოციალური მიზნის მექონე ბიზნესკომპანია „TRC“).

2.3. სოციალური მენარმაჯების/სოციალური საწარმოს მოსარგებლეთა მოტივაცია

გარდა ზემოთ განხილული საკითხებისა, რესპონდენტებმა ისაუბრეს მათ (როგორც სოციალური მეწარმეების) ძირითად მოტივაციაზე. კვლევაში მონაწილე პირთა 16% ასეთად მოწყვლადი ჯგუფებისთვის თანასწორი და უსაფრთხო გარემოს შექმნის სურვილს ასახელებს. თითქმის თანაბარია რესპონდენტთა წილი, რომლებმაც მოტივაციის ძირითად წყაროდ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა პროფესიული განვითარების ხელშეწყობა, მათი (პირველ რიგში, შშმ პირთა) საჭირო სერვისებით უზრუნველყოფა და ინკლუზიური სოციალური გარემოს ჩამოყალიბების ხელშეწყობა დაახელებს (მათი წილი 11%-13%-ს შორის მერყეობს).

სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა ყველაზე დიდი ნაწილისთვის (15,1%) მთავარი მოტივაცია საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფებისთვის თანასწორი, უსაფრთხო გარემოს შექმნა და მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება აღმოჩნდა. სოციალურ მეწარმეებში გამოკითხულთა 26,1% მოტივაციის ფაქტორად სოციალურ საწარმოთა მნიშვნელობის უფრო ფართოდ აღიარებასა (13,1%) და მოწყვლად ჯგუფთა სოციალური რეინტეგრაციის ხელშეწყობასაც (13,1%) ასახელებს. 9,3%-ისთვის კი მნიშვნელოვანი სამეწარმეო საქმიანობის მიმართულების გაფართოება აღმოჩნდა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლების 18,4% აცხადებს, რომ მათთვის უმნიშვნელოვანესია მოწყვლადი ჯგუფებისთვის (პირველ რიგში, შშმ პირებისთვის) საჭირო სერვისებით უზრუნველყოფა. 16,7% კი მთავარ მოტივაციად საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფებისთვის თანასწორი და უსაფრთხო გარემოს შექმნას, მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას ასახელებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელ რესპონდენტთა 16,1% ინკლუზიური სოციალური გარემოს ჩამოყალიბების ხელშეწყობას უსვამს ხაზს, 12,8% კი - მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლების სოციალური რეინტეგრაციის ხელშეწყობას (იხ. ცხრილი #8).

ცხრილი 8: კვლევაში მონაწილე სოციალური მეწარმეების ძირითადი მოტივაციები

რა არის თქვენი, როგორც სოციალური მეწარმის ძირითადი მოტივაციები?	სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143
	%		
სოციალური საწარმოს ფინანსური დამოუკიდებლობა	5,6	4,2	5
სოციალური მეწარმეობის სფეროში საგანმანათლებლო პროგრამების ჩამოყალიბება	5,9	5,8	5,9
არაფორმალური და პროფესიული განათლების ხელმისაწვდომობის გაზრდა	8,9	5,8	7,4
მოწყვლადი ჯგუფებისთვის თანასწორი და უსაფრთხო გარემოს შექმნა და მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება	16,7	15,1	16
სოციალური საწარმოების მნიშვნელოვნების უფრო ფართოდ აღიარება	2,3	13,1	7,3
კერძო და საჯარო სექტორებთან თანამშრომლობის განვითარება/გაუმჯობესება	1,3	4,2	2,7
სამეწარმეო საქმიანობის მიმართულებების გაფართოება	1,3	9,3	5
მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლების პროფესიული/პროფესიული რეინტეგრაციის ხელშეწყობა	12,8	13,1	12,9
გარემოს დაცვა	1	3,1	2
ინოვაციური პროდუქტის შექმნისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურის განვითარება	1	1,5	1,2
განვითარების თანაბარი პირობების შექმნა საზოგადოების ნებისმიერი წევრისთვის	7,9	8,5	8,2
ინკლუზიური სოციალური გარემოს ჩამოყალიბების ხელშეწყობა	16,1	5,4	11,2
მოწყვლადი ჯგუფების, პირველ რიგში შშმ პირების, უზრუნველყოფა მათთვის საჭირო სერვისებით	18,4	6,2	12,8
სოციალური მეწარმეობა როგორც კარიერული არჩევანი და კარიერული წინსვლის შესაძლებლობა	0,3	4,2	2,1
სხვა	0,7	0,4	0,5

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა მმართველი გუნდის წევრებთან ერთად სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობის დაწყების მთავარ ბიძგებზე ისაუბრეს საწარმოთა/ორგანიზაციათა მოსარგებლებმაც/მომხმარებლებმაც. რესპონდენტები აცხადებენ, რომ საკუთარი შესაძლებლობებისა და ინტელექტუალური რესურსის საფუძველზე მათ შეეძლოთ სოციალური საწარმოს საქმიანობაში სიახლის შეტანა, რომელიც სამიზნე ჯგუფების ცხოვრების გაუმჯობესებას შეუწყობდა ხელს.

*„მეც მექონდა ჩემი პროფესია. შემეძლო, სიახლე შემეტანა სოციალურ საწარმოში, უფრო მრავალფეროვანი გამხდარიყო ჩვენი შედეგი“
(დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ჰენდიქრაფთ სტუდიო“).*

სოციალური საწარმოების მომხმარებელთა დაინტერესების ერთ-ერთ მთავარ მიზეზს სწორედ სოციალური საწარმოს განვითარების ხელშეწყობა წარმოადგენდა. როგორც ისინი აღნიშნავენ, სოციალური საწარმო ზრუნავს საზოგადოებისგან გარიყული ჯგუფების განვითარებაზე, ხელს უწყობს მათ დასაქმებასა და საზოგადოებაში ინტეგრაციას. ამის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური საწარმოების მომხმარებელთათვის უმნიშვნელოვანესია საწარმოს სოციალური მისია. ფოკუსჯგუფის შეხვედრების ერთ-ერთი მონაწილე იმასაც მიუთითებს, რომ სოციალური საწარმოს მიერ დამზადებული პროდუქცია საკმაოდ ხარისხიანი და საბაზრო ფასთან შედარებით იაფია. აქვე დასძენენ, რომ პროდუქტის შექმნის შემდგომ მოხმარებასთან დაკავშირებული სხვადასხვა მომსახურება უფასოა, რომელიც მათთვის ერთგვარი სარგებელიცაა. შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე რესპონდენტებისთვის კი საყურადღებო აღმოჩნდა სოციალურ კაფეებში არსებული მორგებული გარემო, რომელიც მათ კონკრეტულ სივრცეში გადაადგილებას უადვილებს, მათი სურვილისა და მოთხოვნილების დაკმაყოფილების შესაძლებლობას ზრდის. სოციალური კაფეების სასიკეთო მხარეებზე საუბრობენ სხვა ბენეფიციარებიც. მათი შეფასებით, ეს არის სივრცე, რომელშიც ნებისმიერ ადამიანს შეუძლია მონაწილეობა მიიღოს მისთვის საინტერესო ღონისძიებაში, იქნება ეს კულტურული/სოციალური თუ სხვა სახის. აქვე დასძენენ, რომ სოციალური კაფეები ხელს უწყობს მოწყვლადი ჯგუფების (განსაკუთრებით, შშმ პირთა) დასაქმებას, რომელიც ცალსახად თავდაჯერებულობას მატებს და საზოგადოებასთან აქტიური კომუნიკაციის შესაძლებლობასაც უზრდის.

*„ჩემთვის ნამდვილად გადამწყვეტი როლი ითამაშა იმან, რომ ეს იყო სოციალური საწარმო და მეთანამშრომლა, როგორც მომხმარებელს, ზუსტად ამ ორგანიზაციასთან იმიტომ, რომ მათი მიზანი არის ძალიან მნიშვნელოვანი. საწარმო, რომლის მომხმარებელი მე ვარ, ის ზრუნავს ყოფილი მსჯავრდებულების რესოციალიზაციაზე და მათი ოჯახების განვითარებაზე, მათ ოჯახებში მცხოვრები ბავშვების განვითარებაზე“
(მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „რედო“).*

„ვარ ეტლით მოსარგებლე შშმ პირი. ძალიან ხშირად მიწევს ხოლმე, ვესტუმრო „მზიურის“ კაფეს და ვიტყვოდი, რომ ერთ-ერთი საუკეთესო ადგილი არის განტვირთვისთვის თუ სხვა საქმიანი შეხვედრებისთვის, ასევე საინტერესო „ივენტებიც“ იმართებოდა პანდემიამდე და ამასთანავე ადაპტირების კუთხით, ალბათ, ერთადერთი ადგილია, რომელზეც ვიტყვოდი, რომ 100%-ით არის გათვალისწინებული სხვადასხვა საჭიროების მქონე პირების საჭიროებები“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „კაფე მზიური“).

სოციალურ საწარმოთა საგანმანათლებლო სერვისების მიმღები მოსარგებლენი იმასაც აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობის სურვილი გააჩინა სწორედ სამომავლო შედეგებმა, რომლებიც პროფესიის დაუფლების შემდგომ დადგებოდა. კერძოდ, სტუდენტებმა აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოში უფასოდ გავლილი საგნობრივი მომზადების საფუძველზე შეძლეს ეროვნული გამოცდების წარმატებით ჩაბარება. რესპონდენტები აქვე ამბობენ, რომ სოციალურ საწარმოებში აქტიურად მიმდინარეობს პროფესიულად გადასამზადებელი ტრენინგები/სამუშაო შეხვედრები, რომლებიც თემის განვითარებასა და ეკონომიკურ გაძლიერებას უწყობს ხელს. მაღალმთიანი სოფლების მაცხოვრებელი ქალებისთვის მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის ხელშეწყობაც, რაშიც აქტიურად მონაწილეობს „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“. პროდუქტის გასაღების ბაზარზე გატანასთან ერთად სოციალური საწარმო

თავის წევრ ბენეფიციარებს აქტიურად აცნობებს სამომხმარებლო ბაზარზე არსებულ მოთხოვნებს. ხშირი კონსულტაციებისა და რეკომენდაციების საფუძველზე კი მოსარგებლენი შედარებით მარტივად ახერხებენ შრომის ბაზარზე ინტეგრაციას და არსებული მოთხოვნების გათვალისწინებას.

„აბიტურიენტი ვიყავი და მჭირდებოდა სხვადასხვა საგნებში მომზადება. შევეხმიანე, ვისიც იყო ეს სოციალური საწარმო და აქედან გამომდინარე მივედი იქ“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

„გავიცანით ირინა და ანა, ტრადიციული რეწვის ასოციაციის წარმომადგენლები, და ძირითადად ვმუშაობ. მაგათ მოეწონათ ჩემი ნამუშევრები, ამ განხრით მირჩიეს, რადგან ბევრს არ აქვს ამ მასალაზე შეხება“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“).

სოციალური საწარმოების მომხმარებლებთან ჩატარებული ფოკუსჯგუფის შეხვედრების საფუძველზე გამოიკვეთა სოციალური საწარმოებით ხანდაზმულების დაინტერესების მთავარი მიზეზები. კერძოდ, ამ სეგმენტის წარმომადგენელი რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ მათთვის უმნიშვნელოვანესია საზოგადოებაში ინტეგრაცია და სოციალიზაცია. ძალიან საყურადღებო აღმოჩნდა ახალი ცოდნისა და გამოცდილების მიღებაც, რომელიც მათი ფსიქოემოციური მდგომარეობისა და, გარკვეულწილად, ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას უწყობს ხელს. გარდა საგანმანათლებლო სერვისებისა, ასაკოვანი მომხმარებლები ხაზგასმით საუბრობენ სოციალურ ღონისძიებებზე, რომლებიც სწორედ მათი სოციალიზაციისა და საზოგადოებაში ინტეგრაციისთვის იმართებოდა.

„ჩემი ინიციატივით მივედი. არ მევონა, იქ თუ დიდებიც იყვნენ. მე თვითონ დავუკავშირდი და მივედი. წინა წლებში დავდიოდით ხშირად, შეხვედრები გვექონდა, მოწვეული ექიმები, მომღერლები, მწერლები. ძალიან კარგი ღონისძიებები იყო დაგეგმილი. ძალიან კმაყოფილი ვიყავით, გვიხდიდნენ დაბადების დღეებს თვითონ. და, აი, მერე გამოჩნდა ესეთი ჯგუფი ქვილთის შემსწავლელი და იქ გავწევრიანდი. სურვილის მიხედვით იყო. ვისაც რა უნდოდა, იმას აირჩევდა. ზოგი ლიტერატურის ჯგუფებში ჩაირიცხა, ზოგი მხარეულობის შემსწავლელ ჯგუფში და მე ავირჩიე ხელგარჯილობა“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა ტექნიკურად მხარდაჭერი სოციალური საწარმოების საქმიანობაც. კერძოდ, ერთ-ერთი შშმ რესპონდენტი აცხადებს, რომ „ასოციაცია გურია“ სოციალური საწარმოა, რომელიც სთავაზობს ეტლების დამზადების/შეკეთების/განახლების სერვისს. ეს კი უმნიშვნელოვანესია ამ სტატუსის მქონე ადამიანებისთვის, განსაკუთრებით მაშინ, როცა აქტიური ცხოვრების წესი აქვთ.

„ამჟამად ვარ ამ სოციალური საწარმოს მომხმარებელი, ძალიან მნიშვნელოვანია ეს პროექტი იმიტომ, რომ გზები არ არის მოწესრიგებული ჩვენს რაიონში და ხშირად მიფუჭდება ეტლი. მე ძალიან აქტიურად დავდივარ და ბევრჯერ მომიწია ამ სოციალურ საწარმოსთან შეხება, დაახლოებით კვირაში ერთხელ მაინც მიწევს იქ მომუშავე ადამიანებს მივმართო“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „ასოციაცია გურია“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე დასაქმებულებიც და მოსარგებლებიც აცხადებენ, რომ ახალ გამოცდილებასთან შეგუების/მორგების პერიოდი ძალიან მარტივად გაიარეს. ამაზე მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია თავად სოციალურ საწარმოში არსებულმა გარემომ და დამსაქმებელთა დადებითმა დამოკიდებულებამაც. რესპონდენტები აცხადებენ, რომ

ჩატარებული ტრენინგებისა და გადასამზადებელი კურსების საფუძველზე ძალიან მარტივად აითვისეს ახალი პროფესიები. აქვე აცხადებენ, რომ ადაპტაციის საწყის ეტაპზე თავად დამსაქმებლებმა ძალიან დიდი როლი შეასრულეს მათი შესაძლებლობების გამოვლენის თვალსაზრისით.

სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტები სოციალურ საწარმოთა როლზე საუბრისას ყურადღებას ამახვილებენ სპეციფიკაზე, რომელიც საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან შედარებით სოციალურ საწარმოებს აქვს. მმართველების შეფასებით, სოციალურ საწარმოთა დადებითი სოციალური გავლენა უფრო მეტად ხელშესახები და ხილულია. როგორც წესი, საზოგადოებრივი ორგანიზაციები დაარსებიდან მალევე წყვეტენ საქმიანობას, რადგან დაფინანსების ახალი წყაროს პოვნა უჭირთ. სოციალური საწარმოებისთვის კი (საქმიანობის სწორად წარმართვის შემთხვევაში) საკუთარი სტაბილური შემოსავლის გაჩენის ალბათობა მაღალია -

„ჩვენი სოციალური საწარმო უკვე 21 წელია ოპერირებს და არ გვექონია წყვეტა“ (სოციალური საწარმოს წარმომადგენელი).

სიღრმისეულ ინტერვიუებში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა უმრავლესობა ბოლო 3-5 წლის განმავლობაში სამოქალაქო ორგანიზაციის ბაზაზე დაფუძნებული. დამფუძნებლებმა საწარმოთა საქმიანობის სფერო საკუთარი ინტერესების, პროფესიული გამოცდილებისა და ცოდნის მიხედვით შეარჩიეს. როგორც ინტერვიუების შედეგად გამოიკვეთა, სოციალური მიზნის მქონე საწარმოს საქმიანობა თითქმის ყოველთვის სიახლეს უკავშირდება და ახალი ღირებულებების დამკვიდრებას ითვალისწინებს. განსაკუთრებით ეს გარემოს მიმართულებით საქმიანობას ეხება.

„მთავარი მიზანი, ნარჩენების შეგროვებასთან ერთად, არის ის, რომ პრაქტიკულად ვაჩვენოთ ადამიანებს, ნარჩენები ღირებული რესურსი როა და რომ არ უნდა გადაიყაროს. როგორ შეიძლება შეიქმნას გამოყენებადი პროდუქტი - აქსესუარი იქნება ეს, თუ - ტანსაცმელი“ (სოციალური საწარმოს „7R“ წარმომადგენელი).

საწარმოები დაარსდა იმ საჭიროებების უზრუნველსაყოფად, რომლებიც სამოქალაქო ორგანიზაციების წინაშე არსებობს.

„ჩვენ წარმოვადგენთ ახალგაზრდულ ორგანიზაციას, რომელიც მართავდა და ახლაც მართავს სხვადასხვა სახის პროექტს და ხშირად იკვეთებოდა სივრცის საჭიროება, სადაც ახალგაზრდებს შეეძლებოდათ შეკრება, შეხვედრა, გარკვეულ იდეებზე მუშაობა, გამოცდილებების გაზიარება და ა. შ. აქედან დაიბადა ახალგაზრდული სივრცის შექმნის იდეა“ (სოციალური საწარმო „მეგობრის“ წარმომადგენელი).

სოციალური მიზნის მქონე საწარმოთა დაარსების ერთ-ერთი მთავარი მოტივი მანამდე მსგავსი მომსახურების არარსებობა იყო (როგორც ადგილობრივი, ისე ქვეყნის მასშტაბით).

„არ არსებობდა მენტალური განვითარების შეზღუდვის მქონე პირებისთვის სერვისი. 2000-იან წლებში მოხდა სახელმწიფო სისტემაში აღიარება და დღის ცენტრის არსებობა გახდა საჭირო ინტელექტუალური შეზღუდვის მქონე პირებისთვის. სწორედ ამან გადაგვაწყვეტინა ორგანიზაციის დაარსება“ (სოციალური საწარმო „სოციალური თერაპიის სახლის“ წარმომადგენელი).

„2015 წელს ჩვენი ორგანიზაცია „ცვლილებები თანაბარი უფლებებისათვის“ იყო ახალგაზრდული, შშმ პირთა ორგანიზაცია, რომელსაც თავისი

ღონისძიებების გამართვა ქუჩაში უწყვედა. იდეა წამოვიდა, რომ რაღაც თავშეყრის ადგილი გვექონოდა“ (სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცის“ წარმომადგენელი).

ორგანიზაციული საჭიროებების უზრუნველყოფისა და მოწყვლადი ჯგუფების საქმიანობაში ჩართვის გარდა, სოციალური საწარმოებისთვის მნიშვნელოვანი იყო უწყვეტი ფინანსური შემოსავლის გაჩენა. ფინანსური მდგრადობის მოპოვებით საწარმოები ნაკლებად დამოკიდებული გახდებოდნენ საერთაშორისო და ადგილობრივი დონორი ორგანიზაციების ფინანსურ და მატერიალურ მხარდაჭერაზე. როგორც კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, **ზოგიერთ შემთხვევაში საწარმოს საქმიანობის სფერო მოწყვლადი ჯგუფების საჭიროებების, შესაძლებლობისა და ინტერესების გათვალისწინებით შეირჩა.** ეს განსაკუთრებით ეხება იმ სოციალურ საწარმოებს, რომლებშიც მოსარგებლენი შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები და ახალგაზრდები არიან.

„რადგან ჩვენი ბენეფიციარები ფსიქოსოციალური საჭიროებების მქონე ქალები არიან, ვიფიქრეთ მათ შესაძლებლობებზე და ინტერესებზე და გადაწყვიტეთ, რომ საკონდიტროს დაარსება ყველაზე კარგი ვარიანტი იყო“ (სოციალური საწარმოს „ადამიანები მოქმედებაში“ წარმომადგენელი).

როგორც კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, **საწარმოთა დაარსების მოტივაციაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს საერთაშორისო და ადგილობრივმა ორგანიზაციებმა, რომლებმაც იდეების დაფინანსების მზაობა გამოთქვეს.** სოციალური მიზნის მქონე ორგანიზაციათა დაარსებაში შესამჩნევი დამსახურება აქვთ მოხალისეებს (ოჯახის წევრებს, ნათესავებს, მოწყვლადი ჯგუფების წევრებს და ა.შ.). რესპონდენტებს სწორედ მათი მხრიდან გამოვლენილმა მხარდაჭერამ უბიძგა, რომ სოციალური მიზნის მქონე საწარმო დაეარსებინათ.

ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების საფუძველზე ცხადი გახდა, რომ თავდაპირველად დამუშუდებლები მოხალისეობრივ საწყისებზე მუშაობდნენ და საქმიანობაში ძირითადად თემის წევრები (თანამოაზრეები, ნათესავები, მეგობრები და ა. შ.) იყვნენ ჩართული. დონორი ორგანიზაციების მხარდაჭერა მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა საწარმოთა ორგანიზაციული გაძლიერების თვალსაზრისითაც. პროფესიული გადამზადების შემდეგ ცხადი გახდა სოციალური მიზნის მქონე საწარმოების როლი და დანიშნულება სოციალური, ეკონომიკური, კულტურული და სხვა მდგომარეობის გაუმჯობესების კუთხით.

„როგორ უნდა შეფუთო უფრო კარვად გაყიდვები და პროდუქტი როგორ უნდა გააჩინო და ა. შ. და მარკეტინგზე ცალკე, ბიზნესგეგმებზე ცალკე და ა. შ. იმის თქმა მინდა, რომ ძალიან ბევრი რამე უფრო ჩამოყალიბდა, რაც თავში ქაოტურად მქონდა და როცა მოხალისეობრივად აკეთებ, ყველაფერი ბუნდოვანია მაინც. ტრენინგები დაგვეხმარა საკითხების ჩარჩოში მოსაქცევად“ (სოციალური საწარმოს „7R“ წარმომადგენელი).

როგორც სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტები აღნიშნავენ, საწარმოს მართვის შესახებ CSRDG-ის მიერ ორგანიზებული ტრენინგი ერთ-ერთი ყველაზე დიდი მხარდაჭერა აღმოჩნდა, რომელმაც საწარმოთა წარმატებული საქმიანობა მნიშვნელოვნად განსაზღვრა.

„შეიძლება ითქვას, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანი ის ცოდნა იყო, რაც ტრენინგების მეშვეობით მივიღეთ. ბოლოს და ბოლოს, მაცივარს სახლიდან მოიტან და დადგამ კაფეში, ცოდნა კი ძალიან ძვირფასი რამეა“ (სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცის“ წარმომადგენელი).

კვლევაში მონაწილე რესპონდენტებმა დაასახელეს დონორები, რომელთა მხარდაჭერის გარეშეც საქმიანობა გაუჭირდებოდათ. ეს ორგანიზაციებია: CSRDG, DRC, USAID, ევროპის ფონდი, ჩეხეთის კარიტასი, „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“, ახალგაზრდობის საქმეთა

სამინისტრო (ამჟამად „ახალგაზრდობის სააგენტო“) და ადგილობრივი მუნიციპალიტეტების მერიები.

სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტებმა ისაუბრეს სირთულეებზე, რომლებიც „თვითაღიარებულ“ სოციალურ საწარმოებს დაარსებისას ჰქონდა და დღესაც აქვს. მნიშვნელოვან გამოწვევას მოსახლეობაში და, მათ შორის, დაინტერესებულ პირებში სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის შესახებ დაბალი ინფორმირებულობა წარმოადგენს. როგორც რესპონდენტებმა აღნიშნეს, ბევრისთვის გაუგებარი იყო და დღესაც გაუგებარია, სოციალური მიზნის მქონე სოციალური საწარმო როგორ აღწევს ეკონომიკურ წარმატებას.

*„ყოველ შეხვედრაზე, ყოველ აქტივობაზე გვიწევდა თავიდან იმის გამოორება, თუ რას ნიშნავს სოციალური მეწარმეობა, რატომ ვაკეთებთ, რა სარგებელს მოუტანს ზოგადად ჩვენს გარშემო მყოფებს და ა. შ. ეს იყო, ალბათ, პირველი ბარიერი, რომელიც ასე გამოკვეთილად დღემდე მახსოვს, დღესაც რჩება“
(სოციალური საწარმო „მეგობრის“ წარმომადგენელი).*

როგორც რესპონდენტებმა ინტერვიუების დროს აღნიშნეს, ახალბედა სოციალური საწარმოების მიმართ ყოველთვის არსებული მთავარი შეკითხვები მდგრადობასა და დადებითი სოციალური გავლენის ინდიკატორების დადგენას ეხება.

„დონორები ძალიან ფრთხილობენ ახალი საწარმოების დაფინანსებას, რადგან წარუმატებლობის შანსი მაღალია, არ სურთ შეცდომის დაშვება, რაც გასაკებია. თუმცა საწარმოებისთვისაც ძალიან სტრესულია პირველი ნაბიჯების გადადგმა“ (სოციალური საწარმო „მეგობრის“ წარმომადგენელი).

2.4. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მოსარგებლეები

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმა თავიანთი ძირითადი ბენეფიციარები განსაზღვრეს. ანკეტაში განმარტებული იყო, თუ ვინ არის სოციალური საწარმოს მოსარგებლე, რათა რესპონდენტებს შეკითხვა ერთნაირად გაეაზრებინათ - „სოციალური საწარმოს ბენეფიციარებს წარმოადგენენ ადამიანები, რომლებიც პირდაპირ ან ირიბად (მაგ.: კონკრეტული თემის, რეგიონის მაცხოვრებლები) იღებენ სარგებელს სოციალური მიზნის მქონე საქმიანობებიდან გამომდინარე. მაგალითად, გარემოსდაცვითი მიზნის მქონე საწარმოს დადებითი გავლენა ვრცელდება არა მხოლოდ საწარმოში დასაქმებულ ადამიანებზე, არამედ ყველა იმ პირზე, რომელიც ცხოვრობს იმ გარემოში, სადაც სოციალური საწარმო მოქმედებს და ახორციელებს საქმიანობას“. როგორც აღმოჩნდა, ძირითადი ბენეფიციარები შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულები (ფიზიკური, ინტელექტუალური, სენსორული და სხვ.) არიან - 15,5%. საწარმოების/ორგანიზაციების 14,4%-ის შეფასებით, მათი მოსარგებლეები შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვები არიან, ხოლო 14,1%-ის მითითებით - ახალგაზრდები. მეათედზე მეტი აღნიშნავს, რომ მათ ბენეფიციართა ჯგუფში სოციალურად დაუცველი პირები შედიან (12,2%).

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა თითქმის მეხუთედი, ძირითადად, ახალგაზრდებზეა (19,4%) ორიენტირებული, 14,5% კი - შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულებზე. კვლევაში მონაწილე ყოველი მეათე სოციალური საწარმო კი მოსარგებლედ საზღვრავს ნებისმიერ პირს, რომელიც სხვადასხვა კრიტერიუმით მოწყვლადად მიიჩნევა. მათგან განსხვავებით, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების მეხუთედზე მეტის ძირითადი ბენეფიციარები შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვები (ფიზიკური, ინტელექტუალური, სენსორული და სხვ.) არიან (22,3%), ხოლო 16,6%-ის შემთხვევაში

მოსარგებლედ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულები განისაზღვრა (იხ. ცხრილი #9).

ცხრილი 9: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ძირითადი ბენეფიციარები

ვინ არიან თქვენი ორგანიზაციის ძირითადი ბენეფიციარები (მაგ.: მომსახურების მიმღები პირები)?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143
	%		
შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვები (ფიზიკური, ინტელექტუალური, სენსორული და სხვ.)	22,3	7	14,4
შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ზრდასრულები (ფიზიკური, ინტელექტუალური, სენსორული და სხვ.)	16,6	14,5	15,5
ხანდაზმულები	7,4	8,1	7,8
ახალგაზრდები	8,6	19,4	14,1
ძალადობის მსხვერპლი ქალები	5,1	4,3	4,7
იძულებით გადაადგილებული პირები	5,1	5,9	5,5
სოციალურად დაუცველი პირები	12,6	11,8	12,2
კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირები (მაგ.: მსჯავრდებულები)	2,3	5,4	3,9
ნებისმიერი პირი, რომელიც სხვადასხვა კრიტერიუმით ითვლება მოწყვლადად	8	10,2	9,1
მზრუნველობას მოკლებული ბავშვები	8,6	1,6	5
ხანგრძლივად უმუშევარი პირები	6,8	7,5	5,3
სხვა	0,6	4,3	2,5

სამოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების გამოწვევა სამიზნე მოწყვლადი ჯგუფების მოძიება და სოციალური საწარმოს საქმიანობაში მათი ჩართვაა.

„სოციალური საწარმოებისთვის საკმაოდ შრომატევადია სამიზნე ჯგუფების მოზიდვა, დაინტერესება, მათთვის გარკვეული ცოდნისა და უნარების გადაცემა და მათთან მუდმივ კომუნიკაციაში ყოფნა. იმისათვის, რომ თავის სოციალურ მისიას მიაღწიოს, ორმაგად ბევრს შრომობს საწარმო, რომ

სწორედ მოწყვლადი ჯგუფის წევრები ჰყავდეთ ბენეფიციარებად და არა ნებისმიერი“ (საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები).

ამ ეტაპზე როგორც საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, ისე სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები დონორებთან შეთანხმებით განსაზღვრავენ მოწყვლადი ჯგუფების ინდიკატორებს.

„მოწყვლადები არიან ჩვენი პროექტის შემთხვევაში ახალგაზრდები, რომლებიც ცხოვრობენ საზღვრისპირა და კონფლიქტისპირა სოფლებში და არიან ის ახალგაზრდები, რომლებსაც არ ჰქონიათ განათლება სკოლის მერე. თუმცა სხვა პროექტის ფარგლებში მოწყვლადები შესაძლოა სხვა ჯგუფები იყვნენ, ამიტომ საჭიროა, არსებობდეს სახელმწიფოს კლასიფიკაცია მოწყვლადი ჯგუფების შესახებ“ (საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები).

ინტერვიუების ფარგლებში გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა ბენეფიციარები სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის წევრები არიან და, ძირითადად, შემდეგ ჯგუფებს ფარავს: შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, ძალადობის მსხვერპლი ქალები, ყოფილი მსჯავრდებულები, ხანდაზმულები, იძულებით გადაადგილებული პირები და სოციალურად დაუცველები. როგორც ინტერვიუებში მონაწილე რესპონდენტებმა აღნიშნეს, ისინი **ცდილობენ, მათი სამიზნე მხოლოდ ერთ მოწყვლად ჯგუფს არ წარმოადგენდეს.**

„მე თავად დევნილი გახლავართ, ბუვდიდშიც, მოგეხსენებათ, ძალიან ბევრი დევნილი ცხოვრობს და, შესაბამისად, მთავარ პრიორიტეტში დევნილები არიან. თუმცა არ ვზღუდავთ. თუ გადავეყრებით ისეთ ადამიანს, მაგალითად, ვისაც ხელმისაწვდომობის პრობლემა აქვს პროფესიულ განათლებაზე ან სამსახურზე, გახდება საწარმოს ბენეფიციარი“ (სოციალური საწარმოს „7R“ წარმომადგენელი).

ჩატარებულმა სიღრმისეულმა ინტერვიუებმა ცხადყო, რომ სოციალურ საწარმოებს სტრატეგია და გრძელვადიანი სამოქმედო გეგმა გაწერილი არ აქვთ. ამის მიზეზად რესპონდენტები ცვალებად და არასტაბილურ გარემოსთან ერთად მოუცვლელობას ასახელებენ.

სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების მოსარგებლებთან ჩატარებული ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობის საწყის საფეხურებზე ისაუბრეს. ბენეფიციართა და სოციალურ საწარმოთა თანამშრომლობა სხვადასხვა სახის მომსახურების მიწოდებით იწყება. კერძოდ, რესპონდენტთა ნაწილი საგანმანათლებლო სერვისის მიღებაზე მიუთითებს, რაც მათთვის ახალი პროფესიის შესწავლის საფუძველი გახდა. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე სტუდენტის სტატუსის მქონე რესპონდენტებმა ისიც აღნიშნეს, რომ აბიტურიენტობისას სრულიად უფასოდ გაიარეს საგნობრივი მომზადება.

„კავშირი მაქვს „გუმბათის“ სოციალურ საწარმოსთან, ვმეცადინეობდი აბიტურიენტობის პერიოდში. ვემზადებოდი საგნებში. გავდიოდი სამ საგანს, თუმცა ცენტრში ოთხი ისწავლებოდა. რაც მჭირდებოდა იმას გავდიოდი“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

„დიახ, ანუ, მე როგორც ვთქვი, ცენტრ „აფხაზეთში“ შევისწავლე ჩემი ხელსაქმე და ვსწავლობდი სრულიად უფასოდ 3 თვის განმავლობაში, ვისწავლე დურგლობა, ხეზე მუშაობა და თიხაზე მუშაობა“ (ბენეფიციარი, სოციალური სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაცია „ცენტრი აფხაზეთი“).

სოციალურ საწარმოთა მოსარგებლენი, რომლებმაც სხვადასხვა სახის გადასამზადებელი კურსები გაიარეს, აღნიშნავენ, რომ პროფესიის დაუფლების შემდეგ სოციალური საწარმოები მათ შეძენილი უნარ-ჩვევების გამოყენებაშიც უწყობს ხელს. კერძოდ, ამ საწარმოებად დასახელდა: „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“ და „საგანმანათლებლო ცენტრი აფხაზეთი“.

„ტრადიციული რეწვის ასოციაცია დამეხმარა ძალიან. ვიღებდით მონაწილეობას რაბათზეც, წაბლის ფესტივალზე, განდაგანას ფესტივალზე, თბილისშიც ვიყავით გამოფენებზე. ვმუშაობთ, ვაგზავნით „ეთნოდიზაინში“ ნამუშევრებს: ჩანთებს, საყელოებს“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“).

მომხმარებლებს შორის იყვნენ ისინიც, ვინც სოციალურ საწარმოთა შემდეგი სერვისებით ისარგებლა: საყოფაცხოვრებო სამშენებლო მასალის დამზადება/მიწოდება; შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებზე მორგებული სოციალური კაფეების მომსახურება; შშმ პირთათვის საჭირო ინვენტარის მწარმოებელ სოციალურ საწარმოთა მომსახურება და სხვ. ამასთანავე, აღსანიშნავია, ერთი-ერთი მომხმარებლის გამოცდილება, რომელიც თანამშრომლობს ჩირების მწარმოებელ სოციალურ საწარმო „ჩირიგესთან“ და სოციალურ საწარმოს თავად აწვდის ე. წ. საჩირე მასალას/პროდუქტს.

„ვარ ეტლით მოსარგებლე, საქველმოქმედო ორგანიზაცია „გურიის“ ბენეფიციარი, შშმ პირი, აქტივისტი. ჩვენთან სოციალური საწარმო არის ეტლების შეკეთების, ეს არის ომურგეთში. მე ვარ მომხმარებელი“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო - საქველმოქმედო ასოციაცია „გურია“).

„ვარ ეტლით მოსარგებლე შშმ პირი.[...] ვარ „მზიურის“ კაფის ძალიან ხშირი მომხმარებელი, ადაპტირების კუთხით, ალბათ, ერთადერთი ადგილია, რომელზეც ვიტყვოდი, რომ 100%-ით არის გათვალისწინებული სხვადასხვა საჭიროების მქონე პირების საჭიროებები“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „კაფე მზიური“).

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე საწარმოთა/ორგანიზაციათა/ბიზნესკომპანიათა წარმომადგენლებმა განსაზღვრეს იმ პირდაპირი ბენეფიციარების რაოდენობა, რომლებიც ორგანიზაციას ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში ჰყავდა. თითოეული წლის შემთხვევაში რესპონდენტთა ყველაზე დიდი ნაწილი აცხადებს, რომ მათი საწარმოს/ორგანიზაციის მოსარგებლეთა რაოდენობა 1-50-მდე მერყეობდა (2021 – 53,1%; 2020 – 55,2%; 2019 – 53,1%; 2018 – 46,2%). საკითხის სტატისტიკური დამუშავების შედეგად ცხადი გახდა, რომ სოციალურ საწარმოებშიც და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებშიც გამოკითხულთა ძირითადი ნაწილის რაოდენობა 2018-2021 წლებში 1-50 ბენეფიციარი იყო. ორივე სამიზნე ჯგუფის შემთხვევაში მნიშვნელოვნად მცირდება მათი წილი, რომლებმაც აღნიშნეს, რომ მათ 50-ზე მეტი პირდაპირი ბენეფიციარი ჰყავდათ/ჰყავთ (იხ. ცხრილი #10).

ცხრილი 10: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების პირდაპირი ბენეფიციარების რაოდენობა

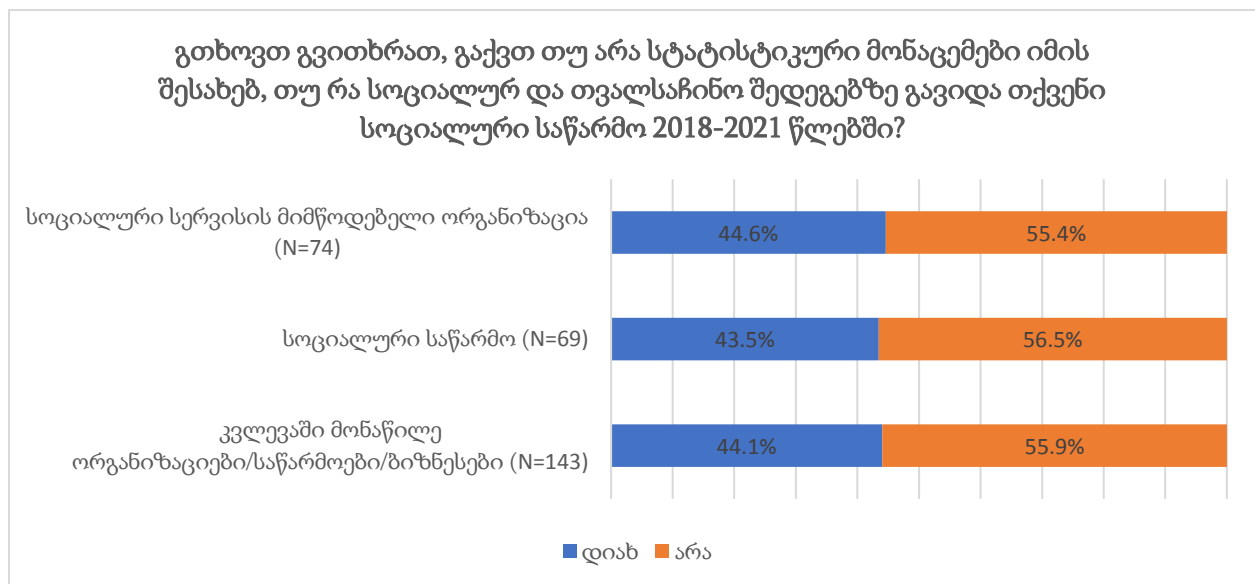
პირდაპირი ბენეფიციარების (მომსახურების მიმღებების) რაოდენობა, რომლებიც ორგანიზაციას ჰყავდა ბოლო 4 წლის განმავლობაში:		0 ინდივიდი	1-50 ინდივიდი	51-100 ინდივიდი	101-150 ინდივიდი	%				301+ ინდივიდი	მიწილს პასუხის გაცემა
						151-200 ინდივიდი	201-250 ინდივიდი	251-300 ინდივიდი			
2018 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	14,9	50	5,4	12,2	2,7	-	0	8,1	6,8	
	სოციალური საწარმო N=69	21,7	42	4,3	1,4	0	-	1,4	10,1	18,8	
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციე ბი/ბიზნესკომპანიები N=143	18,2	46,2	4,9	7	1,4	-	0,7	9,1	12,6	
2019 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	8,1	54,1	5,4	12,2	4,1	-	0	9,5	6,8	
	სოციალური საწარმო N=69	11,6	52,2	5,8	1,4	1,4	-	1,4	10,1	15,9	
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციე ბი/ბიზნესკომპანიები N=143	9,8	53,1	5,6	7	2,8	-	0,7	9,8	11,2	
2020 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	5,4	58,1	9,5	8,1	4,1	1,4	0	8,1	5,4	
	სოციალური საწარმო N=69	8,7	52,2	8,7	0	0	1,4	1,4	10,1	17,4	
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციე ბი/ბიზნესკომპანიები N=143	7	55,2	9,1	4,2	2,1	1,4	0,7	9,1	11,2	
2021 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	10,8	51,4	9,5	6,8	6,8	1,4	-	6,8	6,8	
	სოციალური საწარმო N=69	5,8	55,1	14,5	1,4	1,4	0	-	13	8,7	
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციე ბი/ბიზნესკომპანიები N=143	8,4	53,1	11,9	4,2	4,2	0,7	-	9,8	7,7	

2.5. სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის შედეგები და გავლენა

2.5.1. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებულ ორგანიზაციათა საქმიანობის სტატისტიკური შედეგები

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა უმრავლესობას არ აქვს **სტატისტიკური ინფორმაცია** იმის შესახებ, თუ რა სოციალურ და თვალსაჩინო შედეგებზე გავიდა მათი სოციალური საწარმო 2018-2021 წლებში (55,9%). მსგავს პოზიციას ავლენს სოციალურ საწარმოთა (56,5%) და სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა (55,4%) უმრავლესობაც (იხ. დიაგრამა #7).

დიაგრამა 7: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შედეგების სტატისტიკის არსებობა



საწარმოს სოციალური მიზნებისა და ძირითად მოსარგებლეთა მიხედვით, რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციებს უნდა შეეფასებინათ ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში (2018-2021 წწ) მათი **სოციალური საწარმოს საქმიანობით მიღწეული დადებითი შედეგი**. ორგანიზაციებს უნდა აღეწერათ, უშუალოდ მათი სოციალური საწარმო რამდენ ბენეფიციარს დაეხმარა.

საკითხის გასაანალიზებლად კვლევაში ჩართული ორგანიზაციები სამოქმედო არეალისა და სტატუსის მიხედვით განაწილდა, რის საფუძველზეც 4 ძირითადი ჯგუფი გამოიყო:

- თბილისში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები;
- თბილისში მოქმედი სოციალური საწარმოები;
- რეგიონებში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები;
- რეგიონებში მოქმედი სოციალური საწარმოები.

ზოგადად გამოიკვეთა, რომ კვლევაში ჩართულ ორგანიზაციებს/საწარმოებს მუნიციპალიტეტში არსებული ვითარების შეფასება უჭირთ, მაგრამ საკუთარი საქმიანობის შესახებ შედარებით სრულყოფილ ინფორმაციას გასცემენ. როგორც აღმოჩნდა, აღნიშნულ შეკითხვებს **თბილისში**

მოქმედმა სოციალური სერვისების მიმწოდებელმა **17-მა ორგანიზაციამ** უბასუხა. თუმცა, საყურადღებოა, რომ მუნიციპალიტეტში არსებული მდგომარეობის შეფასება, სოციალური საწარმოს ძირითადი ბენეფიციარებისა და სოციალური მიზნის გათვალისწინებით, მხოლოდ 6-მა შეძლო. დანარჩენი საწარმოების წარმომადგენლებს გაუჭირდათ პასუხის გაცემა ან უარი განაცხადეს. თუმცა, კვლევაში მოექცა თბილისში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ისეთი ორგანიზაციებიც, რომლებიც ინფორმირებულნი არიან - მაგალითად, იძულებით გადაადგილებულ პირთა ასოციაცია „თანხმობა“ მისთვის რელევანტური მოწყვლადი ჯგუფების შესახებ ფლობს დეტალურ სტატისტიკურ ინფორმაციას და აღწერს, რომ ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში მუნიციპალიტეტში 14303 ხანდაზმულს ჰქონდა ცხოვრების პასიური რეჟიმი და თავს ვერ აღწევდა მართობას, უშუალოდ საწარმომ კი 72-ს გაუწია შესაბამისი დახმარება. მეორე მხრივ, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი იმავე ორგანიზაციის ინფორმაციით, მუნიციპალიტეტში ბოლო 4 წლის განმავლობაში 13030 ისეთი იძულებით გადაადგილებული პირი/ოჯახი ფიქსირდებოდა, რომლებიც ახალ გარემოში თავის დამკვიდრებას ვერ ახერხებდა, საწარმო კი 2254-ს დაეხმარა. ძირითადად, იმ ბენეფიციართა რაოდენობა, რომელთაც თბილისში მოქმედი სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია დაეხმარა 120-ის ფარგლებში მერყეობს, თუმცა გამორჩეული საწარმოები არიან ზემოხსენებული „თანხმობა“ და „პირველი ნაბიჯი საქართველო“. ეს უკანასკნელი მიუთითებს, რომ ბოლო 4 წლის განმავლობაში 2000 შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვს გაუწია შესაბამისი დახმარება.

თბილისში მოქმედმა 19-მა სოციალურმა საწარმომ შეაფასა მუნიციპალიტეტსა და ორგანიზაციაში არსებული მდგომარეობა. როგორც აღმოჩნდა, მათგან 8 არ ფლობს მუნიციპალიტეტში არც ერთი მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენელთა რაოდენობის შესახებ ინფორმაციას. მეორე მხრივ, იმ ბენეფიციართა რაოდენობით, რომელთაც სოციალურმა საწარმომ გაუწია დახმარება, შემდეგი ორგანიზაციები გამოირჩევა: ეკომარტი, ეთნოდიზანი, პოტერია, დადარი, ბებიას, ეტლების საწარმო. ამ საწარმოებმა მიუთითეს, რომ რომელიმე სამიზნე ჯგუფის შემთხვევაში მაინც 1000 ბენეფიციარს ან მეტს მოემსახურნენ.

თბილისისგან განსხვავებით, **რეგიონებში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების** ძირითადი ნაწილი ფლობს ინფორმაციას მუნიციპალიტეტში არსებული მდგომარეობისა და სამიზნე ჯგუფის წარმომადგენელთა რაოდენობის შესახებ. თუმცა, უმეტესწილად კვლევაში ჩართული ორგანიზაციები იმ ბენეფიციართა რიცხვს საზღვრავენ, რომელთაც თავად დაეხმარნენ. მითითებული პასუხების მიხედვით გამორჩეულია: ბათუმის განათლების, განვითარების და დასაქმების ცენტრი, ხიდი სოციალური ინკლუზიისთვის, ახალგაზრდა ფსიქოლოგთა და ექიმთა ასოციაცია „ქსენონი“, სამართლებრივი დაცვის ინსტიტუტი. ზემოაღნიშნული ორგანიზაციების ინფორმაციით, ბოლო 4 წლის განმავლობაში რომელიმე სამიზნე ჯგუფის 500 ან მეტ ბენეფიციარს გაუწია დახმარება.

რეგიონებში მოქმედ სოციალურ საწარმოებშიც ზოგადი ტენდენცია შენარჩუნებულია - ორგანიზაციები უფრო ხშირად საწარმოს გამოცდილებას უთითებენ, მუნიციპალიტეტში არსებული მდგომარეობის შეფასება კი უჭირთ.

ანკეტირების შედეგად მოპოვებული მონაცემების საფუძველზე დადგინდა, რომ სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები მეტად არიან მიმართული **შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვების** დახმარებაზე: მათთვის ცოდნის მიცემასა და უნარების დაუფლებაზე, რაც გამოწვევების გამკლავებაში დაეხმარებათ. ამ მხრივ, აღსანიშნავია, რომ შშმ ბავშვების დახმარებაზე ორიენტირებული სოციალური სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაციების მეტი წილი რეგიონებზე მოდის, ვიდრე თბილისზე. თუმცა, ორგანიზაციების საქმიანობის გავლენის შეფასება აჩვენებს, რომ თბილისსა და რეგიონებში იმ შშმ ბავშვების ჯამური რაოდენობა, რომელთაც ბოლო 4 წლის განმავლობაში ასეთ ორგანიზაციათა სერვისით უსარგებლიათ, თითქმის თანაბარია. სერვისის მიმწოდებელი ცალკეული ორგანიზაციების გამოცდილების შედარება აჩვენებს, რომ უფრო აქტიურად თბილისში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები მუშაობენ - ბოლო 4 წლის განმავლობაში ასეთ

ბენეფიციარ/მოსარგებლე ბავშვთა ოდენობა თბილისში 20-2000-ის ფარგლებში მერყეობს (N=7), რაც იმას ნიშნავს, რომ ერთ-ერთი ორგანიზაციის საქმიანობის შედეგად 2000 შშმ ბავშვს გაეწია მომსახურება. ხოლო ცალკეულ რეგიონებში (N=25) ასეთ შშმ ბავშვთა წილი - 2-დან 1200-მდე. ამასთან, აღსანიშნავია, ისიც, რომ თბილისის ფარგლებში მოქმედი სოციალური სერვისის მიმწოდებელი შვიდი ორგანიზაციის მიერ ბოლო 4 წლის განმავლობაში ჯამში 2 242 შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვს მიეწოდა მათი რეაბილიტაციისთვის საჭირო მომსახურება, რომლის საფუძველზეც მათ შეძლეს უფრო მარტივად გამკლავებოდნენ მათ წინაშე არსებულ სხვადასხვა გამოწვევას. რეგიონების შემთხვევაში კი ისეთ შშმ ბავშვთა ჯამური რაოდენობა, რომელთაც ბოლო 4 წლის განმავლობაში ანალოგიური სერვისი მიეწოდათ 2 308-ს უტოლდება.

რაც შეეხება იმ სოციალური საწარმოების საქმიანობის შედეგებს, რომლებიც შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვების დახმარებაზე არიან ფოკუსირებულნი, ანკეტირების ფარგლებში, მუშაობის შედეგები რაოდენობრივად აღწერა თბილისში მოქმედმა მხოლოდ სამმა სოციალურმა საწარმომ (N=3). ამ უკანასკნელთა გამოცდილების მიხედვით, მათი დახმარებით, ბოლო 4 წლის განმავლობაში, ჯამში 185 შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვს გაეწია მომსახურება. რეგიონების შემთხვევაში კი, ისეთ სოციალურ საწარმოთა რაოდენობა, რომლებმაც მიუთითეს იმ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ბავშვების რაოდენობა, რომლებსაც რეაბილიტაციისთვის და აუცილებელი უნარების დასწავლისთვის საჭირო სერვისებს სთავაზობდნენ - არის რვა. მონაცემების ანალიზმა აჩვენა, რომ აღნიშნულმა 8 საწარმომ ჯამში 453 მოსარგებლე შშმ ბავშვს მიაწოდა სერვისი.

შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ზრდასრულ პირთა რაოდენობის განსაზღვრისას წამყვან პოზიციას თბილისში მოქმედი სოციალური საწარმოები იკავებს. 6 საწარმოს შეფასებით, ბოლო 4 წლის განმავლობაში იმ პირთა რაოდენობა, რომლებიც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად უკეთ გაუმკლავდნენ მათ წინაშე არსებულ გამოწვევებს, 4-დან 3000-მდე მერყეობს (N=6), კერძოდ ამ 6 სოციალური საწარმოს მომსახურების მოსარგებლე ზრდასრულ შშმ პირთა ჯამური რაოდენობა 3151 ადამიანს უტოლდება. რეგიონებში მოქმედ სოციალურ საწარმოებში (N=19) კი მაქსიმალურ ოდენობად 500 მოსარგებლე დასახელდა. აღსანიშნავია, რომ ამ ჯგუფთან მომუშავე რეგიონებში მოქმედ საწარმოთა რაოდენობა თბილისში არსებულთა აღემატება.

რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს, თბილისში ოპერირებადი რვა ორგანიზაციის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე იმ ზრდასრულ ბენეფიციართა ჯამური რაოდენობა, რომლებმაც ბოლო 4 წლის განმავლობაში ისარგებლეს სხვადასხვა სერვისით, ჯამში 301-ს უტოლდება. რეგიონებში ფუნქციონირებადი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებიდან კი, აღნიშნული სტატისტიკის დასახელება მხოლოდ თხუთმეტმა ორგანიზაციამ შეძლო. რეგიონების ჯამური მაჩვენებლის გათვალისწინებით, ბოლო 4 წლის ფარგლებში 522 ზრდასრულმა შშმ პირმა ისარგებლა მათი რეაბილიტაციისთვის საჭირო მომსახურებით.

რეგიონებში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების შეფასებით, **ოჯახური კონფლიქტის გამო დაზარალებულ ქალთა რაოდენობა**, რომლებმაც სწორედ საწარმოს მომსახურების შედეგად დააღწიეს თავი ძალადობას და გაძლიერდნენ, 5-დან 54-მდეა (N=5), ასეთ ქალთა საერთო რაოდენობა კი, 114-ია. რაც შეეხება რეგიონებში გაბნეული ისეთი სოციალური საწარმოების რაოდენობას, რომელთაც ამ მიმართულებით მუშაობის გამოცდილება გააჩნიათ და, ამავდროულად, შეძლეს ბენეფიციართა რაოდენობის დასახელება, ჯამში 3-ს უტოლდება.

როგორც აღმოჩნდა, რეგიონებში მოქმედი სოციალური საწარმოები (ბენეფიციართა რაოდენობა: [2-100] (N=5)) და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები (მოსარგებლეთა რაოდენობა: [2-250] (N=7)), თბილისში მოქმედ სოციალურ საწარმოებთან და სერვისის მიმწოდებელ ორგანიზაციებთან შედარებით, უფრო მეტად არიან იმ **ხანდაზმულებზე**

ორიენტირებულნი, რომელთაც საწარმოს მომსახურების შედეგად თავი დააღწიეს მართლობას და გააქტიურდნენ. კერძოდ, რეგიონებში - სოციალური საწარმოების იმ ხანდაზმული ბენეფიციარების რაოდენობა, რომელთაც სოციალური საწარმოს მომსახურებით შეძლეს მართლობისთვის თავის დაღწევა და საზოგადოებაში ინტეგრირება (2018-2021 წწ.) - 216-ს უტოლდება, ხოლო თბილისში 40-ს არ აღემატება. ამავე სამიზნე ჯგუფის გაძლიერებაზე ორიენტირებული სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაციების მომსახურებით/პროგრამებით მოსარგებლე ისეთ ხანდაზმულთა წილი, რომლებზეც პოზიტიური გავლენა თვალსაჩინოა, თბილისში 223-ია, რეგიონებში კი - 359.

სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლებს მეტად აქვთ კანონთან კონფლიქტში მყოფ იმ პირებთან მუშაობის გამოცდილება, რომლებიც საწარმოს მომსახურების შედეგად ჩამოშორდნენ კრიმინალურ წრეს და ჯანსაღ სოციალურ გარემოს დაუბრუნდნენ. თბილისში მსგავს გამოცდილებაზე მიუთითა 3-მა საწარმომ და ბენეფიციართა ოდენობად 2-10 პირი დასახელა (ჯამში კანონთან კონფლიქტში მყოფი 20 ბენეფიციარი), ხოლო რეგიონებში მოქმედმა 4-მა სოციალურმა საწარმომ აღნიშნა, რომ ბოლო 4 წლის განმავლობაში ამ ჯგუფის წარმომადგენელ 4-25 პირს მოემსახურა (ჯამში კანონთან კონფლიქტში მყოფი 44 ბენეფიციარი). სოციალური სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაციების შემთხვევაში, თბილისის დონეზე მხოლოდ ერთმა ორგანიზაციამ აღნიშნა, რომ ბოლო 4 წლის განმავლობაში კანონთან კონფლიქტში მყოფ 104 პირს გაუწია რეინტეგრაციისკენ და რესოციალიზაციისკენ მიმართული მომსახურება.

ანკეტის შედეგებით იკვეთება, რომ **სოციალურად დაუცველი პირებისა და ოჯახების გაძლიერებაზე** მუშაობა მეტად დამახასიათებელი რეგიონში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისთვისაა. 8 ორგანიზაციის შეფასებით, იმ პირთა/ოჯახთა ოდენობა, რომელთაც მოემსახურნენ და დაეხმარნენ სიღარიბისთვის მეტ-ნაკლებად თავის დაღწევაში, 3-200 შუალედში მერყეობს (ჯამში 366 სოციალურად დაუცველი პირი/ოჯახი). თბილისში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შემთხვევაში კი - 70-დან 100-მდეა (N=3) (ჯამში 140 სოციალურად დაუცველი პირი/ოჯახი). რაც შეეხება სოციალურ საწარმოებს, მათგან მხოლოდ თექვსმეტმა შეძლო დაესახელებინა, თუ რამდენ სოციალურად დაუცველ პირს/ოჯახს გაუწია მხარდაჭერი სერვისი ბოლო 4 წლის განმავლობაში. ამ საწარმოებიდან 3 თბილისში ოპერირებს, 13 კი რეგიონებშია გადანაწილებული. დედაქალაქში მოქმედი საწარმოების (N=3) ბენეფიციართა ჯამურმა რაოდენობამ 32 შეადგინა, ხოლო ქვეყნის სხვა ლოკაციებში ფუნქციონირებადი სოციალური საწარმოების (N=13) სერვისებით მოსარგებლეთა რაოდენობა ჯამში 192-ს უტოლდება.

როგორც აღმოჩნდა, თბილისსა და რეგიონებში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა გამოცდილება თითქმის მსგავსია **იძულებით გადაადგილებული პირებისთვის** შესაბამისი მომსახურების თვალსაზრისით. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შეფასებით, ბოლო 4 წლის განმავლობაში იძულებით გადაადგილებულ პირთა/ოჯახთა რაოდენობა, რომლებსაც მომსახურების შედეგად ახალ გარემოში თავის დამკვიდრება გაუადვილდათ, თბილისში 5-2254-ს შორის მერყეობს (ჯამში 2292 პირი/ოჯახი) , ხოლო რეგიონებში 10-2000-ს შორის ვარიირებს (საერთო რაოდენობა 2510-ს უტოლდება). კონკრეტული მონაცემები თბილისსა და რეგიონებში მოქმედმა თანაბარი ოდენობის ორგანიზაციამ მიუთითა (N=4). რაც შეეხება სოციალურ საწარმოებს, მათ მიერ მომსახურება გაწეული იძულებით გადაადგილებული პირების/ოჯახის რაოდენობა ბევრად ნაკლებია. კერძოდ, თბილისსა და რეგიონებში ჯამში 78-ს შეადგენს.

ახალგაზრდების გააქტიურებასა და ახალი სოციალური ფუნქციების შექმნაზე თბილისის ჯგუფებთან შედარებით უფრო მეტად მიმართული რეგიონებში მოქმედი სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები აღმოჩნდა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელმა 8 ორგანიზაციამ მიუთითა, რომ ბოლო 4 წლის განმავლობაში ამ ახალგაზრდათა რაოდენობა 9-4000 შუალედში ექცევა, ხოლო 17-მა სოციალურმა საწარმომ 8-

დან 2000-მდე დაასახელა. ამასთან, რეგიონებში სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების საქმიანობის შედეგად ბოლო 4 წლის განმავლობაში გაძლიერებული ახალგაზრდების ჯამური რაოდენობა 4118-ია. სოციალური საწარმოების შემთხვევაში რეგიონებში იმავე სამიზნე ჯგუფის წარმომადგენელ ბენეფიციართა საერთო რაოდენობა 4 103-ია, ხოლო თბილისში - 1651.

მზრუნველობამოკლებულ ბავშვთა დაცვასა და მათი ფიზიკური და ფსიქიკური განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი პირობების შექმნაზე, როგორც თბილისში, ასევე, რეგიონებში, სოციალური სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაციები უფრო მეტად არიან ორიენტირებულნი, ვიდრე სოციალური საწარმოები. ამას ადასტურებს ანკეტირების შედეგად მიღებული ნედლი მონაცემები: რეგიონებში, ბოლო 4 წლის განმავლობაში, ხუთმა ორგანიზაციამ მზრუნველობამოკლებულ 156 ბავშვს მიაწოდა მათთვის მნიშვნელოვანი/აუცილებელი სერვისი, ხოლო თბილისში ოთხმა ორგანიზაციამ - 110 ბავშვს. იმავე მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენელი 115 ბავშვის მომსახურებაზე მიუთითა ჯამში ორმა სოციალურმა საწარმომ (თბილისი - N=1; რეგიონი - N=1;).

ხანგრძლივად უმუშევარ პირთათვის ბიზნესის დაგეგმვასთან დაკავშირებით საჭირო ცოდნისა და უნარების გაუმჯობესებისკენ მიმართული სერვისების მიწოდების თვალსაზრისით რეგიონებში მოქმედი სოციალური სერვისის მიმწოდებელი ორგანიზაციები გამოირჩევა. კერძოდ, 2018-2021 წწ. პერიოდში 2 ორგანიზაციამ მომსახურება გაუწია ჯამში ხანგრძლივად უმუშევარ 1012 პირს. სოციალური საწარმოების შემთხვევაში კი, თბილისსა (12 მოსარგებლე) და რეგიონებში (72 მოსარგებლე) ჯამში ოთხმა საწარმომ აღნიშნა, რომ მხოლოდ 84 პირმა შეძლო დასახელებული სერვისით სარგებლობა. მიუხედავად იმისა, რომ რეგიონებში მოქმედმა უფრო მეტმა სოციალურმა საწარმომ (N=21, ჯამში 481 ბენეფიციარი) თუ სოციალური სერვისების მიმწოდებელმა ორგანიზაციამ (N=11, ჯამში 588 ბენეფიციარი) განსაზღვრა **იმ პირთა რაოდენობა, რომელთაც მომსახურების შედეგად პროფესიული განათლება მიიღეს**, ბოლო 4 წლის განმავლობაში ბენეფიციართა მაქსიმალური ჯამური ოდენობით მთავარ ადგილს მაინც თბილისში მოქმედი სოციალური საწარმოები (N=5) იკავებს. ამ უკანასკნელთა შემთხვევაში ისეთ პირთა რაოდენობა, რომლებმაც გაწეული მომსახურების შედეგად პროფესიული განათლება მიიღეს 20-2500-მდე მერყეობს. მოსარგებლეთა რიცხვი ჯამში 2685-ს უტოლდება. რაც შეეხება თბილისში ფუნქციონირებად სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს, პროფესიული განათლების სფეროში, ბოლო 4 წლის განმავლობაში, მათი სერვისებით მოსარგებლე პირთა რაოდენობა ჯამში 157-ს არ აღემატება.

რეგიონებში მოქმედი სოციალური სერვისების მიმწოდებელი 7 ორგანიზაციის შეფასებით, ჯანმრთელობის პრობლემების მქონე პირთა რაოდენობა, რომელთაც ჯანდაცვის სერვისები მიიღეს და, შედეგად, ჯანმრთელობის მდგომარეობა გაუმჯობესდათ, ბოლო 4 წლის განმავლობაში 22-3500-ის შუალედში მერყეობს (ჯამში 4242 ბენეფიციარი), მაშინ, როდესაც თბილისში ფუნქციონირებადი სერვისის მიმწოდებელი 6 ორგანიზაციის ბენეფიციართა ჯამური მაჩვენებელი 2018-2021 წლებში 293-ს უტოლდება. სოციალური საწარმოების შემთხვევაშიც, რეგიონებში ისეთ ბენეფიციართა საერთო რაოდენობა, რომელთაც ჯანდაცვის სერვისების მიღების შემდეგ ჯანმრთელობის მდგომარეობა გაუმჯობესდათ, უფრო მაღალია (660 ბენეფიციარი), ვიდრე თბილისში (100 ბენეფიციარი).

სოციალური საწარმოებისთვის, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებთან შედარებით პრიორიტეტულია **ტრადიციული რეწვის/ხელოსნობის სფეროს ხელშეწყობა**. თბილისში მოქმედი 5 სოციალური საწარმოს შეფასებით, ბოლო 4 წლის განმავლობაში მათი მომსახურების შედეგად ამ სფეროში წარმოებული პროდუქციის ოდენობა 175-10000 შუალედში მერყეობს (ჯამში 28 175 ცალი წარმოებული პროდუქტი/ნაკეთობა), ხოლო რეგიონებში მოქმედი 7 სოციალური საწარმოს შეფასებით 30-დან 5000-მდეა (ჯამში 15 030 ცალი წარმოებული პროდუქტი/ნაკეთობა) (იხ. ცხრილი #11).

ცხრილი 11: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შედეგების სტატისტიკა

	ბოლო 4 წლის განმავლობაში (2018-2021 წწ.)	თბილისი		რეგიონები	
		სოციალური სტრუქტურის მიმწოდებელი ორგანიზაციები	სოციალური საწარმოები	სოციალური სტრუქტურის მიმწოდებელი ორგანიზაციები	სოციალური საწარმოები
1	იმ შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვების რაოდენობა, რომლებიც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად უკეთ გაუმკლავდნენ მათ წინაშე არსებულ გამოწვევებს	[20-2000] (N=7)	[5-12] (N=3)	[2-1200] (N=25)	[1-200] (N=8)
2	იმ შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ზრდასრული პირების რაოდენობა, რომლებიც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად უკეთ გაუმკლავდნენ მათ წინაშე არსებულ გამოწვევებს	[18-75] (N=6)	[4-3000] (N=6)	[4-200] (N=14)	[1-500] (N=18)
3	ოჯახური კონფლიქტების გამო დაზარალებული იმ ქალების რაოდენობა, რომლებმაც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად თავი დააღწიეს ძალადობას და გაძლიერდნენ	-	-	[5-54] (N=5)	[1-3] (N=3)
4	იმ ხანდაზმულების რაოდენობა, რომლებმაც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად თავი დააღწიეს მარტოობას და გააქტიურდნენ	[9-80] (N=5)	20 (N=2)	[2-250] (N=7)	[2-100] (N=5)
5	კანონთან კონფლიქტში მყოფი იმ პირების რაოდენობა, რომლებმაც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად შეძლეს ჩამოშორებოდნენ კრიმინალურ წრეს და ადაპტირდნენ ჯანსაღ სოციალურ გარემოსთან	104 (N=1)	[2-10] (N=3)	5 (N=1)	[4-25] (N=4)
6	სოციალურად დაუცველი იმ პირების/ოჯახების რაოდენობა, რომლებმაც თქვენი სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად მეტ-ნაკლებად დააღწიეს თავი სიღარიბეს	[70-100] (N=3)	[7-15] (N=3)	[3-200] (N=8)	[2-50] (N=13)
7	იძულებით გადაადგილებული ისეთი პირების/ოჯახების რაოდენობა, რომლებმაც თქვენი სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად მოახერხეს ახალ გარემოში თავის დამკვიდრება	[5-2254] (N=4)	5 (N=1)	[10-2000] (N=4)	[2-25] (N=7)
8	ისეთი ახალგაზრდების რაოდენობა, რომლებიც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად გააქტიურდნენ და შეიძინეს ახალი სოციალური ფუნქციები (მაგ.: ზრუნვა მოწყვლად ჯგუფებზე,	[5-30] (N=3)	[2-1500] (N=7)	[9-4000] (N=8)	[8-2000] (N=17)

	ბოლო 4 წლის განმავლობაში (2018-2021 წწ.)	თბილისი		რეგიონები	
		სოციალური სერვისების მიწოდებით ორგანიზაციები	სოციალური საწარმოები	სოციალური სერვისების მიწოდებით ორგანიზაციები	სოციალური საწარმოები
	გარემოსდაცვით აქტივობებში მონაწილეობა და სხვ.)				
9	მზრუნველობამოკლებული ისეთი ბავშვების რაოდენობა, რომლებიც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად მათი ფიზიკური და ფსიქიკური განვითარებისთვის უკეთეს პირობებში აღმოჩნდნენ	[20-120] (N=4)	100 (N=1)	[7-120] (N=5)	15 (N=1)
10	ხანგრძლივად უმუშევარ პირთა შორის ისეთთა რაოდენობა, რომელთა ცოდნა და უნარები ბიზნესის დაგეგმვის საკითხებზე სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად გაუმჯობესდა		2; 10 (N=2)	12; 1000 (N=2)	[4-50] (N=4)
11	ისეთ პირთა რაოდენობა, რომლებმაც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად შეძლეს პროფესიული განათლების მიღება	[12-65] (N=4)	[1-2500] (N=6)	[3-500] (N=11)	[1-100] (N=21)
12	სოციალური საწარმოს საქმიანობის შედეგად გადამუშავებული/ხელახლა გამოყენებული ნარჩენების მოცულობა		[40-500] (N=3)		1; 2 (N=2)
13	ჯანმრთელობის პრობლემების მქონე ისეთ პირთა რაოდენობა, რომლებმაც სოციალური საწარმოს მომსახურების შედეგად მიიღეს ჯანდაცვის სერვისები და გაუმჯობესდათ ჯანმრთელობის მდგომარეობა	[12-103] (N=6)	100 (N=1)	[22-3500] (N=7)	60; 600 (N=2)
14	სოციალური საწარმოს მომსახურების/ხელშეწყობის შედეგად ტრადიციული რეწვის/ხელოსნობის სფეროში წარმოებული პროდუქციის რაოდენობა		[175-10000] (N=5)	30 (N=1)	[30-5000] (N=7)
15	ტრადიციული რეწვის ოსტატების/ხელოსნების შემოსავლები, რომლებმაც მათ მიერ წარმოებული პროდუქტისა და მომსახურების გასაღება სოციალური საწარმოს ხელშეწყობით შეძლეს		[20-36000] (N=4)	150 (N=1)	[250-24000] (N=5)

2.5.2. სოციალურ სწავრობა/სოციალური სერვისების მიწოდება ორგანიზაციათა საქმიანობის დადებითი შედეგები

საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა შეფასებით, მიუხედავად იმისა, რომ სოციალურ სწავრობა და სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციათა უმრავლესობა ახალია, გარკვეულ დადებით შედეგებზე საუბარი მაინც შესაძლებელია. მაგ.: სოციალური მიზნის მქონე სწავრობა დაარსებამდე საქართველოში მენტალური შეზღუდვის მქონე პირთა დასაქმების შემთხვევა არ არსებობდა. სოციალური მეწარმეობა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ზოგადად შშმ პირთა დასაქმების ხელშეწყობის თვალსაზრისით. სოციალურ სწავრობებსა და სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციებს მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ საზოგადოებისგან გარიყული ჯგუფების წარმომადგენელთა (ყოფილი მსჯავრდებულები და კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირები) სოციალურ ინტეგრაციაში.

„ყოფილი მსჯავრდებულების დასაქმების ხელშეწყობას რომ შევხებით, თავდაპირველად დამოკიდებულებები ცალსახად უარყოფითი იყო, „ათასი დასასაქმებელი არის და თქვენ რაღა ამათზე ბრუნავთ“; - დაახლოებით ასეთ ტექსტებს ვისმენდით“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

დადებით მხარეზე საუბრისას ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა აღნიშნეს შემდეგი საკითხები: ტრადიციული რეწვის სფეროში არსებული დარგების განვითარება, ახალგაზრდების გააქტიურება და საზოგადოებისთვის სასიკეთო საქმეებში მათი ჩართულობის გაზრდა. მათ მნიშვნელოვნად მიაჩნიათ მოწყვლად ჯგუფთა წარმომადგენლებისთვის ყოველდღიური შესაძლებლობის გაფართოებაც, მათ სოციალიზაციასა და საზოგადოებაში ინტეგრაციაზე ბრუნვაც. კერძოდ, სოციალურ სწავრობა დიდი ნაწილი ცდილობს, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები, ხანდაზმულები, მარტოხელა ან/და მრავალშვილიანი დედები, ძალადობის მსხვერპლი ქალები, კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირები და სხვები საკუთარი საქმიანობის ფარგლებში დაასაქმოს, სხვადასხვა უნარ-ჩვევა გამოუმუშაოს, პროფესიები შეასწავლოს და ა. შ.; ცდილობენ, გაზარდონ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა დამოუკიდებლობის ხარისხი და გახადონ ისინი უფრო თავდაჯერებული.

„ვცდილობთ, რომ ჩვენი ბენეფიციარები, იქ, ვინც არიან მოსარგებლები, ისინი გავაძლიეროთ და დავასაქმოთ. მათი დამოუკიდებელი ცხოვრების ხარისხი გავზარდოთ“ (დასაქმებული, სოციალური სწავრობა „თოლისკური“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე პირებმა (ბენეფიციარებმა/ მომხმარებლებმა/ დასაქმებულებმა) იმაზეც ისაუბრეს, თუ როგორ ზემოქმედებს სოციალური სწავრობის საქმიანობა მათზე, კერძოდ, მათ სოციალურ/ეკონომიკურ/კულტურულ/ემოციურ ცხოვრებაზე. ჩატარებული დისკუსიების საფუძველზე მიღებული ინფორმაციის თანახმად, სოციალურ სწავრობებში დასაქმებული პირები უფრო მეტად ჩაერთნენ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, შეიძინეს ახალი უნარ-ჩვევები, გაუჩნდათ შემოსავლის მეტ-ნაკლებად სტაბილური წყარო, სხვადასხვა სტერეოტიპი და კომპლექსი გადალახეს. ისინი აცხადებენ, რომ სოციალურ სწავრობებში შექმნილი ინკლუზიური გარემო მნიშვნელოვნად ცვლის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა მიმართ დამოკიდებულებას. კერძოდ, ყოველდღიური კომუნიკაციის საფუძველზე მიიღეს მეტი ინფორმაცია მათი საჭიროებებისა და პრობლემების შესახებ და ისწავლეს მათთან ერთად მუშაობა. აქვე აღნიშნავენ, რომ მაქსიმალურად უწყობენ ხელს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა განვითარებასა და მათთვის ახალი უნარ-ჩვევების გამოუმუშავებას. გარდა ამისა, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე შშმ პირები აცხადებენ, რომ სოციალური კაფეების შექმნამ ხელი შეუწყო მათი და სხვა შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანთა საჯარო სივრცეში გასვლასა და სოციალიზაციას. შშმ

პირები მსგავს დაწესებულებებს იყენებენ როგორც განტვირთვის, ისე - საქმიანი შეხვედრებისთვის.

„ჩემს შემთხვევაში, მაგალითად, რაც სოციალურ საწარმოში ვარ დასაქმებული, მეცს შეხება შშმ პირებთან. დავიწყე მათთან კომუნიკაცია და ურთიერთობა. აქამდე გამოცდილება არ მექონდა. ვისწავლე მათთან ურთიერთობა, ამ კუთხით შეიცვალა ნამდვილად“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცე“).

რესპონდენტები აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოები ხელს უწყობს საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფების რეინტეგრაციასა და რესოციალიზაციას; უძობესდება მათი ფსიქოემოციური მდგომარეობაც, ვინაიდან ირგებენ ახალ როლს, რომელიც ცალსახად მნიშვნელოვნად ზრდის მოტივაციას - იყვნენ უფრო აქტიურნი და აკეთონ საზოგადოებისთვის სასიკეთო საქმე. სოციალური საწარმო „რედოს“ მომხმარებელი აცხადებს, რომ ის ხელს უწყობს კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირების დასაქმებას. ეს კი დადებითად აისახება ამ ადამიანების სამომავლო გადაწყვეტილებაზე და, გარკვეულწილად, დანაშაულის განმეორებით ჩადენის რისკსაც ამცირებს.

„ძალიან მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს როგორც ფსიქოემოციურ მდგომარეობაზე, მათ ყოველდღიურ ცხოვრებაზე. გარკვეული მოტივატორია და, რა ვიცი, მასტიმულირებელია ცხოვრებაში, როდესაც ასაქმებ ისეთ ადამიანს და ზრუნავ. ხელი შეუწყო განვითარებაში, რეინტეგრაციაში და, რა ვიცი, მორალურად ძალები მოუკრიბო ესეთ ადამიანს, ძალიან მნიშვნელოვანია“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „რედო“).

სოციალური საწარმოს გავლენის შეფასებისას რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ მათი სამუშაო რეჟიმი გარკვეულწილად მათი ცხოვრების წესზეა მორგებული. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული ქალები აქვე დასძენენ, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობა მათი განტვირთვის ერთგვარი მექანიზმია, ვინაიდან ასრულებენ საქმიანობებს, რომლებსაც ადრე ვერ აკეთებდნენ. დასაქმების შემდეგ ისინი უფრო მეტად თავდაჯერებული გახდნენ. აღნიშნავენ იმასაც, რომ ხელი შეეწყო მათ პროფესიულ განვითარებას, ახალი უნარების ათვისებასა და შეძენილი ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენებას.

„სოფლად ვცხოვრობთ ჩვენ, ეს საწარმო ბევრი ქალისთვის, განსაკუთრებით ჩემთვის, არის ერთ-ერთი საშუალება, იყო საზოგადოებაში, სხვადასხვა პროექტში ჩართული და აქტიური იყო“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

ზემოთქმულთან ერთად, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობით მიეცათ შესაძლებლობა, სრულფასოვნად დაკავებულიყვნენ საყვარელი საქმიანობით. მათ უკვე შეუძლიათ, მიღებული ცოდნა და გამოცდილება სხვა ადამიანებსაც გაუზიარონ. რამდენიმე რესპონდენტი აცხადებს, რომ სოციალურმა საწარმომ საკუთარი ინტელექტუალური შესაძლებლობების აღმოჩენის საშუალება მისცა.

„ესე მძაფრად ვერ აღვიქვამდი იმას, რაც, ვთქვათ, რატაში შევიგრძენი „ედენას“ დახმარებით და არა მარტო მე, არამედ სხვა 15 ქალბატონმა. ისინი ამბობდნენ, რომ არანაირი ხატვის ნიჭი არ ჰქონდათ, არანაირი ხელსაქმე არ ეხერხებოდათ, მაგრამ გაბედეს და მივიდნენ „ედენაში“ და მართლა არა მარტო ეს 15 ქალბატონი არამედ ეს 80 ბენეფიციარი სრულიად უსასყიდლოდ გადაამზადა „ედენამ“ და ეს 15 დაასაქმა და მათ გაუჩნდათ მუდმივი შემოსავალი ამ „ედენას“ დახმარებით და ძალიან ბევრს ნიშნავს ეს, რომ ამ

პატარა რევიონში 80 ბენეფიციარს და არა მარტო 80 ბენეფიციარს რომ მოიცავ“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ედენა“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრების მონაწილეებმა აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობის შემდეგ მათი ფსიქოემოციური მდგომარეობა მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა. ამაზე ყურადღებას ამახვილებენ განსაკუთრებით ის რესპონდენტები, რომლებმაც სხვადასხვა ხელსაქმე შეისწავლეს. ისინი კონკრეტულ საქმიანობას ახასიათებენ, როგორც „ანტიდეპრესანტს“ და სტიმულის მიმცემს. მათ მნიშვნელოვან ფაქტად მიაჩნიათ ისიც, რომ მათი და სხვა მომხმარებელთა ფსიქოემოციური მდგომარეობის გაუმჯობესება დადებითად აისახება ჯანმრთელობის მდგომარეობაზეც.

„ძალიან კარგი სტიმული მოგვცა, შანსი მოგვცა წარმატებისთვის, წინსვლისთვის, ძალა მოგვცა იმისთვის, რომ ეს ყველაფერი გავგვეკეთებინა. სოფელში ყველა აკეთებს და ამუშავებს, მაგრამ ვატანის შანსი არ იყო, ვაყიდვის შანსი არ იყო“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ეთნოდიზანი“).

გარემოს დაცვაში მომუშავე სოციალურ საწარმოთა თანამშრომლები და ბენეფიციარები აღნიშნავენ, რომ მათ მნიშვნელოვანი ცოდნა და გამოცდილება მიიღეს იმასთან დაკავშირებით, თუ რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას საცხოვრებელი გარემოს დაბინძურების რისკის შესამცირებლად. რესპონდენტები აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოს საქმიანობითა და ჩატარებული ტრენინგების საფუძველზე ისინი უფრო მეტად ინფორმირებული გახდნენ და ახლა უკვე ცხადად აქვთ წარმოდგენილი, თუ რა ზიანი შეიძლება მოუტანოს გარემოს სხვადასხვა ნარჩენი მასალითა თუ პროდუქტით დანაგვიანებამ. აქვე საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ რესპონდენტები ნარჩენების მართვასთან დაკავშირებით მიღებულ ცოდნას მათ გარშემო მყოფ ადამიანებსაც უზიარებენ, რაც სამოქალაქო ცნობიერების ამაღლებას უწყობს ხელს. მათ ისიც აღნიშნეს, რომ სხვადასხვა ნივთის დასამზადებლად მეორეული მასალების გადამამუშავება და ხელახალი გამოყენება დაიწყეს, რაც საწარმოსთან თანამშრომლობამდე მათთვის წარმოუდგენელი იყო.

„ჩემს მეგობრებს ვუხსნი, რა მნიშვნელობა აქვს სოციალურ საწარმოს იმიტომ, რომ, როდესაც ნარჩენები რჩება ქსოვილისგან, მისგან კიდევ ახალ რაღაცას ქმნი და ის, რომ ნავაგში არ მიდის, რამხელა დატვირთვა და რამხელა მნიშვნელობა აქვს. ჩემმა მეგობრებმაც არ იცოდნენ ამის შესახებ და მათაც ძალიან გაუხარდათ და გაუკვირდათ. თურმე ქსოვილით დანაგვიანებას რამხელა საფრთხე მოაქვს გარემოსთვის და, შესაბამისად, ცნობიერებაც ამომალღდა ამ კუთხით“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „7R“).

„წარმოდგენა არ მეონდა აქამდე, რომ მეორადი საბურავებით ამდენი რამის გაკეთება იყო შესაძლებელი და ყოველი დღე ეს ჩემთვის მართლა აღმოჩენა არის, რამდენი რაღაცა შეგვიძლია გავაკეთოთ“ (დასაქმებული, მეორეული საბურავების გადამამუშავებელი სოციალური მიზნის მექონე ბიზნესკომპანია „TRC“).

ზემოთ განხილული საკითხების გარდა, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეთა უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობამ დადებითად იმოქმედა მათი ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებაზე, რადგან მეტ-ნაკლებად სტაბილური შემოსავლის წყარო გაუჩნდათ. ერთ-ერთმა რესპონდენტმა ისიც აღნიშნა, რომ სოციალურ საწარმოში დასაქმებამდე საზღვარგარეთ უწყევდა სამუშაოდ გამგზავრება. ამჟამად კი ამის საჭიროება აღარ აქვს. ამის საპირისპიროდ, ნაწილი აცხადებს, რომ ამ თვალსაზრისით

მათი მდგომარეობა საგრძნობლად არ შეცვლილა, თუმცა სოციალურ საწარმოში მუშაობა მათთვის მაინც მნიშვნელოვანია სოციალური საწარმოს სოციალური მიზნისგან გამომდინარე.

„ვერ ვიტყვი და ვერ მოვიტყუები, რომ ეკონომიკური თვალსაზრისით გადაწყვეტი მნიშვნელობა აქვს „მწვანე საჩუქარს“ ჩემთვის“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე დასაქმებულებიც და სხვა მოსარგებლებიც ერთხმად აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოები მნიშვნელოვნად მოქმედებენ მათ სოციალიზაციაზე. ისინი ახალ სოციალურ გარემოში გაერთიანდნენ, გააქტიურდნენ და საკუთარ თავში ახალი შესაძლებლობისა და რესურსის აღმოჩენა დაიწყეს. გაფართოვდა მათი სანაცნობო წრეც. გარდა იმისა, რომ სოციალური საწარმოსგან თავად იღებდნენ გარკვეულ დახმარებას (დასაქმების ხელშეწყობისა თუ სხვადასხვა სერვისით სარგებლობის თვალსაზრისით), თავადაც დაიწყეს მოწყვლად ჯგუფთა ცხოვრების გაუმჯობესებაზე ზრუნვა.

„დიდი შესაძლებლობა მომცა სოციუმში, ძალიან საინტერესო კონტაქტები შემძინა, საინტერესო გამოცდილებები, ახალი სტილები მექვს. ამასთანავე, ჩემთვის აღმოჩენა იყო ის, რომ ჩემთვის რამდენად საინტერესოა ხანდაზმულ ადამიანებთან მუშაობა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

„პენსიონერებისთვის მთავარი იყო გარეთ გამოვდიოდი, ურთიერთობები ჩამოვაცალიბეთ, ძალიან დავმეგობრდი. მთავარი ის კი არ არის, რომ გავყიდოთ, არამედ დავგანახა, რომ არაფერი არ არის გვიან და 70 და 75 წლის ასაკშიც რაღაცის სწავლა შევძელით“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

რესპონდენტებმა საკუთარ გამოცდილებაზე საუბრის გარდა, შეაფასეს კიდევ სოციალური საწარმოს როლი ზოგადად მოწყვლად ჯგუფთა სოციალიზაციის პროცესში. კერძოდ, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი აცხადებენ, რომ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა ზოგადად მოწყვლადი ჯგუფების გააქტიურებაზეა მიმართული, იქნებიან ესენი შშმ და ხანგრძლივად დაუსაქმებელი პირები, პენსიონერები, ყოფილი მსჯავრდებულები თუ სხვა. სოციალური მიზნის მქონე რამდენიმე ორგანიზაციის მიერ დაგეგმილი პროექტები და აქტივობები ცალსახად ითვალისწინებდა შშმ პირთა საჭიროებებს ამას ადასტურებს ის ფაქტი, რომ სოციალურ საწარმოში „თავისუფალი სივრცე“ რამდენიმე წელია აქტიურად მიმდინარეობს უესტური ენის შემსწავლელი კურსები.

„კურსები ეხმარება არა მხოლოდ ადამიანებს, რომლებსაც არ სჭირდებათ და უბრალოდ მათი ინტერესიდან გამომდინარე სწავლობენ, არამედ ეხმარება თვითონ საჭიროების მქონე ადამიანებს, რომ მათ გაუმარტივდეთ საზოგადოებასთან კომუნიკაცია და აქედან გამომდინარე, რაც უფრო კომუნიკაციის წყაროებს, ასე ვთქვათ, სწავლობენ, მით უფრო უმარტივდებათ შემდგომში გარემოსთან ადაპტირება“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცე“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრების მონაწილეები (რომლებიც ოჯახის სხვა წევრებისგან მოშორებით ცხოვრობენ) აღნიშნავენ, რომ მათთვის სოციალური საწარმო ახალი ადამიანების გაცნობის, ახალი მეგობრების შეძენის სივრცე გახდა. რესპონდენტები სოციალურ საწარმოში არსებულ გარემოს ოჯახთან აიგივებენ და მას ადარებენ. ახალგაზრდა ბენეფიციარები იმასაც აღნიშნავენ, რომ სარგებლობდნენ შემდეგი სხვადასხვა მომსახურებით: საბაფხულო და ზამთრის ბანაკები, სხვადასხვა თემაზე დისკუსიის მიზნით ჩატარებული შეხვედრები და სხვ. ეს კი საზოგადოებაში ინტეგრაციის ცალსახად ერთ-ერთი მთავარი მექანიზმია.

„ჩემთვის მარტო განათლებაზე არ უმოქმედია. ბევრ რამეს აკეთებდა სოციალური საწარმო. პროექტებს აწყობდა, ბანაკებში უშვებდა ბავშვებს. მე, პირადად, ძალიან ბევრი ადამიანი გამაცნო, კომუნიკაციის საშუალება იყო ძალიან დიდი“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

სოციალური საწარმოს გავლენის შეფასებისას რესპონდენტებმა ისაუბრეს იმაზე, სოციალური საწარმო როგორ ამზადებს მათ ადგილობრივი შრომის ბაზრისთვის; საწარმოდან წამოსვლის შემთხვევაში შეძლებენ თუ არა სხვაგან დასაქმებას.

სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირებთან ჩატარებული ფოკუს-ჯგუფების საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური საწარმო მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს მოსარგებლებს პროფესიული უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში, რომლებიც სხვა სამსახურში მათი დასაქმებისთვის იქნება საჭირო. რესპონდენტები აცხადებენ, რომ მათთვის ჩატარებული ტრენინგებისა და ლექციების საფუძველზე საგრძნობლად გაიზარდა მათი პროფესიონალიზმი, სხვადასხვა მიმართულებით მიიღეს თეორიული და პრაქტიკული ცოდნა. ზოგიერთებმა ისიც აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოში მიღებული ცოდნის საფუძველზე უკვე შეძლეს სხვა სამსახურის პოვნა და პარალელურად დასაქმება.

„უკვე ვიპოვე პარალელურად სკოლაში STEM-ის მიმართულებით. ვასწავლი ბავშვებს. ეს პროექტი დამეხმარა, რომ მესწავლა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „გავაძლიეროთ სოფლად ახალგაზრდები“).

სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ რესპონდენტთა ნაწილი აცხადებს, სოციალური საწარმოდან წამოსვლის შემთხვევაში ხელახლა დასაქმება მხოლოდ იმ მიზეზით გაუჭირდება, რომ მათ რაიონში ანალოგიური საწარმო არ არსებობს. აქვე დასძენენ, რომ შეუძლიათ, გახდნენ თვითდასაქმებული და ამ სფეროში დამოუკიდებლად განაგრძონ საქმიანობა. რესპონდენტები სოციალურ საწარმოში მიღებული ცოდნისა და გამოცდილების სპეციფიკურობაზეც მიუთითებენ. სწორედ ამიტომ ფიქრობენ, რომ მათ სხვა სფეროში დასაქმების შესაძლებლობა ნაკლებად აქვთ. დისკუსიის საფუძველზე მიღებული ინფორმაციის თანახმად, რამდენიმე რესპონდენტს შეუძლია, მიღებული ცოდნა დისტანციური სამსახურის შესრულებაშიც კი გამოიყენოს.

„რომ ვთქვა, ასეთი სამსახური სხვაგან შემოიძლია ვიპოვო ჩვენს ქალაქში, რომ ანალოგიური იყოს და მე ეს ცოდნა გამოვიყენო, ასე არა, მაგრამ ჩემი თავისთვის მე თვითონაც შემოიძლია გავაკეთო რაღაცეები. თვითდასაქმებას მაინც მივყო ხელი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცე“).

სოციალურ საწარმოში დასაქმებულები აფასებენ შშმ პირთა მზაობასაც სხვა სამსახურში გადასვლის თვალსაზრისით. ისინი აცხადებენ, რომ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებს სოციალურ საწარმოებში მათი შესაძლებლობების მიხედვით ურჩევენ საქმეს. ამასთანავე, შრომა არის დანაწილებული იმგვარად, რომ ერთ კონკრეტულ საქმეს რამდენიმე შშმ პირი ასრულებს. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ სოციალურ საწარმოში დასაქმებულ შშმ პირთა ნაწილს შესაძლებლობებიდან გამომდინარე ნაკლებად აქვს სხვა სამსახურში დასაქმების საშუალება. თუმცა არ გამოირიცხავენ იმასაც, რომ გარკვეული პერიოდის შემდეგ მათაც თავისუფლად შეძლონ იმავე ტიპის საქმიანობის გაგრძელება და დასაქმება სხვა საწარმოში, რომელშიც მათზე მორგებული გარემო იქნება.

„ერთი საქმე კეთდება პატარ-პატარა ოპერაციებით, სადაც ერთს მეორესთან ბმა აუცილებლად უნდა ქონდეს. [...] ამ ადამიანებს წლების გამოცდილებით აქვთ უნარები გამომუშავებული. თუმცა, ვერ გეტყვით, რომ დამოუკიდებლად სრულად შეძლებენ საქმის ბოლომდე გაკეთებას. თუმცა მზაობა შეიძლება მალე ქონდეთ და შესაძლებლობა იმისა, რომ სხვა საწარმოში გააგრძელონ“

ამ ადამიანებმა მუშაობა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თემი ქედელი“).

სოციალურ საწარმოთა მოსარგებლები აღნიშნავენ, რომ მათ მიღებული ცოდნისა და გამოცდილების საფუძველზე თავად შეუძლიათ სოციალური მეწარმეობის ან სხვა ტიპის მცირე ბიზნესის წამოწყება ისევე, როგორც სხვა საწარმოში დასაქმება. ბენეფიციართა ნაწილი აღნიშნავს, რომ დასაქმების შესაძლებლობა ერთმნიშვნელოვნად გაიზარდა, ვინაიდან პროფესიულად გადასამზადებელი კურსების წარმატებით დასრულების დამადასტურებელი სერტიფიკატებიც აქვთ და მიღებულ ცოდნასთან ერთად საზოგადოებასთან კომუნიკაციის უნარები გამოუმუშავდათ. მათი აზრით, ეს მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ახალ დამსაქმებელ ორგანიზაციასთან სწორი და წარმატებული საქმიანი ურთიერთობის ჩამოყალიბებას.

„რა თქმა უნდა, შემიძლია ჩემი რაღაც გავხსნა, ჩემი საწარმო, ამბიციები ძაან ბევრი მაქვს და ვცდილობ, რომ, მთავარია, კარგად შევისწავლო ის საქმე, რა საქმესაც ხელი მოვკიდე მე ახლა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „7R“).

„აი, ეხლა ჭრა-კერვასთან დაკავშირებით ჩვენთან რომ იყოს დიდი ფაბრიკა, სადაც იკერება რაღაცეები, ჩვეულებრივად შემიძლია ვიმუშაო. წამყვან სამუშაოზე შემიძლია ვიმუშაო“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „ჭენდიქრაფთ სტუდიო“).

სოციალურ საწარმოში დასაქმებული პირებიც და, ბენეფიციარებიც ამბობენ, რომ სოციალური საწარმო საკუთარი საქმიანობით მნიშვნელოვნად ამცირებს სხვადასხვა სახის რისკს, რომელიც შეიძლება ჰქონოდათ სხვა მოსარგებლებს და, ზოგადად, მოწყვლად ჯგუფებს, რომლებიც სოციალური საწარმოს სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენენ. კერძოდ, საკუთარ გამოცდილებაზე დაყრდნობით, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი აცხადებენ, რომ შეუძლიათ, თავისუფალი, მოქნილი გრაფიკით იმუშაონ და არ მოსწყდნენ მათთვის მნიშვნელოვან სხვა საქმეებს, იქნება ეს ოჯახთან კომუნიკაცია თუ სხვა. იმავედროულად, აცხადებენ, რომ შესასრულებელი საქმე უარყოფითად არ მოქმედებს ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე.

„ხელს მიწყობს ჯანმრთელობის მხრივ. სიმძიმე არ მაწვება და მძიმე სამუშაოზე არ ვმუშაობ“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „რედო“).

რესპონდენტები, რომლებიც გარემოს დაცვის სფეროში არსებულ სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობენ, რისკებს უფრო გლობალურად აფასებენ და ამბობენ, რომ საწარმოს საქმიანობის შედეგად მცირდება ნარჩენებით გარემოს დაბინძურების მაჩვენებელი, მაღლდება საზოგადოების ცნობიერება გარემოს დაბინძურების თანმხლები პრობლემების შესახებ და ა. შ. რესპონდენტები იმასაც აცხადებენ, რომ COVID 19 პანდემიის დაწყების შემდგომ მნიშვნელოვნად გაუარესდა მოწყვლად ჯგუფთა სოციალური მდგომარეობა. კერძოდ, პენსიონერებს შეეზღუდათ საზოგადოებრივ სივრცეებში გამოსვლა; მოსწავლეები და სტუდენტები დისტანციური სწავლების რეჟიმზე გადავიდნენ, რაც გარკვეული ნაწილისთვის საჭირო ტექნიკური მოწყობილობების არქონის გამო დიდ პრობლემას წარმოადგენდა; სოციალურად დაუცველი უმუშევარი ადამიანების მდგომარეობა კიდევ უფრო გაუარესდა. აღსანიშნავია, რომ ამ პრობლემების მოგვარებაში სოციალურმა საწარმოებმა უდიდესი როლი ითამაშეს. კერძოდ, მარტოხელა პენსიონერებს ამარაგებდნენ მათთვის საჭირო ნივთებით, მათი ჯანმრთელობის მდგომარეობისთვის მნიშვნელოვანი მედიკამენტებით, პროდუქტებითა და ზოგ შემთხვევაში ტექნიკით (მაგ.: სოციალურად დაუცველი ოჯახების წარმომადგენელი მოსწავლეები და სტუდენტები მოამარაგეს სწავლისთვის საჭირო ტექნიკით და სხვ.).

„ჩვენ სოფელში სწავლების მხრივ ძალიან დიდი პრობლემები იქმნებოდა. მოგვხსენებათ, ონლაინის შესახებ და სოციალურად დაუცველებს და ვისაც კი არ შეეძლო რომელიმე ბავშვს შემოსვლა გაკვეთილზე, დასწრება,

დავებმარეთ და ჩაურთეს ინტერნეტი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

გემოთქმულთან ერთად, რესპონდენტების აზრით, სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა საგრძნობლად უწყობს ხელს სხვადასხვა სერვისზე ხელმისაწვდომობის ზრდას. კერძოდ, მცირდება უმუშევრობის მაჩვენებელი, ნებისმიერ მსურველს შეუძლია, მიიღოს პროფესიული განათლება და გაიაროს სხვადასხვა სახის გადასამზადებელი კურსი.

„ჩვენ რაც შეგვეხება, თუნდაც ახალგაზრდების და ხანდაზმულების მიმართულებითაც, ვებმარებით მათ განვითარებას, ახალი ცოდნის შეძენას“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ შშმ პირებისთვის საჭირო ტექნიკური აღჭურვილობის დამზადებაზე, შეკეთებასა თუ განახლებაზე მომუშავე სოციალური საწარმოები სწრაფი და ხარისხიანი მომსახურებით მნიშვნელოვნად ამცირებს ბენეფიციართა პასიურობისა და საჯარო სივრცეში დაბალი ინტეგრაციის მაჩვენებელს.

„ძალიან მნიშვნელოვანი არის ჩემთვის, რომ ამ რეგიონში სოციალური საწარმო არსებობს და რომ გამიფუჭდება, მივიტან და ძალიან სწრაფად და ხარისხიანად მიკეთებენ. ჩემთვის ძალიან მნიშვნელოვანია და ერთადერთი ამოსავალი წერტილია“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „ასოციაცია გურია“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეთა აზრით, სოციალურ საწარმოში მოსარგებლებს უყალიბდებათ სწორედ ის უნარ-ჩვევები, რომლებიც დამოუკიდებელი ცხოვრებისთვის სჭირდებათ. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული დისკუსიის მონაწილენი ამბობენ, რომ მეტად თავდაჯერებულნი და კომუნიკაბელურნი გახდნენ; გამოიმუშავეს ახალი უნარებიც; მიეცათ საკუთარი შესაძლებლობებისა და პოტენციალის სრულად გამოყენების საშუალებაც; გაუჩნდათ სტაბილური შემოსავალიც და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება საკუთარი შრომით გამომუშავებული თანხითაც შეუძლიათ. გარდა ამისა, მიღებული პრაქტიკული გამოცდილება მათ აძლევს იმის საშუალებას, რომ გარკვეული გადაწყვეტილებები დამოუკიდებლად მიიღონ. მათთვის უფრო მარტივი გახდა შრომის ბაზარზე მოქმედებაც და გაიზარდა მათი დასაქმების შანსიც. სოციალურ საწარმოთა საქმიანობაში ჩართული შშმ პირები აცხადებენ, რომ ახალ შესაძლებლობასთან ერთად მოახერხეს საკუთარი ფიზიკური თუ ინტელექტუალური რესურსის გამოყენება, რამაც მათში სრულფასოვნების განცდა აამაღლა.

„ყველაფერი კომბინირებულად ქმნის იმას, რომ დღეს მე შემიძლია დამოუკიდებლად რაღაც გადაწყვეტილებები მივიღო, რომლის მიღებაც მანამდე შეიძლება გამჭირვებოდა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თოლისკური“).

საგრძნობლად გაუმჯობესდა მარტოხელა ხანდაზმულ ბენეფიციართა ფინანსური და ფსიქოემოციური მდგომარეობაც, ვინაიდან მათთვის უმნიშვნელოვანესია სოციალური კავშირი და საზოგადოებასთან აქტიური ურთიერთობა. სოციალურ საწარმოთა ორგანიზებით იმართება სხვადასხვა სახის სოციალური თუ კულტურული ღონისძიება, რომელშიც ხანდაზმულები და სხვა ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები აქტიურად მონაწილეობენ. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ ახალგაზრდების განვითარებისკენ მიმართულ სოციალურ საწარმოთა პროექტები შესამჩნევად აუმჯობესებს მათ შესაძლებლობებსა და უნარებს, რომლებიც დამოუკიდებელი ცხოვრებისთვის სჭირდებათ. ახალგაზრდები სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით იღებენ არაფორმალურ განათლებას. ეს კი მათი ზოგადი განწყობისა და დამოკიდებულების სწორად ფორმირებას უწყობს ხელს.

„მე მყავს მოსწავლეები, რომლებმაც თქვეს, რომ გამოვიზარდე ამ კაფეშიო, ანუ „ქეთოსთან“ ვისწავლე ბევრი რაღაცო, ამ ტრენინგების, დებატების და შეხვედრების მეშვეობით“ (ბენეფიციარი, სოციალური კაფე „ქეთოსთან“).

რესპონდენტები ყურადღებას ამახვილებენ თავად საწარმოში არსებულ ურთიერთდამოკიდებულებაზეც. კერძოდ, მათი თქმით, ძალიან მნიშვნელოვანია ადამიანური ურთიერთობები და ერთმანეთის დახმარება, ვინაიდან კონკრეტული საქმის შესრულებისას, შესაძლოა, საჭირო გახდეს შესასრულებელი საქმის გადანაცვლება თანამშრომლებს შორის. გარემოს დაცვის კუთხით არსებულ სოციალურ საწარმოთა მოსარგებლენი ამბობენ, რომ მათთან თანამშრომლობამ საგრძნობი ინტელექტუალური სარგებელი მოუტანა, ვინაიდან ეკოლოგიურ საკითხებთან დაკავშირებით სიღრმისეული ცოდნა მიიღეს. მაგ.: მაკულატურას, პოლიეთილენის ნაწარმსა და სხვა მყარ ნარჩენებს ნაგავსაყრელში კი აღარ ათავსებენ, არამედ შესაბამის გადამამუშავებელ დაწესებულებებში აბარებენ.

„მე თვითონ ბიოლოგი ვარ და უფრო ღრმად ვუკვირდები, ამას რამხელა მიაჩნია მოაქვს, ამ პარკებს“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ფეიქარი“).

2.5.3. სოციალური საწარმოს ფუნქციონირების შესაძლო უარყოფითი შედეგები

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების წარმომადგენლებს წარედგინათ სხვადასხვა უარყოფითი შედეგი, რომლებიც, შესაძლოა, სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებას მოჰყვეს. როგორც აღმოჩნდა, არასტაბილური დაფინანსების გამო საწარმოთა მესამედს დახურვა ემუქრება (33,5%). სოციალურ საწარმოებში გამოკითხული რესპონდენტები სხვა უარყოფით შედეგებზეც საუბრობენ. კერძოდ, სოციალურ საწარმოთა 17,1%-ში მომსახურების მიღმა დარჩენილი მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა მხრიდან მათ მიმართ უნდობლობა იზრდება (მაგ.: სათანადო ვერდაფარვის გამო).

ზემოთქმულთან ერთად აღსანიშნავია, რომ კვლევაში ჩართული ყოველი მესამე სოციალური საწარმო არასტაბილური დაფინანსების მიზეზით დახურვის რისკის ქვეშაა (35,4%), ხოლო 15,2%-ში მომსახურების მიღმა დარჩენილი მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა მხრიდან მათ მიმართ უნდობლობა იზრდება. ყოველ მეათე სოციალურ საწარმოს კი დახურვა არაჯანსაღი კონკურენციის გამო ემუქრება (11,4%). უპირატესია არასტაბილური დაფინანსების მიზეზით საწარმოს პოტენციური დახურვა სოციალური სერვისების მიმწოდებლების შემთხვევაშიც (31,6%). ყოველი მეხუთე კვლავ გაზრდილ უნდობლობაზე მიუთითებს, ხოლო 16,5% აღწერს, რომ მათი საწარმოს ეფექტი მოკლევადიანია და არა გრძელვადიანი. ზოგადად, გამოკითხულ ორგანიზაციათა 13,3% აღწერს, რომ მათი სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებას უარყოფით შედეგი არ მოჰყოლია (იხ. ცხრილი #12).

დახურვის რისკის ქვეშ მყოფი სოციალური საწარმოები/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები გაანალიზდა სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების ჭრილში. საკითხის სტატისტიკურმა დამუშავებამ აჩვენა, რომ არასტაბილური დაფინანსების გამო დახურვის რისკის ქვეშ მყოფ სოციალურ საწარმოთა მეხუთედზე მცირედით მეტის (21,4% - N=6) შემთხვევაში ადგილობრივ შრომის ბაზარზე ფუნქციონირების ხანგრძლივობა 1-2 წელია, ხოლო 42,9%-ის (N=12) - 3-5 წელი. შრომის ბაზარზე არსებული უფრო ხანგრძლივი გამოცდილების მქონე საწარმოები აცხადებენ, რომ არასტაბილური დაფინანსების გამო მათაც ემუქრებათ ფუნქციონირების შეწყვეტა, 14,3%-ს (N=4) მუშაობის 10-15-წლიანი პრაქტიკა აქვს, 7,1%-ს (N=2) კი - 21-25-წლიანი. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 32%-ც არასტაბილური დაფინანსების გამო საწარმოს დახურვაზე ხაზგასმულად მიუთითებს. ამ უკანასკნელთაგან 16%-ის (N=4) სამუშაო პრაქტიკა დაახლოებით

1-2 წელია გრძელდება, იმავე რაოდენობის რესპონდენტთა გამოცდილება კი 3-5 წლამდე მერყეობს (16% - N=4). სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შორის, რომლებმაც დაფინანსების გამო ორგანიზაციის დახურვის რისკზე მიუთითეს, 20% (N=5) 6-9 წლის წინ დაფუძნდა, 28% (N=7) კი 10-15 წლის წინ.

ცხრილი 12: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შედეგების შეფასების პოზიტიურობა

ქვემოთ ჩამოთვლილია სხვადასხვა უარყოფითი შედეგი, რომლებიც სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებამ შეიძლება მოიტანოს. გთხოვთ, გვიპასუხოთ, მოჰყვა თუ არა თქვენი სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებას რომელიმე უარყოფითი შედეგი?	სოციალური სერვისების მიმწოდებლები ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143
	%		
სოციალური საწარმოს ეფექტი მოკლევადიანია და არა გრძელვადიანი	16,5	8,9	12,7
იზრდება უნდობლობა სოციალური საწარმოს მიმართ მოწყვლადი ჯგუფების იმ წარმომადგენლებში, რომლებიც მომსახურების მიღმა რჩებიან (მაგ.: სათანადო ვერდაფარვის გამო)	19	15,2	17,1
იზრდება უნდობლობა სოციალური საწარმოს მიმართ მოწყვლადი ჯგუფების იმ წარმომადგენლებში, რომლებიც გაწეული მომსახურებით უკმაყოფილო დარჩნენ	-	3,8	1,9
სოციალურ საწარმოს ემუქრება დახურვა, არასტაბილური დაფინანსების გამო	31,6	35,4	33,5
სოციალურ საწარმოს ემუქრება დახურვა, არაჯანსაღი კონკურენციის გამო	10,1	11,4	10,8
სოციალურ საწარმოში ჩართვამ გამოიწვია დაძაბულობის გაზრდა შშმ პირებსა და ოჯახის სხვა წევრებს შორის (ოჯახის წევრები წინააღმდეგი იყვნენ სოციალურ საწარმოში შშმ პირების ჩართვაზე)	6,3	-	3,2
სხვა	6,3	8,9	7,6
არ მოჰყოლია უარყოფითი შედეგი	10,1	16,5	13,3

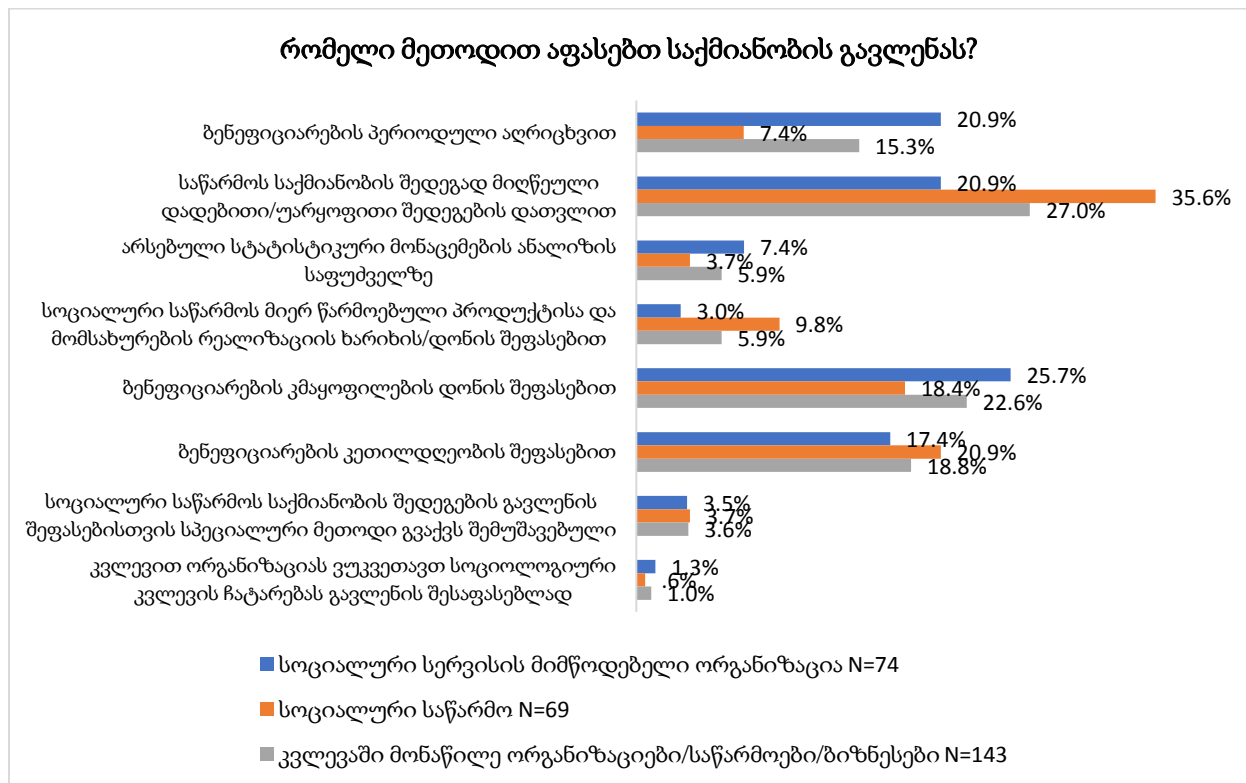
მოწყვლად ჯგუფებსა და გარემოზე სოციალური საწარმოების შესაძლო ნეგატიური გავლენის შესახებ საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმაც ისაუბრეს. კერძოდ, მათი შეფასებით, *სამოგადოებრივი ორგანიზაციების* წარმომადგენელთა ერთ ნაწილს უარყოფით გავლენაზე საუბარი გაუჭირდა, მეორე ნაწილმა კი ნეგატიურ გავლენად საწარმოს წარუმატებელი საქმიანობა მიიჩნია. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალური საწარმოს წარუმატებლობის მიზეზი, შესაძლოა, იგივე იყოს, რაც წარუმატებელი ტრადიციული ბიზნესის შემთხვევაში არსებობს (გაუმართავი ბიზნესგეგმა, რისკების გაუთვალისწინებლობა და ა. შ.).

2.5.4. სოციალური სწარმოს/სოციალური სერვისების მიწოდებალი ორგანიზაციის საქმიანობის გავლენის შეფასების მექანიზმები

კვლევის ფარგლებში რესპონდენტებმა ისაუბრეს, თუ რა მეთოდებით/მექანიზმებით აფასებენ/ზომავენ სოციალური საწარმოს საქმიანობის გავლენას. ამ თვალსაზრისით ყველაზე აპრობირებული მეთოდები აღმოჩნდა: საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი და უარყოფითი შედეგების გაზომვა (27%), ბენეფიციართა კმაყოფილების დონისა (22,6%) და კეთილდღეობის შეფასება (18,8%).

აღსანიშნავია, რომ სოციალურ საწარმოთაგან მინიმუმ ყოველი მესამე (35,6%) ამ მეთოდად საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი/უარყოფითი შედეგების დათვლას ასახელებს, 20,9% კი გავლენას მოსარგებლეთა კეთილდღეობის შეფასებით ზომავს. სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 18,4% დასძენს, რომ მათი საქმიანობის გავლენის შეფასების მთავარი მექანიზმი ბენეფიციართა კმაყოფილების დონის შესწავლა/შეფასებაა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 25,7% კი აღნიშნავს, რომ მათთვის გავლენის გაზომვის ერთ-ერთი მთავარი მექანიზმი მოსარგებლეთა კმაყოფილების დონის შეფასებაა. რესპონდენტთა თანაბარი რაოდენობა ამ მეთოდად მომხმარებელთა პერიოდულ აღრიცხვას (20,9%) და საწარმოს საქმიანობის შედეგად მიღწეული დადებითი/უარყოფითი შედეგების დათვლას (20,9%) ასახელებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების 17,4% კი საკუთარი საქმიანობის შედეგების გასაზომად მოსარგებლეთა კეთილდღეობას აფასებს (იხ. დიაგრამა #8).

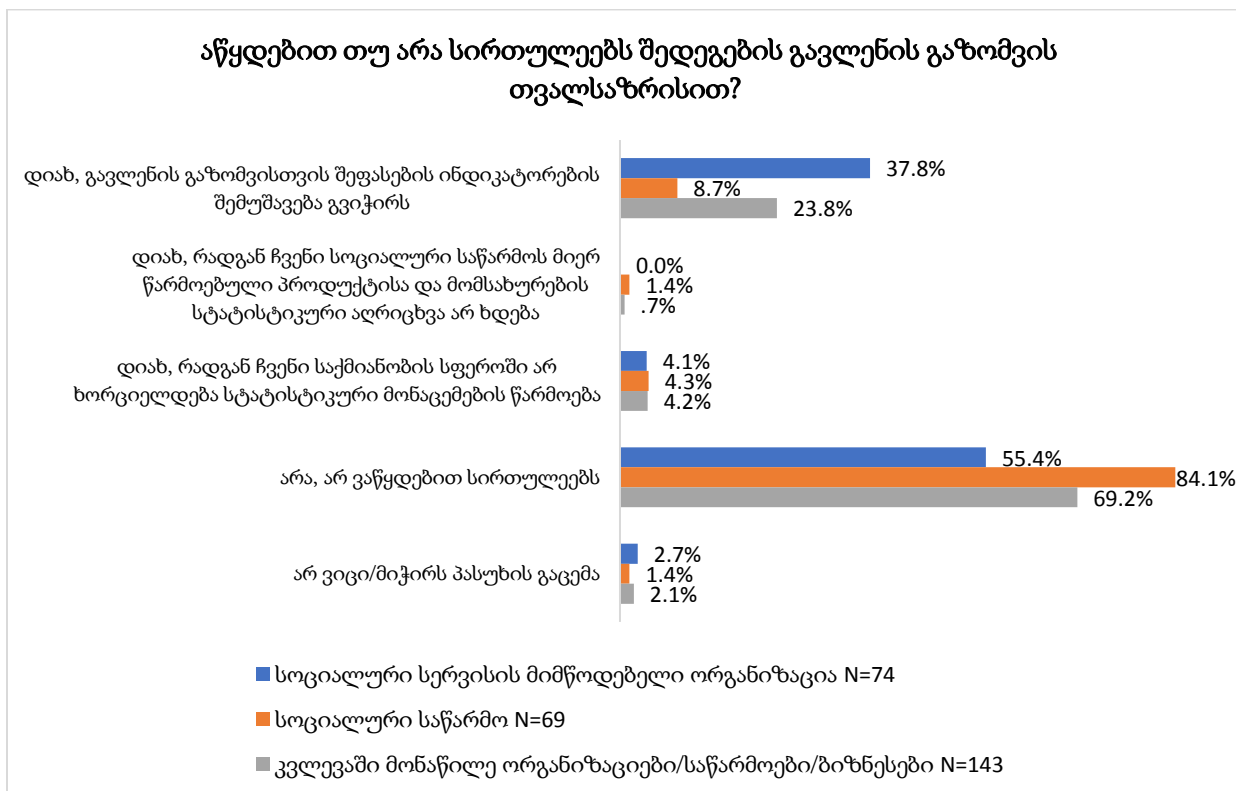
დიაგრამა 8: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საქმიანობის გავლენის შეფასების მეთოდები



კვლევაში მონაწილე პირთა უმრავლესობამ (69,2%) აღნიშნა, რომ საწარმოს/ორგანიზაციის საქმიანობის გავლენის გაზომვისას არანაირ სირთულეს არ აწყდება, 23,8%-მა კი შეფასების ინდიკატორების შემუშავების პრობლემურობაზე მიუთითა.

კვლევის ფარგლებში გამოკითხული სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 84,1% აცხადებს, რომ სოციალური საწარმოს საქმიანობის შედეგების გავლენის გაზომვის თვალსაზრისით არანაირი სირთულე არ ექმნებათ. ძალზე მცირეა იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებმაც გავლენის გაზომვისთვის შეფასების ინდიკატორების შემუშავების სირთულეზე მიუთითეს (8,7% - N=6 **სოციალური საწარმო**). სოციალური საწარმოებისგან განსხვავებით, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შორის საგრძნობლად დაბალია იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებიც აცხადებენ, რომ გავლენის გაზომვისთვის საჭირო შეფასების ინდიკატორების შემუშავება უჭირთ (37,8%); ხოლო შედარებით მაღალია მათი რაოდენობა, რომლებიც ამბობენ, რომ ამ კუთხით არანაირი დაბრკოლება/სირთულე არ აქვთ (55,4%) (იხ. დიაგრამა #9).

დიაგრამა 9: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების სირთულეები გავლენის გაზომვისას



ექსპერტების შეფასებით, სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისთვის მნიშვნელოვან პრობლემას მიღწეული გავლენის გაზომვა წარმოადგენს. მმართველი რგოლის წევრებს **სოციალურ საწარმოთა გავლენის შესასწავლად სათანადო ადამიანური და ფინანსური რესურსი არ აქვთ. ამდენად, კონკრეტული საწარმოს მიერ მიღწეული გავლენის შეფასება რთულია.** რესპონდენტების შეფასებით, სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისთვის გამოწვევა სოციალური გავლენის შესაფასებელი საზომების/ინდიკატორებისა და ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების განსაზღვრა, ინფორმაციის დამუშავება და შემდგომი ანალიზია. როგორც

რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რაც უფრო განვითარებულია საწარმო, საქმიანობის შედეგების მონიტორინგის მნიშვნელობა მით უფრო კარგადაა გააზრებული.

„მონიტორინგი უფრო გაცნობიერებული აქვთ განვითარებულ სოციალურ საწარმოებს, რომლებსაც რამდენიმეწლიანი გამოცდილება აქვთ, რომლებსაც მეტ-ნაკლებად აწყობილი აქვთ ბიზნესი და ხარისხობრივ მაჩვენებლებზე უკეთესად ზრუნავენ“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

2.5.5. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციათა გავლენის მიმართულება

კვლევაში მონაწილე პირებმა 5-ქულიან სკალაზე შეაფასეს დებულებები, რომლებიც სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის შედეგად მიღწეულ გავლენას სხვადასხვა მიმართულებით აღწერს. უმთავრესი ტენდენციები აჩვენებს, რომ რესპონდენტთა დიდი ნაწილი შეფასების დადებით ველში აქცევს *(სრულიად ეთანხმება; უფრო ეთანხმება, ვიდრე - არა)* შემდეგ დებულებებს: სოციალური საწარმოები ხელს უწყობს ბენეფიციარებს, გამოიმუშაონ/განვითარონ და პრაქტიკაში გამოიყენონ პროფესიული უნარები (*Mean=4,51, Median=5*); სოციალურ საწარმოებში მიღებული არაფორმალური განათლების შედეგად ადამიანები საქმდებიან და თავს აღწევენ უმუშევრობას (*Mean=4,01, Median=5*) და ა. შ. შეფასების შედარებით დაბალი საშუალო მაჩვენებელი აქვს შემდეგ დებულებებს: სოციალური საწარმოები მოწყვლადი ჯგუფების მხოლოდ განსაზღვრულ რაოდენობას ემსახურება, რაც ამ ჯგუფების საერთო კეთილდღეობაზე არსებითად არ მოქმედებს (*Mean=3,77, Median=4*) (იხ. ცხრილი #7).

საკითხის სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტერიტორიაში სტატისტიკური დამუშავების შედეგები თითოეული დებულების შემთხვევაში შემდეგნაირია:

სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენელი რესპონდენტების აბსოლუტური უმრავლესობა (91,3%) შეფასების დადებითი ველისკენ იხრება და ეთანხმება იმ ფაქტს, რომ სოციალური საწარმოები ხელს უწყობს ბენეფიციარებს, გამოიმუშაონ/განვითარონ პროფესიული უნარები და ეს უნარები პრაქტიკაში გამოიყენონ (*სრულიად ვეთანხმები - 84,1%; უფრო ვეთანხმები, ვიდრე - არა - 7,2%*). ამავე პოზიციას სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა 81,1% აღნიშნავს (*სრულიად ვეთანხმები - 64,9%; უფრო ვეთანხმები, ვიდრე - არა - 16,2%*).

დებულებას - სოციალურ საწარმოებში მიღებული არაფორმალური განათლების შედეგად ადამიანები საქმდებიან და თავს აღწევენ უმუშევრობას - შეფასების უკიდურესად დადებით ველში აქცევს სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 75,4%, 11,6% კი უფრო მეტად ეთანხმება, ვიდრე - არა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს შორის დასახელებული დებულების მომხრეა გამოკითხულთა 52,7% (*სრულიად ვეთანხმები - 31,1%; უფრო ვეთანხმები, ვიდრე - არა - 21,6%*), 25,7% კი აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით ნეიტრალურ პოზიციას ავლენს. აღსანიშნავია, რომ სოციალური სერვისების მიმწოდებლებს შორის გამოკითხულთა მეხუთედზე მეტი ამ უკანასკნელს ან საერთოდ არ ეთანხმება, ან უფრო არ ეთანხმება, ვიდრე - კი.

კვლევის ფარგლებში გამოკითხული სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 88,4% აცხადებს, რომ სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად უმჯობესდება მოწყვლადი ჯგუფების ეკონომიკური მდგომარეობა (*სრულიად ვეთანხმები - 72,5%; უფრო ვეთანხმები, ვიდრე - არა - 15,9%*). ანალოგიურ მოსაზრებას იზიარებს სოციალური სერვისების მიმწოდებელ

ორგანიზაციათა 59,4%, თუმცა ამ უკანასკნელთა შორის სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლებთან შედარებით 2-ჯერ ნაკლებია მათი წილი, რომლებიც სრულიად ეთანხმებიან დასახელებულ დებულებას (35,1%). აქვე უნდა ითქვას ისიც, რომ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათაგან ყოველი მესამე ნეიტრალურ პოზიციას ავლენს აღნიშნულ საკითხთან მიმართებით (33,8%).

სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად მოწყვლადი ჯგუფების ფსიქიკური და ემოციური მდგომარეობის გაუმჯობესებაზე (სრულიად ვეთანხმები; უფრო ვეთანხმები, ვიდრე - არა) გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლების აბსოლუტური უმრავლესობა საუბრობს (97,1%), სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შორის კი მათი წილი 95,9%-ია.

კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა აბსოლუტური უმრავლესობა (95,6%) სრულიად ეთანხმება ან უფრო ეთანხმება, ვიდრე - არა იმ ფაქტს, რომ **სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად იქმნება ინკლუზიური გარემო, სადაც ადამიანები, განსაკუთრებით მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები, საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაციას ახდენენ**. ამ უკანასკნელთა წილს თითქმის უტოლდება აღნიშნული დებულების მომხრე სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა წილი (94,6%).

სოციალური საწარმოების წარმომადგენელ რესპონდენტთა დიდი ნაწილი (44,9%) საკუთარ განწყობას შეფასების ნეიტრალურ ველში (*ვეთანხმები და არც ვეთანხმები*) აქცევს შემდეგ დებულებასთან მიმართებით - **სოციალური საწარმოები მოწყვლადი ჯგუფების მხოლოდ განსაზღვრულ რაოდენობას ემსახურება, რაც ამ ჯგუფების საერთო კეთილდღეობაზე არსებით გავლენას არ ახდენს**, 46,4% კი ამ მოსაზრებას სრულიად ეთანხმება ან უფრო ეთანხმება, ვიდრე - არა. აღსანიშნავია, რომ სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა შორის შედარებით მაღალია მათი წილი, რომელიც აღნიშნულ დებულებას ეთანხმება (*სრულიად ვეთანხმები + უფრო ვეთანხმები, ვიდრე - არა*=77,1%).

დებულებას - სოციალური საწარმოების ფუნქციონირება არამდგრადია, გარკვეული დროის შემდეგ ისინი წყვეტენ ფუნქციონირებას, რაც მოწყვლადი ჯგუფების იმედგაცრუებას და მოტივაციის დაკარგვას იწვევს - სრულიად ეთანხმება (49,3%) ან უფრო მეტად ეთანხმება, ვიდრე - არა (20,3%) კვლევის ფარგლებში გამოკითხული სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 69,6% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 75,7% (სრულიად ვეთანხმები -24,3%; უფრო მეტად ვეთანხმები, ვიდრე - არა - 51,4%). დასახელებულ დებულებასთან დაკავშირებით ნეიტრალური დამოკიდებულების მქონე სოციალური საწარმოების წარმომადგენელი რესპონდენტების წილი (26,1%) სამჯერ აღემატება იმავე დამოკიდებულების მქონე სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა ხვედრით წილს (8,1%) (იხ. ცხრილი #13).

ცხრილი 13: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების გავლენის შესაფასებელი დებულებები

სოციალური საწარმოს გავლენის შესაფასებელი დებულებები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74		სოციალური საწარმო N=69		კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	
	Mean	Median	Mean	Median	Mean	Median
სოციალური საწარმოები ეხმარება ბენეფიციარებს გამოიმუშაონ/განავითარონ	4,26	5,00	4,78	5,00	4,51	5,00

სოციალური საწარმოს გავლენის შესაფასებელი დებულებები	სოციალური სერვისების მიწოდების ორგანიზაცია N=74		სოციალური საწარმო N=69		კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ბიზნესკომპანიები N=143	
	Mean	Median	Mean	Median	Mean	Median
პროფესიული უნარები და ეს უნარები პრაქტიკაში გამოიყენონ						
სოციალურ საწარმოებში მიღებული არაფორმალური განათლების შედეგად ადამიანები საქმეებიან და თავს აღწევენ უმუშევრობას	3,47	4,00	4,60	5,00	4,01	5,00
სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად უმჯობესდება მოწყვლადი ჯგუფების ეკონომიკური მდგომარეობა	3,82	4,00	4,57	5,00	4,18	5,00
სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად უმჯობესდება მოწყვლადი ჯგუფების ფსიქიკური და ემოციური მდგომარეობა	4,68	5,00	4,96	5,00	4,81	5,00
სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად იქმნება ინკლუზიური გარემო, სადაც ადამიანები, განსაკუთრებით მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები, საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაციას ახდენენ	4,58	5,00	4,87	5,00	4,72	5,00
სოციალური საწარმოები მოწყვლადი ჯგუფების მხოლოდ განსაზღვრულ რაოდენობას ემსახურება, რაც ამ ჯგუფების საერთო კეთილდღეობაზე არსებით გავლენას არ ახდენს	3,88	4,00	3,65	3,00	3,77	4,00
სოციალური საწარმოების ფუნქციონირება არამდგრადია, გარკვეული დროის შემდეგ ისინი წყვეტენ ფუნქციონირებას, რაც მოწყვლადი ჯგუფების იმედგაცრუებას და მოტივაციის დაკარგვას იწვევს	3,81	4,00	4,24	5,00	4,01	4,00

ზემოთ განხილულთან ერთად კვლევაში მონაწილე პირებმა შეაფასეს სოციალურ საწარმოთა გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელობა. უმთავრესი ტენდენციების თანახმად, გამოკითხულთა სულ მცირე ნახევარი მაინც სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით ძალიან მნიშვნელოვნად აფასებს შემდეგ საკითხებს: საწარმოს ფინანსური გაძლიერება (*Mean=4,94, Median=5*); სოციალურ მეწარმეებსა და დაინტერესებულ მხარეებს შორის კომუნიკაციის გაუმჯობესება (*Mean=4,93, Median=5*); სოციალური საწარმოს საქმიანობის გამჭვირვალობა (*Mean=4,99, Median=5*) და სხვ.

კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლების აბსოლუტური უმრავლესობა შეფასების სკალაზე უკიდურესად დადებით წერტილში (*ძალიან მნიშვნელოვანია*) ათავსებს შემდეგ საკითხებს: სოციალური საწარმოს ფინანსური გაძლიერება - 97,1%; სოციალურ მეწარმეებსა და დაინტერესებულ მხარეებს შორის კომუნიკაციის გაუმჯობესება (ბენეფიციარები, დონორები, სახელმწიფო და სხვ.) - 94,2%; სოციალური მეწარმეობის შესახებ საზოგადოების (განსაკუთრებით, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა) ცნობიერების ამაღლება - 94,2%; სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებით დაინტერესებული მხარეების მოლოდინის წინასწარ ცოდნა - 92,8%; სოციალური საწარმოს სამიზნე ჯგუფების გაფართოება - 92,8%; სოციალური საწარმოს საქმიანობის მუდმივი მონიტორინგი და შედეგების გაზომვა - 94,2%; რაც შეეხება სოციალური საწარმოს საქმიანობის გამჭვირვალობის საკითხს, გამოკითხულთა 100% აფასებს, რომ ძალიან მნიშვნელოვანია.

ზემოთ განხილულ საკითხებთან მიმართებით სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების დამოკიდებულება მნიშვნელოვნად არ განსხვავდება სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა პოზიციისგან. მხოლოდ რამდენიმე საკითხთან მიმართებით სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელ რესპონდენტთა წილი (რომლებიც შეფასების უკიდურესად დადებით წერტილში ათავსებენ საკუთარ პოზიციას) რამდენადმე ჩამოუვარდება (<91%-ზე) ანალოგიური განწყობის მქონე სოციალური საწარმოების წარმომადგენელ რესპონდენტთა რაოდენობას. კერძოდ, ეს საკითხებია: საზოგადოების (განსაკუთრებით, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა) ცნობიერების ამაღლება სოციალური მეწარმეობის შესახებ - 87,8%; სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებით დაინტერესებულ მხარეთა მოლოდინის წინასწარ ცოდნა - 86,5%; სოციალური საწარმოს სამიზნე ჯგუფების გაფართოება - 85,1% (იხ. ცხრილი #14);

ცხრილი 14: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოებისთვის გავლენის ზრდისთვის საკითხების მნიშვნელობა

სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება		ძალიან მნიშვნელოვანია	მნიშვნელოვანია	არც მნიშვნელოვანია და არც უმნიშვნელო	უმნიშვნელოა	სრულიად უმნიშვნელოა	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჯივრს პასუხის გაცემა
		%						
სოციალური საწარმოს ფინანსური გაძლიერება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	93,2	4,1	2,7	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	97,1	2,9	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	95,1	3,5	1,4	-	-	-	-
სოციალურ მეწარმეებსა და დაინტერესებულ მხარეებს შორის კომუნიკაციის გაუმჯობესება (ბენეფიციარები, დონორები).	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	91,9	6,8	1,4	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	94,2	4,3	-	-	-	-	1,4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	93	5,6	0,7	-	-	-	0,7

სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება		მალიან მნიშვნელოვანია	მნიშვნელოვანია	არც მნიშვნელოვანია და არც უმნიშვნელო	უმნიშვნელოა	სრულიად უმნიშვნელოა	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა
		%						
სახელმწიფო და სხვ.)								
სოციალური საწარმოს საქმიანობის გამჭვირვალობა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	98,6	-	1,4	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	100	-	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	99,3	-	0,7	-	-	-	-
საზოგადოების, განსაკუთრებით, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლების, ცნობიერების ამაღლება სოციალური მეწარმეობის შესახებ	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	87,8	5,4	6,8	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	94,2	5,8	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	90,9	5,6	3,5	-	-	-	-
სოციალური საწარმოს ფუნქციონირებით დაინტერესებული მხარეების მოლოდინების წინასწარ ცოდნა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	86,5	12,2	1,4	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	92,8	5,8	1,4	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	89,5	9,1	1,4	-	-	-	-
სოციალური საწარმოს სამიზნე ჯგუფების გაფართოება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	85,1	10,8	1,4	-	2,7	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	92,8	4,3	1,4	-	1,4	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	88,8	7,7	1,4	-	2,1	-	-
სოციალური საწარმოს საქმიანობის მუდმივი მონიტორინგი და შედეგების გაზომვა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	91,9	6,8	1,4	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	94,2	5,8	0	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ზიზნესკომპანიები N=143	93	6,3	0,7	-	-	-	-

ექსპერტულ ინტერვიუებში მონაწილე პირებმა აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოებს მართვის გამოცდილება და საინვესტიციო რესურსი აკლიათ, რათა გაფართოვდნენ და მდგრადად აწარმოონ საკუთარი საქმიანობა. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ თავისთავად სოციალური საწარმო ღია სისტემაში საქმიანობს და ამდენად გარე ფაქტორების გავლენას ყოველთვის განიცდის.

„ყველა სტარტაპი, რომელიც იქმნება, ვერ იქნება წარმატებული, ასეთი რამ არ არსებობს ბუნებაში. ვიღაცები გაიმრდებიან, განვითარდებიან. ვიღაცები, სამწუხაროდ, აღმოჩნდებიან, რომ ბიზნესმოდელი არ არის მდგრადი და სიცოცხლისუნარიანი. სოციალური საწარმოების შემთხვევაშიც ეს დაშვება გვაქვს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

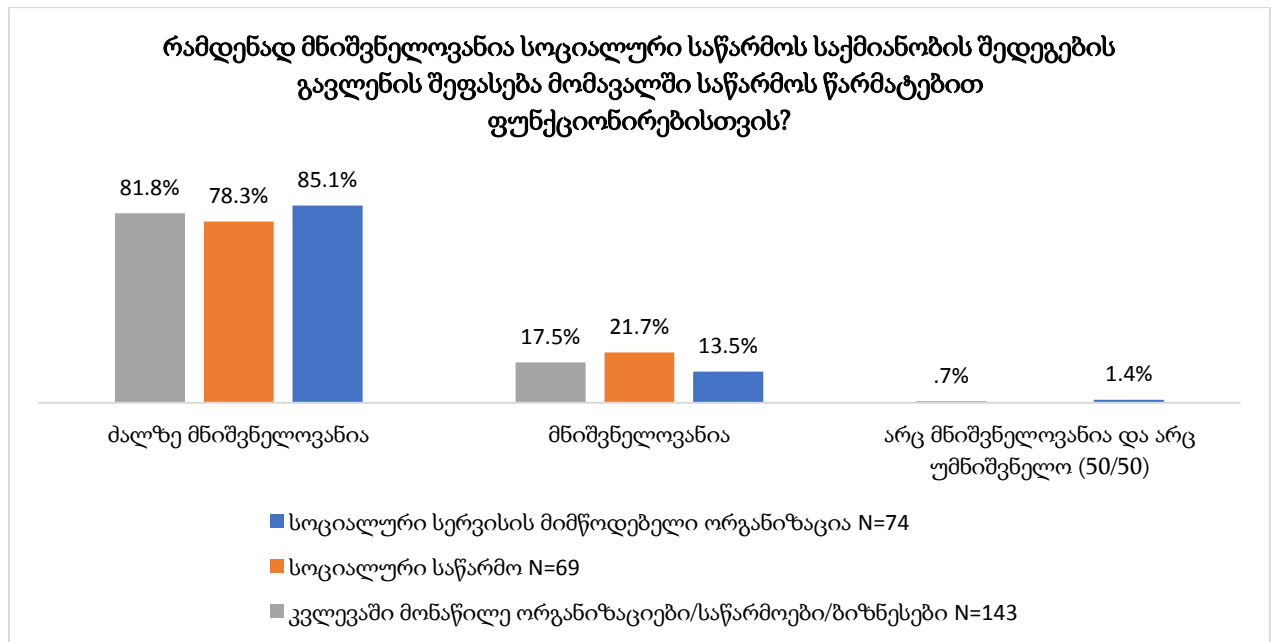
როდესაც სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებზე საუბარი, ყოველთვის არსებობს რისკი, რომ ტრადიციული ბიზნესი სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას ამოეფაროს და ამ გზით გაუტეხოს სახელი სექტორს. ამიტომ მნიშვნელოვანია, მკაფიოდ განისაზღვროს, თუ როგორ სუბიექტს ეწოდება სოციალური საწარმო და რის მიხედვითაა შესაძლებელი მისი ბიზნესისგან/ ბიზნესკომპანიისგან გარჩევა.

„რეგულირება იმისათვის არის საჭირო, რომ შემცირდეს საფრთხე. სოციალური მეწარმეობის იდეების სწორი აპლიკაცია მოხდეს და არა დისკრედიტაცია“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

ბემოთ განხილულ საკითხებთან ერთად რაოდენობრივი კვლევის რესპონდენტებმა 5-ქულიან სკალაზე შეაფასეს სოციალური საწარმოს საქმიანობის შედეგების გავლენა მომავალში სოციალური საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის. კვლევის ფარგლებში გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობის აზრით, საწარმოს საქმიანობის შეფასება მომავალში წარმატებით ფუნქციონირებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია (**ძალიან მნიშვნელოვანია+ მნიშვნელოვანია=99,3%**).

სოციალური საწარმოების წარმომადგენელ რესპონდენტთა აბსოლუტური უმრავლესობა დასახელებულ საკითხს შეფასების დადებით ველში აქცევს (ძალზე მნიშვნელოვანია - 78,3%; მნიშვნელოვანია - 21,7%). ანალოგიური პოზიციის მქონე რესპონდენტთა წილი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში შემდეგნაირად ნაწილდება: რესპონდენტების 85,1% აცხადებს, რომ სოციალური საწარმოს საქმიანობის შედეგების გავლენის შეფასება მომავალში საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის ძალზე მნიშვნელოვანია, 13,5% კი ამბობს, რომ მნიშვნელოვანია (იხ. დიაგრამა #10).

დიაგრამა 10: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების საქმიანობის შედეგების გავლენის შეფასების მნიშვნელობა სამომავლო საქმიანობისთვის



სიღრმისეულ ინტერვიუებში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები საწარმოების პოზიტიურ გავლენაზე საუბრისას ყურადღებას ამახვილებენ ბენეფიციართა მიერ შექმნილ ახალ უნარ-ჩვევებზე, სოციალური ინტეგრაციის ხელშეწყობასა და ინკლუზიური გარემოს შექმნაზე.

„საზოგადოებრივი და სოციალური ცხოვრებით ცხოვრობენ. იმის გარდა, რომ ბევრ სასარგებლო რამეს სწავლობენ საწარმოში. მანამდე, ვიდრე ამის შესაძლებლობა გაჩნდებოდა მათთვის, სახლიდან არ გამოდიოდნენ, მეგობრები არ ჰყავდათ“ (სოციალური საწარმო „სოციალური თერაპიის სახლის“ წარმომადგენელი).

რესპონდენტების შეფასებით, მოწყვლადი ჯგუფის მოსარგებლებში თვითშეფასება ამაღლდა. შშმ პირებმა გაიაზრეს, რომ შეზღუდული შესაძლებლობებია და არა - უნარები. *ამასთან*, იმის გარდა, რომ საწარმოები უშუალოდ მონაწილეობენ მოწყვლადი ჯგუფების გაძლიერებაში, ბენეფიციარებს აცნობებენ სხვადასხვა სერვისის შესახებაც, რომლებიც სახელმწიფო პროგრამების ან საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მეშვეობით ხორციელდება.

„ჩვენ ვცდილობთ, რომ სხვადასხვა საჭიროების მქონე შშმ პირი დამოუკიდებელი ცხოვრების ცენტრში გადავამისამართოთ ან, თუ ვიცით, რომ პირდაპირ მერიის კომპეტენცია არის საკითხი, პირდაპირ მერიაში ვუშვებთ ხოლმე“ (სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცის“ წარმომადგენელი).

სოციალური საწარმოების საქმიანობის დადებითი შედეგია შშმ მოსარგებლებში დამოუკიდებელი ცხოვრების ხარისხის ზრდა. როგორც ერთ-ერთმა რესპონდენტმა აღნიშნა, შშმ პირთა თემში და მათი ოჯახის წევრებში ჟესტური ენის პოპულარიზაცია საწარმოს დამსახურებასაა.

„დღეს, რა არის ჟესტური ენა, ეს კითხვა ჩვენს ირგვლივ არავის აღარ უჩნდება“ (სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცის“ წარმომადგენელი).

საზოგადოებაში დამოკიდებულება შეიცვალა კანონთან კონფლიქტში მყოფ პირთა მიმართაც. დასაქმებასთან ერთად მათი სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა გაუმჯობესდა და დანაშაულის ხელახლა ჩადენის რისკიც შემცირდა.

*„კიდევ რომ მოხვდეს ციხეში, ამის რისკები მინიმუმამდე არის დაყვანილი“
(სოციალური საწარმო „რედოს“ წარმომადგენელი).*

საწარმოს საქმიანობამ კანონთან კონფლიქტში მყოფ მოსარგებლეთა ოჯახის წევრებზეც დადებითად იმოქმედა.

*„თვითონ ბენეფიციარებიც ამბობდნენ, რომ საწარმოში დასაქმებამდე, თუკი სახლიდან გამოვდიოდი, ცოლი სულ მეკითხებოდა, სად მიდიხარო და დღეში ასჯერ დამირეკავდაო. ახლა ზუსტად იციან, ნ საათამდე სადაც ვარო“
(სოციალური საწარმო „რედოს“ წარმომადგენელი).*

სოციალური საწარმოები ახალგაზრდებს არაფორმალური გზით განათლების მიღებაში, სოციალური და პიროვნული უნარების შექმნაში, სოციალური კავშირის დამყარებასა და პროფესიული ინტერესების უკეთ ჩამოყალიბებაში უწყობს ხელს. როგორც რესპონდენტები აღნიშნავენ, საწარმოთა გავლენა ახალგაზრდებზე მრავალმხრივია. ეთნიკური უმცირესობით დასახლებულ რეგიონებში მცხოვრები ახალგაზრდების განათლებაზე მიმართულ საწარმოთა რესპონდენტები ხაზს უსვამენ მათი საქმიანობის დამსახურებას, რადგან ახალგაზრდებისთვის ხელმისაწვდომი გახდა სხვადასხვა საგნის დაუფლება იმ დონემდე, რომ უმაღლესი განათლება მიიღონ.

გარემოს მიმართულებით განხორციელებული საქმიანობის მთავარი პოზიტიური გავლენა მოსახლეობის სხვადასხვა ჯგუფში გარემოზე ზრუნვის შესახებ ინფორმირებულობა და ცნობიერების ამაღლებაა.

როგორც რეწვის მიმართულებით მომუშავე „თვითაღიარებული“ სოციალური საწარმოს წარმომადგენელმა აღნიშნა, ცოდნის მიღებისა და კვალიფიციურ კადრად ჩამოყალიბების შემდეგ მოსარგებლეს, დამოუკიდებლად შეუძლიათ როგორც პროდუქტის წარმოება, ისე მისი რეალიზაცია. სწორედ, მთავარი პოზიტიური ცვლილება ისაა, როდესაც ბენეფიციარი დამოუკიდებელ და ბაზარზე კონკურენტულ მეწარმედ ყალიბდება. საწარმოს საქმიანობით რეწვის პროდუქციის ხარისხი გაუმჯობესდა, რადგან ოსტატებმა მისი წარმოებაში შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა დაინახეს.

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში გავლენის შეფასებას არასისტემური და ზედაპირული ხასიათი აქვს და, ძირითადად, მოსარგებლებთან გასაუბრებასა და სოციალური ქსელებით მიღებულ უკუკავშირში გამოიხატება.

რესპონდენტები სოციალურ საწარმოებში გაუმართავი მონიტორინგისა და შეფასების მექანიზმის არსებობას შესაბამისი ცოდნისა და ფინანსური რესურსის უქონლობით ხსნიან. რესპონდენტებს შორის ისინიც აღმოჩნდნენ, რომლებიც ფიქრობენ, რომ მათი საქმიანობის მცირე მასშტაბის გამო მონიტორინგი და შეფასება არ სჭირდებათ. რესპონდენტთა ნაწილს საწარმოს მონიტორინგის შესახებ გავლილი აქვს ტრენინგები. თუმცა ამ დრომდე პრაქტიკაში ნაკლებად გამოუყენებიათ. მმართველების მხოლოდ მცირე ნაწილს შემუშავებული აქვს მომსახურებით კმაყოფილების კითხვარი, რომელსაც მომხმარებლებს ავსებინებენ. უკუკავშირის მიღების კიდევ ერთი გზა სოციალურ ქსელში მომსახურების ან პროდუქციის შესახებ დაწერილი შეფასებებია. საწარმოები სოციალური ქსელებით პერიოდულად დამოკიდებულს ატარებენ.

აღსანიშნავია, რომ, ძირითადად, დონორი ორგანიზაციები ატარებენ სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის მონიტორინგს, რომელიც უმეტესად საგრანტო პერიოდში ხორციელდება და, შესაბამისად, გრძელვადიანი შედეგები არ იზომება.

2.6. ფინანსური მაჩვენებლები

2.6.1. სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაციის ფინანსური ბრუნვა

სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ფინანსურ მაჩვენებლებზე საუბრისას რესპონდენტებმა დაასახელეს, თუ რამდენი იყო მათი საწარმოს ფინანსური ბრუნვა ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში. რესპონდენტებმა (რომლებმაც სოციალურ საწარმოში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციაში თითოეული წლის განმავლობაში ყველაზე მაღალ ბრუნვაზე მიუთითეს ($\geq 51\ 001$ ლარი)) თქვეს, რომ 2018-2020 წლებში კლების დინამიკა შეინიშნება. 2021 წელს კი ისევ გაიზარდა იმ სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა რაოდენობა, რომლებმაც აღნიშნეს, რომ ბრუნვამ 51 001 ლარს გადააჭარბა (2021 – 32%; 2020 – 27%; 2019 – 29%; 2018 – 31%).

სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილში მონაცემთა დიფერენციაციის მიხედვით, რესპონდენტთა (გამოიკითხა სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები) ყველაზე მაღალი წილი აცხადებს, რომ 2018-2021 წლებში ბრუნვის მაჩვენებელი სულ მცირე 51 001 ლარი იყო. აღსანიშნავია, რომ ამ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა რაოდენობა 2018-2020 წლებში კლების დინამიკით გამოირჩეოდა, თუმცა 2021 წელს მათმა წილმა 2018 წლის პროცენტულ მაჩვენებელს გადააჭარბა (2021 – 40,3%; 2020 – 33,9%; 2019 – 37,9%; 2018 – 38,9%). შედარებით განსხვავებული ტენდენცია ვლინდება სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში. კერძოდ, მიუხედავად იმისა, რომ 2018 წლიდან 2019 წლამდე ოდნავ შემცირდა იმ სოციალურ საწარმოთა წილი, რომლებსაც 51 001 ლარზე მეტი ჰქონდათ წლიური ბრუნვა, 2019-2021 წლებში მათ შორის ისევ ზრდის დინამიკა დადასტურდა (იხ. ცხრილი #15).

ცხრილი 15: კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების ბრუნვა

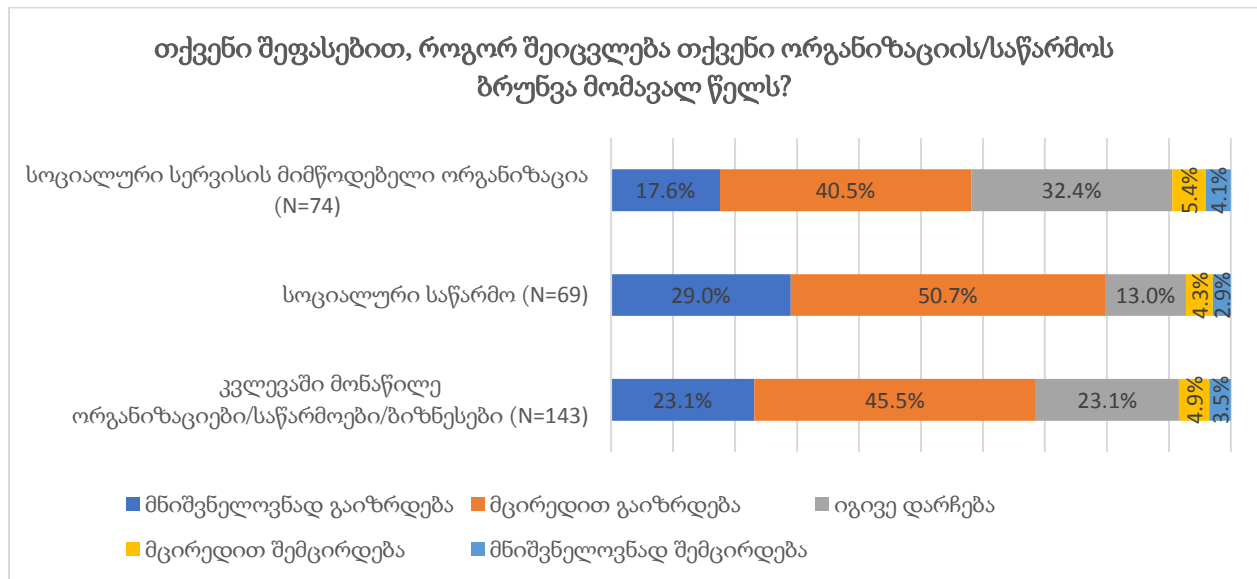
გთხოვთ, გვითხრათ, რამდენი იყო თქვენი სოციალური საწარმოს ბრუნვა ბოლო 4 წლის განმავლობა (2018-2021)?		500 -5000 ლარი	5001 -10000 ლარი	10001-15000 ლარი	15001-20000 ლარი	20001-25000 ლარი	25001-30000 ლარი	30001-35000 ლარი	35001-40000 ლარი	40001-45000 ლარი	45001-50000 ლარი	51001+ ლარი	მიწიერს ბასუხის გაცემის/უარი პასუხზე
		%											
2018 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=54	11,1	3,7	7,4	3,7	3,7	3,7	3,7	-	3,7	1,9	38,9	18,5
	სოციალური საწარმო N=52	7,7	13,5	3,8	3,8	1,9	-	7,7	-	-	1,9	23,1	36,5
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=106	9,4	8,5	5,7	3,8	2,8	1,9	5,7	-	1,9	1,9	31,1	27,4

გთხოვთ, გვითხრათ, რამდენი იყო თქვენი სოციალური საწარმოს ბრუნვა ბოლო 4 წლის განმავლობა (2018-2021)?		500 -5000 ლარი	5001 -10000 ლარი	10001-15000 ლარი	15001-20000 ლარი	20001-25000 ლარი	25001-30000 ლარი	30001-35000 ლარი	35001-40000 ლარი	40001-45000 ლარი	45001-50000 ლარი	51001+ ლარი	მიჭირს პასუხის გაცემა/კუთხე პასუხზე
		%											
2019 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	12,1	1,7	6,9	5,2	-	3,4	8,6	3,4	1,7	-	37,9	19
	სოციალური საწარმო N=69	6,9	10,3	5,2	5,2	3,4	1,7	-	-	5,2	5,2	20,7	36,2
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=143	9,5	6	6	5,2	1,7	2,6	4,3	1,7	3,4	2,6	29,3	27,6
2020 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	11,3	8,1	3,2	3,2	3,2	6,5	8,1	1,6	3,2	-	33,9	17,7
	სოციალური საწარმო N=69	17,7	9,7	4,8	4,8	4,8	1,6	-	-	-	1,6	21	33,9
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=143	14,5	8,9	4	4	4	4	4	0,8	1,6	0,8	27,4	25,8
2021 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	14,5	4,8	4,8	3,2	-	1,6	4,8	3,2	3,2	3,2	40,3	16,1
	სოციალური საწარმო N=69	12,3	7,7	6,2	6,2	3,1	3,1	3,1	3,1	-	-	24,6	30,8
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=143	13,4	6,3	5,5	4,7	1,6	2,4	3,9	3,1	1,6	1,6	32,3	23,6

როგორც ჩანს, კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების დიდი ნაწილი მიიჩნევს, რომ მათი საწარმოს ბრუნვა მომავალ წელს მცირედით გაიზრდება (45,5%), თანაბარი კი 23,1%-23,1% მნიშვნელოვნად გაზრდაზე ან უცვლელობაზე მიუთითებს.

კვლევაში ჩართული ყოველი მეორე სოციალური საწარმოს შეფასებით, წლიური ბრუნვა, შესაძლოა, მცირედით გაიზარდოს, ხოლო მეოთხედზე მეტი მნიშვნელოვან ზრდას ვარაუდობს (29%). სოციალური სერვისების მიმწოდებლების შემთხვევაშიც დომინანტური პოზიცია მცირედით გაზრდაა (40,5%), თითქმის მესამედის მითითებით კი, ბრუნვა იგივე დარჩება (32,4%) (იხ. დიაგრამა #11).

დიაგრამა 11: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ბრუნვის მოსალოდნელი ცვლილება



იმ საწარმოთა წარმომადგენლებმა, რომელთაც მიუთითეს, რომ მათი ბრუნვა მომდევნო წლის განმავლობაში, შესაძლოა, მცირედით ან მნიშვნელოვნად შემცირდეს, ამ პროცესების მიზეზებზე გაამახვილეს ყურადღება. სულ დასახელდა 20 მიზეზი, რომელთა 35%-ს (N=7) დონორების დახმარების შეწყვეტა წარმოადგენს, ხოლო 30%-ს (N=6) კორონავირუსით გამოწვეული პანდემია, რაც, სავარაუდოა, რომ საქმიანობის შეფერხებას/შეწყვეტას გამოიწვევს.

სოციალური საწარმოს შემთხვევაში 12 მნიშვნელოვანი მიზეზი დასახელდა, მათ შორის თანაბარი წილითაა წარმოდგენილი პანდემიით გამოწვეული სავარაუდო გართულებები (N=4; 33,3%) და წარმოებული პროდუქტის გაყიდვის შემცირებით გამოწვეული ფინანსური სირთულეების კატეგორია (N=4; 33,3%). ხოლო პასუხთა მეოთხედს დონორების დახმარების შეწყვეტა წარმოადგენს (N=3; 25%). იდენტური მიზეზებია სოციალური სერვისების მიმწოდებლების შემთხვევაშიც. რვა დასახელებული პასუხიდან ნახევარს სწორედ დონორების დახმარების შეწყვეტა წარმოადგენს, ხოლო მეოთხედს - კორონავირუსით გამოწვეული პანდემია (იხ. ცხრილი #16).

ცხრილი 16: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოლოდინები ბრუნვის ცვლილებასთან დაკავშირებით

თქვენი აზრით, რა არის ის მიზეზ(ებ)ი, რომელთა გამოც ფიქრობთ, რომ მომავალ წელს შემცირდება თქვენი ორგანიზაციის/საწარმოს ბრუნვა?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია	სოციალური საწარმო	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები
	%		
კორონავირუსით გამოწვეული პანდემია, რომელმაც შეიძლება გამოიწვიოს საწარმოს საქმიანობის შეფერხება/შეწყვეტა	25 (N=2)	33,3 (N=4)	30 (N=6)
დონორების დახმარების შეწყვეტა	50 (N=4)	25 (N=3)	35 (N=7)

თქვენი აზრით, რა არის ის მიზეზ(ებ)ი, რომელთა გამოც ფიქრობთ, რომ მომავალ წელს შემცირდება თქვენი ორგანიზაციის/საწარმოს ბრუნვა?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია	სოციალური საწარმო	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები
	%		
წარმოებული პროდუქტის გაყიდვების შემცირებით გამოწვეული ფინანსური სირთულეები	-	33,3 (N=4)	20 (N=4)
გაზრდილი კონკურენცია	125 (N=1)	-	5 (N=1)
სხვა	12,5 (N=1)	8,3 (N=1)	10 (N=2)

2.6.2. სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაციის შემოსავლის წყაროები

კვლევის ფარგლებში შეფასდა სოციალურ საწარმოთა მიზნების შესასრულებლად **ბოლო 4 წლის განმავლობაში (2018-2021) გამოყენებული შემოსავლის ძირითადი წყაროები**. აღმოჩნდა, რომ უპირატესი სახელმწიფოს დაფინანსებაა (ვაუჩერი, სხვ. - 24,4%), ხოლო საწარმოთა მეხუთედზე მეტის შეფასებით, ძირითად წყაროს სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული შემოსავალი (პროდუქტისა და მომსახურების გაყიდვით შემოსული თანხა) წარმოადგენს.

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა 40,8%-ის შემოსავლის ძირითადი წყარო ბოლო 4 წლის განმავლობაში სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული თანხა იყო, ხოლო თითქმის მეხუთედს უტოლდება ადგილობრივი დონორებისგან მიღებული გრანტების კატეგორია (19,2%). საწარმოთა 16% აღწერს, რომ მათი შემოსავლის ძირითადი წყარო არა ადგილობრივი, არამედ საერთაშორისო დონორების მიერ გაცემული გრანტებია. მეორე მხრივ კი, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა დიდი ნაწილი სახელმწიფოს დაფინანსებაზე (40,4%) მიუთითებს. ამ ტიპის საწარმოებშიც მნიშვნელოვან დატვირთვას ადგილობრივი (15,6%) და საერთაშორისო დონორებისგან (17,7%) მიღებული გრანტები იძენს (იხ. ცხრილი #17).

ცხრილი 17: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის ძირითადი წყაროები

გთხოვთ, გვითხრათ, ქვემოთ ჩამოთვლილი წყაროებიდან, რომელი იყო თქვენი შემოსავლის ძირითადი წყაროები 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
	%		
სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი (პროდუქტის და მომსახურების გაყიდვით შემოსული თანხები)	8,5	40,8	23,7

გთხოვთ, გვითხრათ, ქვემოთ ჩამოთვლილი წყაროებიდან, რომელი იყო თქვენი შემოსავლის ძირითადი წყაროები 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 ჰონორარი	-	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

საკითხის სტატისტიკურმა დამუშავებამ აჩვენა, რომ სოციალურ საწარმოთა (რომლებმაც შემოსავლის ძირითად წყაროდ **სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული თანხა** დაასახელა) უმრავლესობა (51%) 3-5 წელია შრომის ბაზარზე ფუნქციონირებს, მეხუთედზე მცირედით მეტის მუშაობის ხანგრძლივობა კი 1-2 წელია. სოციალურ საწარმოთა (რომლებიც შემოსავლის ძირითად წყაროდ ადგილობრივი დონორებისგან მიღებულ გრანტებს ასახელებს) 58,3% 3-5 წელია ფუნქციონირებს, ხოლო 20,8% - 1-2 წელი. სოციალურ საწარმოთა (რომლებიც შემოსავლის წყაროდ საერთაშორისო დონორებისგან მიღებულ გრანტებს მიუთითებს) 35% 1-2 წელი, ხოლო მეოთხედი (25%) 3-5 წელია შრომის ბაზარზე საქმიანობს.

სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა (რომელთა შემოსავლის უმთავრესი წყარო სავაჭრო საქმიანობისგან მიღებული თანხაა) ყოველი მესამე (33,3%) 10-15 წელია ფუნქციონირებს, მეოთხედი კი - 3-5 წელი. 16,7%-ს კი მუშაობის 16-20-წლიანი გამოცდილება აქვს. მნიშვნელოვან წყაროდ სახელდება სახელმწიფოს დაფინანსებაც (მაგ.: ვაუჩერი). კერძოდ, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 24,6% 10-15 წელია შრომის ბაზარზე არსებობს, 21,1% კი - 6-9 წელი, თითქმის მეხუთედის (19,3%) ფუნქციონირების ხანგრძლივობა კი 3-5 წელს ითვლის. სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შორის (რომლებიც ადგილობრივი დონორებისგან იღებენ გრანტს) გამოკითხულთა 22,7% აცხადებს, რომ მუშაობის პერიოდი 3-5 წელს მოიცავს. რესპონდენტთა (რომლებსაც საერთაშორისო დონორები ეხმარებიან) 36% 10-15 წელია ფუნქციონირებს, 28% კი - 6-9 წელი (*იხ. ცხრილი #18*).

ცხრილი 18: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის ძირითადი წყაროები დაფუძნების ტრილში

გთხოვთ, გვითხრათ, ქვემოთ ჩამოთვლილი წყაროებიდან, რომელი იყო თქვენი შემოსავლის ძირითადი წყაროები უკანასკნელი 4 წლის (2018-2021) განმავლობაში, რომელსაც იყენებდით/იყენებთ საწარმოს სოციალური მიზნების შესასრულებლად?	1-2 წელი	3-5 წელი	6-9 წელი	10-15 წელი	16-20 წელი	21-25 წელი	25 წელზე მეტი
	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია						

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?	1-2 წელი	3-5 წელი	6-9 წელი	10-15 წელი	16-20 წელი	21-25 წელი	25 წელზე მეტი
	%						
სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი (პროდუქტის და მომსახურების გაყიდვით შემოსული თანხები) N=12	8,3	25	-	33,3	16,7	8,3	8,3
გრანტები ადგილობრივი დონორებისგან N=22	9,1	22,7	18,2	18,2	13,6	9,1	9,1
გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან N=25	8	12	28	36	4	4	8
ინდივიდუალური შემოწირულობები N=16	12,5	18,8	12,5	25	6,3	18,8	6,3
საწევრო ჰონორარი N=0	-	-	-	-	-	-	-
სახელმწიფოს დაფინანსება (ვაუჩერი, სხვ.) N=57	12,3	19,3	21,1	24,6	8,8	8,8	5,3
ეკონომიკური/ბიზნესკომპანიების შემოწირულობები N=8	12,5	37,5	12,5	12,5	-	25	-
სოციალური საწარმო							
სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი (პროდუქტის და მომსახურების გაყიდვით შემოსული თანხები) N=51	21,6	51	9,8	11,8	2	3,9	-
გრანტები ადგილობრივი დონორებისგან N=24	20,8	58,3	12,5	4,2	-	4,2	-
გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან N=20	35	25	15	10	5	5	5
ინდივიდუალური შემოწირულობები N=15	33,3	33,3	13,3	6,7	-	6,7	6,7
საწევრო ჰონორარი N=3	-	-	33,3	33,3	33,3	-	-
სახელმწიფოს დაფინანსება (ვაუჩერი, სხვ.) N=8	12,5	37,5	12,5	12,5	-	25	-
ეკონომიკური/ბიზნესკომპანიების შემოწირულობები N=2	50	50	-	-	-	-	-

ზემოთ აღნიშნული თითოეული წყაროსგან მიღებული შემოსავლის პროცენტული წილი საერთო შემოსავალში შემდეგნაირად გამოიყურება: გამოკითხულთა 32,1% აცხადებს, რომ სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული შემოსავალი საერთო შემოსავალში 1-20%-მდე მერყეობს, რესპონდენტთა 28,6% კი 81%-100%-იან წილზე მიუთითებს. რესპონდენტთა ყველაზე დიდმა ნაწილმა (57,5%) აღნიშნა, რომ ადგილობრივი დონორებისგან მიღებული გრანტების, ინდივიდუალური შემოწირულობების (75%) და ბიზნესკომპანიების შემოწირულობების (62,5%) წილი საერთო შემოსავალში 1-20%-ს შორის მერყეობს.

სოციალურ საწარმოთა შორის სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობისგან მიღებული შემოსავლის 81%-100%-იან წილზე გამოკითხულთა 31,8% მიუთითებს, სახელმწიფოს დაფინანსების შემთხვევაში კი იმავე ოდენობის შემოსავალზე - რესპონდენტთა 42,9%. ადგილობრივი დონორებისგან მიღებული გრანტების შემთხვევაში გამოკითხულთა 52,4% აცხადებს, რომ მათი წილი საერთო შემოსავალში 20%-მდეა. საერთაშორისო დონორებისგან მიღებული გრანტების პროცენტული წილის შეფასებისას სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულმა ყოველმა მესამე რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ბოლო ოთხი წლის

განმავლობაში დასახელებული წყაროსგან მიღებული შემოსავლის წილი 41%-60%-ს შორის მერყეობდა. რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა გამოცდილებას, თითოეული წყაროს შემთხვევაში, გარდა სახელმწიფოსგან მიღებული დაფინანსებისა, გამოკითხულთა ყველაზე დიდი ნაწილი მიუთითებს 1-20%-მდე წილზე საერთო შემოსავალში. დასახელებული გამონაკლისის შემთხვევაში (სახელმწიფოსგან მიღებული დაფინანსება) სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში გამოკითხულთა 45,5%-მა მიუთითა 81%-100%-იან წილზე (იხ. ცხრილი #19).

ცხრილი 19: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის წყაროების დიფერენცირება

თითოეული წყაროდან მიღებული % საერთო შემოსავალში		1% -20%	21% -40%	41% -60%	61% -80%	81%-100%	არ ჰქონია
		%					
სავაჭრო ან/და კომერციული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=12	58,3	16,7	-	8,3	16,7	-
	სოციალური საწარმო N=44	25	9,1	13,6	18,2	31,8	2,3
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=56	32,1	10,7	10,7	16,1	28,6	1,8
გრანტები ადგილობრივი დონორებისგან	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=19	63,2	15,8	15,8	-	5,3	-
	სოციალური საწარმო N=21	52,4	19	9,5	4,8	14,3	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=40	57,5	17,5	12,5	2,5	10	-
გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=21	28,6	9,5	23,8	19	19	-
	სოციალური საწარმო N=18	11,1	16,7	33,3	27,8	11,1	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=39	20,5	12,8	28,2	23,1	15,4	-
ინდივიდუალური შემოწირულობები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=14	71,4	28,6	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=14	78,6	14,3	7,1	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=28	75	21,4	3,6	-	-	-
საწევრო ჰონორარი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია	-	-	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=3	-	100	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=3	-	100	-	-	-	-

თითოეული წყაროდან მიღებული % საერთო შემოსავალში		1% -20%	21% -40%	41% -60%	61% -80%	81%-100%	არ ჰქონია
		%					
სახელმწიფოს დაფინანსება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=48	14,6	10,4	12,5	16,7	45,8	-
	სოციალური საწარმო N=7	-	-	28,6	28,6	42,9	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=55	12,7	9,1	14,5	18,2	45,5	-
ეკონომიკური/ ბიზნესკომპანიების შემოწირულობები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=6	66,7	16,7	16,7	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=2	50	50	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=8	62,5	25	12,5	-	-	-
სხვა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=3	33,3	-	-	-	66,7	-
	სოციალური საწარმო N=3	-	-	-	-	100	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=6	16,7	-	-	-	83,3	-

შემდგომ ეტაპზე შეფასდა, როგორ შეიცვალა ბოლო 4 წლის განმავლობაში შეთავაზებული შემოსავლის წყაროების წილი ორგანიზაციების შემოსავლის საერთო სტრუქტურაში. როგორც აღმოჩნდა, კვლევაში მონაწილე საწარმოების ძირითადი ნაწილისთვის აღნიშნული წყაროებისგან შემოსავლის წილი იგივე დარჩა ან არასდროს ჰქონია:

- ინდივიდუალური შემოწირულება - 62,1%;
- საწევრო ჰონორარი - 85,3%;
- სახელმწიფო ფონდები - 68,8%;
- ეკონომიკური/ბიზნესკომპანიების შემოწირულება - 69%;
- მომსახურების/პროდუქციის მიწოდება - 46%;
- გრანტები ადგილობრივი დონორებისგან - 51,3%;
- გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან - 45,5%;
- ვაუჩერები - 54,5%.

ძირითადად, მსგავსი ტენდენციაა შენარჩუნებული როგორც სოციალური საწარმოების, ისე სოციალური სერვისების მიმწოდებლების ჭრილში. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ ყოველი მეორე სოციალური საწარმოს შემთხვევაში მომსახურების/პროდუქციის მიწოდებისგან მიღებული შემოსავალი გაიზარდა, რომელიც სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შორის მხოლოდ 22,6%-ს უტოლდება. რაც შეეხება ვაუჩერებს, თუკი სოციალური საწარმოების 72% აღნიშნავს, რომ ამ წყაროსგან თანხა არასდროს მიუღიათ, ბოლო 4 წლის განმავლობაში მიღებული შემოსავლის წილის ზრდაზე სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ყოველი მეორე ორგანიზაცია მიუთითებს (იხ. ცხრილი #20).

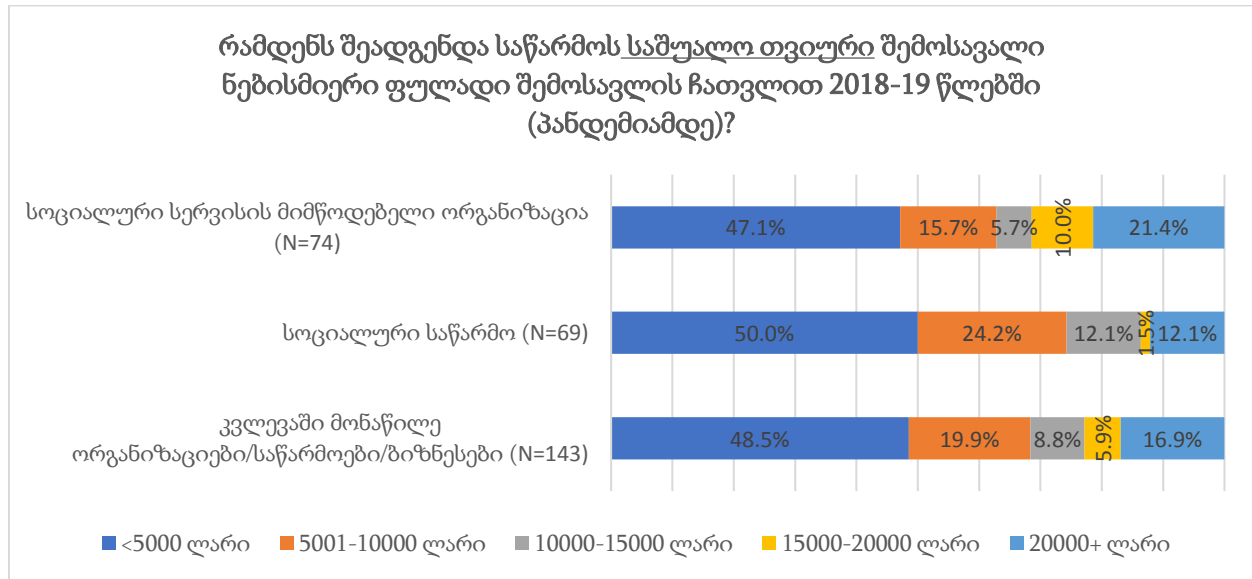
ცხრილი 20: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების შემოსავლის წყაროს ცვლილება

ვთხოვთ, გვითხრათ, რამდენად შეიცვალა შემოსავლის ქვემოთ ჩამოთვლილი წყაროების წილი თქვენი ორგანიზაციის შემოსავლის საერთო სტრუქტურაში ბოლო 4 წლის განმავლობაში?		გაიზარდა	იგივე დარჩა/არასდროს შეცვლია	შემცირდა	არ ეხება
		%			
ინდივიდუალური შემოწირულობები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=64	14,1	62,5	23,4	-
	სოციალური საწარმო N=52	13,5	61,5	25	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=116	13,8	62,1	24,1	-
საწევრო ჰონორარი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=55	1,8	87,3	10,9	-
	სოციალური საწარმო N=47	6,4	83	10,6	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=102	3,9	85,3	10,8	-
სახელმწიფო ფონდები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=64	17,2	68,8	14,1	-
	სოციალური საწარმო N=48	12,5	68,8	18,8	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=112	15,2	68,8	16,1	-
ეკონომიკური/ბიზნესკომპანიების შემოწირულობები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=64	7,8	67,2	2	-
	სოციალური საწარმო N=49	10,2	71,4	18,4	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=113	8,8	69	22,1	-
მომსახურების/პროდუქციის მიწოდება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=62	22,6	62,9	14,5	-
	სოციალური საწარმო N=62	50	29	21	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=124	36,3	46	17,7	-
გრანტები ადგილობრივი დონორებისგან	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=61	14,8	55,7	29,5	-
	სოციალური საწარმო N=52	26,9	46,2	26,9	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=113	20,4	51,3	28,3	-

გთხოვთ, გვითხრათ, რამდენად შეიცვალა შემოსავლის ქვემოთ ჩამოთვლილი წყაროების წილი თქვენი ორგანიზაციის შემოსავლის საერთო სტრუქტურაში ბოლო 4 წლის განმავლობაში?		გაიზარდა	იგივე დარჩა/არასდროს ჰქონია	შემცირდა	არ ეხება
		%			
გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=65	13,8	44,6	41,5	-
	სოციალური საწარმო N=56	26,8	46,4	26,8	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=121	19,8	45,5	34,7	-
ვაუჩერები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=62	50	40,3	9,7	-
	სოციალური საწარმო N=50	12	72	16	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=112	33	54,5	12,5	-
სხვა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	100 (N=1)	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	66,7 (N=2)	-	33,3 (N=1)	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	75 (N=3)	-	25 (N=1)	-

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციების თითქმის ნახევარი მიუთითებს, რომ **2018-2019 წლებში (პანდემიამდე) საწარმოს საშუალო თვიური შემოსავალი** 5000 ლარს არ აღემატებოდა. აღნიშნული ოდენობა დასახელდა ყოველი მეორე სოციალური საწარმოსა (50%) და სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა 47,1%-ის მიერ. თუკი სოციალურ საწარმოთა მეოთხედის საშუალო თვიური შემოსავალი 2018-2019 წლებში 5001-10000 შუალედში ექცეოდა, სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შემთხვევაში მაჩვენებელი 15,7%-მდეა შემცირებული. ამ უკანასკნელი ტიპის ორგანიზაციების მეხუთედზე მცირედით მეტის მითითებით, პანდემიამდე საწარმოს საშუალო თვიური შემოსავალი 20000 ლარს აჭარბებდა (იხ. დიაგრამა #12).

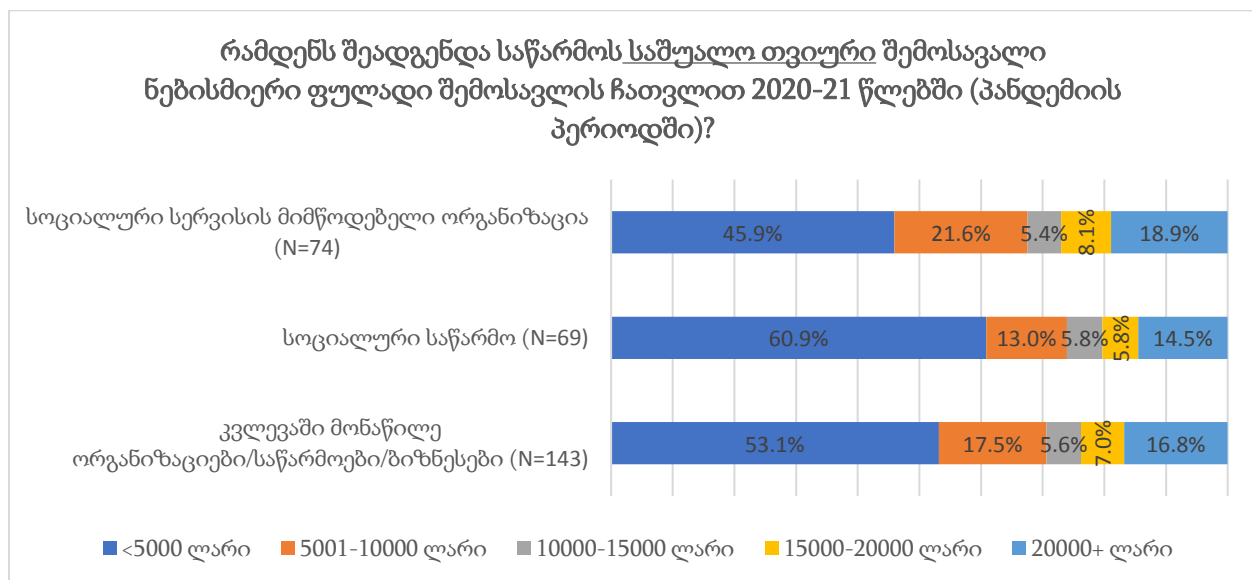
დიაგრამა 12: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საშუალო თვიური შემოსავალი



იდენტური მდგომარეობაა შენარჩუნებული საკითხის პანდემიის პირობებში გააზრების შემთხვევაშიც - ორგანიზაციათა ნახევარზე მეტის საშუალო თვიური შემოსავალი 5000 ლარზე ნაკლებს შეადგენს (სოციალური საწარმო - 60,9%; სოციალური სერვისების მიმწოდებლები - 45,9%).

სოციალურ საწარმოთა თითქმის 15% აცხადებს, რომ საშუალო თვიური შემოსავალი 20000 ლარს აღემატება, რაც პანდემიამდელ მდგომარეობასთან შედარებით გაზრდილი მაჩვენებელია (2018-2019 წლები - 12,1%). სოციალური სერვისების მიმწოდებლების მეხუთედზე მეტი პანდემიის პერიოდში საწარმოს საშუალო თვიურ შემოსავალს 5001-10000 ლარის შუალედში ათავსებს (21,6%), რაც პანდემიამდელი პერიოდის მაჩვენებელს აღემატება (2018-2019 წლები - 15,7%) (იხ. დიაგრამა #13).

დიაგრამა 13: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საშუალო თვიური შემოსავალი პანდემიის პერიოდში



სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შემოსავლის/დაფინანსების წყაროებზე ისაუბრეს თვისებრივ კვლევაში მონაწილე საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლებმაც. მათი შეფასებით, **საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციები სოციალური მიზნის მქონე საწარმოებს გრანტებით ეხმარებიან, რადგან სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო რეგულირება არ არსებობს.** კერძოდ, საერთაშორისო და ადგილობრივი დონორი ორგანიზაციები არასამეწარმეო იურიდიული პირის სტატუსის მქონე ორგანიზაციებს აფინანსებენ. არსებული შეზღუდვების გათვალისწინებით, დონორ ორგანიზაციებს ეკრძალებათ კერძო იურიდიული პირის სტატუსის მქონე ორგანიზაციების დაფინანსება, თუმცა არსებობს სახელმწიფო პროგრამები (მაგ.: „აწარმოე საქართველოში“), რომელთა ფარგლებშიც დაფინანსების მიღებაზე კერძო ორგანიზაციებს უფრო მეტად მიუწვდებათ ხელი, ვიდრე – არასამეწარმეო იურიდიულ პირებს. არსებული მდგომარეობა სწორედ იმაზე მიუთითებს, რომ სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა **მიერ დაფინანსების მიღება დამოკიდებულია იურიდიულ ფორმაზე და არა – ორგანიზაციის მისიაზე.** ერთ-ერთი გრანტის გამცემი ორგანიზაციის წარმომადგენლის ინფორმაციით, ცენტრალურ და მუნიციპალურ დონეზე სოციალური საწარმოები/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები სარგებლობდნენ სახელმწიფო პროგრამებით, რომლებიც დღეს უკვე აღარ არსებობს.

„რამდენიმე წლის წინ „ახალგაზრდობის ფონდი“, ასევე, იუსტიციის სამინისტრო, ყოფილი პრობაციისა და სასჯელაღსრულების სამინისტრო ფრაგმენტულად, მაგრამ მაინც პროგრამებს ნერგავდნენ თავიანთ სამოქმედო არეალში, ასევე, რამდენიმე მუნიციპალიტეტის მერია სოციალურ მეწარმეობის განვითარებაზე მცირე დაფინანსებას გასცემდა ადგილობრივი ორგანიზაციებისთვის. მაგრამ, დღეს ვიტყვით, რომ სიტუაცია გაცილებით გაუარესდა“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლები იმასაც აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები უმეტეს შემთხვევაში დონორის მოთხოვნებს ერგებიან. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ **დონორის მიერ საწარმოებისთვის გამოყოფილი თანხა ხშირად არასაკმარისია.**

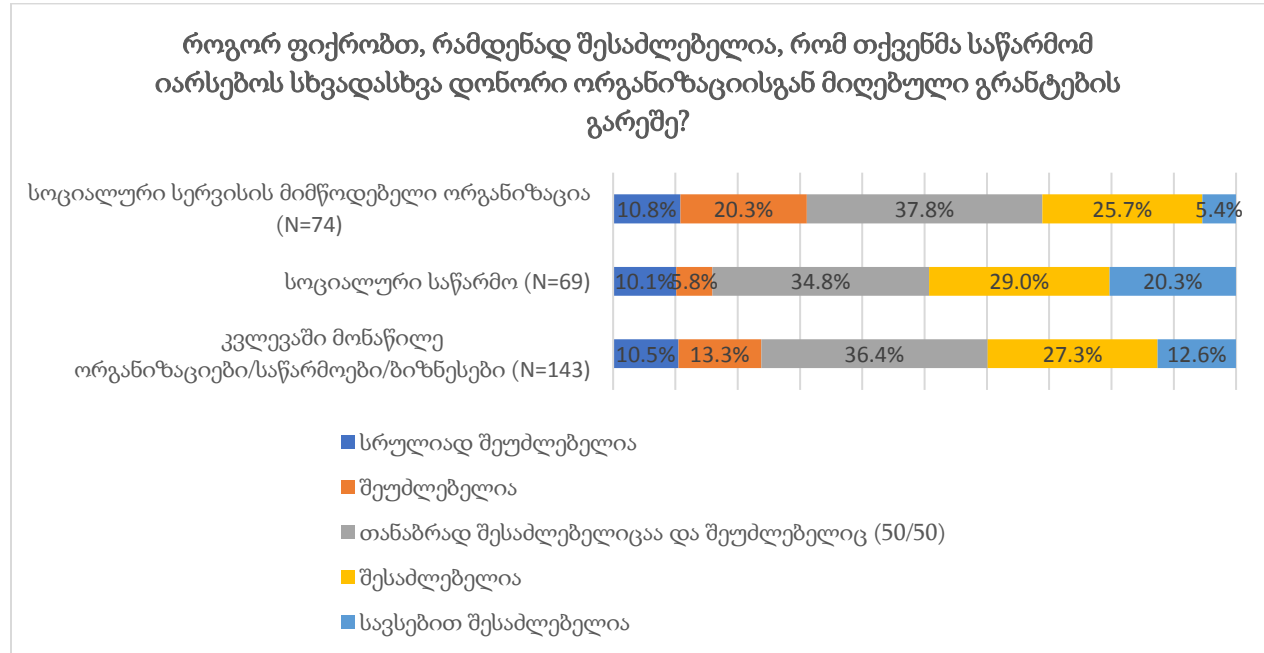
„დონორის ინტერესებზე მორგებული და მცირე თანხებით საწარმოს საქმიანობის დაწყებას ლოგიკურ შედეგამდე მივყავართ, რომ ამ ტიპის საწარმო ვერ იქნება ისეთი ეფექტური, როგორც, მაგალითად, კერძო ბიზნესი იქნებოდა, რომელმაც, თუნდაც კრედიტით დაიწყო საქმიანობა. მაგრამ კერძო საწარმოს აქვს იმ რაოდენობის ინვესტიცია, რომლითაც შეძლებს ყველა მიმართულებით – წარმოების, კადრების ვადამზადების, წარმატებული მარკეტინგის და ა. შ. სწორად მუშაობას“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში ორგანიზაციებმა შეაფასეს, **რამდენადაა შესაძლებელი დონორის გრანტების გარეშე საწარმოს არსებობა.** შეფასებისთვის გამოვიყენეთ 5-ქულიანი სკალა, რომელზეც ქულა 1 აღწერდა კატეგორიას „სრულიად შეუძლებელია“, ხოლო ქულა 5 – „სავსებით შესაძლებელია“. როგორც აღმოჩნდა, ორგანიზაციათა მესამედზე მეტი დონორის გრანტების გარეშე საწარმოს არსებობას თანაბრად შესაძლებლად და შეუძლებლად (ქულა 3) მიიჩნევს (36,4%). კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები საკითხის შეფასებისას უფრო დადებითი პოზიციისკენ იხრებიან (ქულები 4 და 5) – 39,9%.

მსგავსი ტენდენცია შენარჩუნებულია როგორც სოციალური საწარმოების, ისე სოციალური სერვისების მიმწოდებლების ტერიტორიაში – დომინანტურ შეფასებას ქულა 3 (ნეიტრალური პოზიცია) წარმოადგენს: სოციალური საწარმო – 34,8%, სოციალური სერვისების მიმწოდებლები – 37,8%. აქვე აღსანიშნავია, რომ თითქმის ყოველი მეორე სოციალური საწარმო (49,3%) დონორის

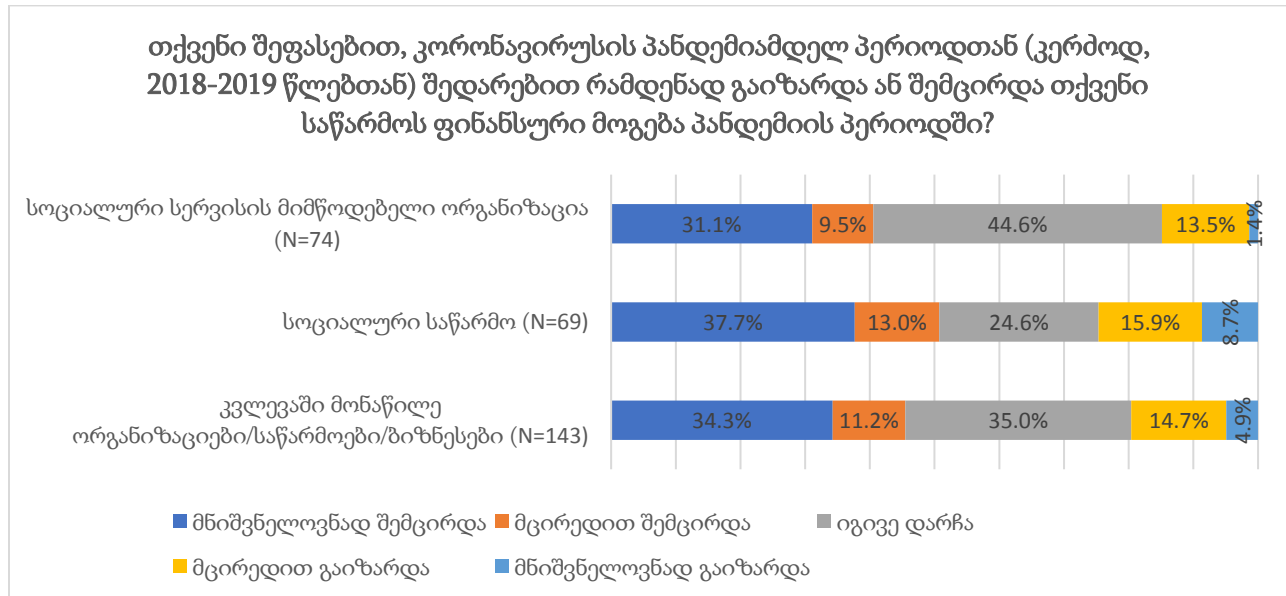
გრანტების გარეშე საწარმოს არსებობას შესაძლებლად მიიჩნევს (ქულები 4 და 5). მსგავსი შეფასება სოციალური სერვისების მიმწოდებლებში 31,1%-მდე შემცირებული (იხ. დიაგრამა #14).

დიაგრამა 14: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების აზრი დონორი ორგანიზაციების საქმიანობის შესახებ



კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა ძირითადი ნაწილი მიიჩნევს, რომ პანდემიის პერიოდში საწარმოს ფინანსური მოგება შემცირდა (45,5%) პანდემიამდელ პერიოდთან შედარებით; მათ შორის მესამედზე მეტი მნიშვნელოვან შემცირებაზე მიუთითებს (34,3%). გამოკითხულ ორგანიზაციათა თითქმის მეხუთედი აღწერს მოგების ზრდას (19,6%).

კვლევაში ჩართული ყოველი მეორე სოციალური საწარმოს შეფასებით, პანდემიის პერიოდში საწარმოს ფინანსური მოგება შემცირდა (50,7%), 37,7% კი მნიშვნელოვან შემცირებაზე მიუთითებს. სოციალური სერვისების მიმწოდებლების ძირითადი ნაწილი პანდემიისა და პანდემიამდელ პერიოდს საწარმოს ფინანსური მოგების თვალსაზრისით იდენტურად აფასებს (კატეგორია „იგივე დარჩა“ – 44,6%), ხოლო 40,5% მოგების შემცირებაზე მიუთითებს (იხ. დიაგრამა #15).



2.6.3. სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაციის ფინანსური მოგება

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა (რომლებმაც პანდემიის პერიოდში საწარმოს ფინანსური მოგების მნიშვნელოვან შემცირებაზე მიუთითეს) 30% (N=13) აღწერს, რომ მოგება 41%-60%-ით შემცირდა; 21%-40% და 61%-80%-იან შემცირებას თანაბარი 23,3% (N=10) გამოკვეთს. სოციალურ საწარმოთა 31,8% (N=7) პანდემიის პირობებში ფინანსური მოგების 61%-80%-იან შემცირებაზე მიუთითებს, ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა მესამედი (33,3%, N=7) – 41%-60%-იანს. აღნიშნული მაჩვენებლები ჯგუფში დომინანტური კატეგორიებია.

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა 75% (N=9) 1%-20%-იან შემცირებას გულისხმობს, როდესაც საუბარია საწარმოს ფინანსური მოგების მცირედით შემცირებაზე. მსგავს პოზიციას იზიარებს ამ ჯგუფის სოციალური საწარმოების 57,1% (N=4) და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ყველა ორგანიზაცია (N=5).

კვლევაში ჩართული ორგანიზაციების/საწარმოების/ბიზნესორგანიზაციების (რომელთა ფინანსური მოგება პანდემიისას მცირედით გაიზარდა) 80%-ის (N=16) შეფასებით, ზრდის მაჩვენებელი 1-20%-იან დიაპაზონში მოექცა. მსგავს შედეგზე მიუთითებს ამ ჯგუფის სოციალური საწარმოების 60% (N=6) და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ათივე ორგანიზაცია.

გამოკითხული ორგანიზაციების თანაბარი რაოდენობა - 33,3% (N=2) - ფინანსური მოგების მნიშვნელოვან ზრდად 41%-60%-იან ან 81%-100%-იან მაჩვენებელს საზღვრავს. სოციალური საწარმოებისთვისაც მსგავსი ტენდენციაა დამახასიათებელი, კერძოდ, ამ უკანასკნელთა თანაბარი რაოდენობა - 40% (N=2) - სწორედ ზემოაღნიშნულ კატეგორიებს ასახელებს. ხოლო ამ ჯგუფში გაერთიანებული სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ერთი ორგანიზაცია 1%-20%-იან ზრდაზე მიუთითებს (იხ. ცხრილი #21).

ცხრილი 21: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ცვლილება პანდემიურ ტრილში

თქვენი შეფასებით, კორონავირუსის პანდემიამდე პერიოდთან (კერძოდ, 2018-2019 წლებთან) შედარებით, რამდენად გაიზარდა ან შემცირდა თქვენი საწარმოს ფინანსური მოგება პანდემიის პერიოდში?		1%-20%	21%-40%	41%-60%	61% - 80%	81%-100%
		%				
მნიშვნელოვნად შემცირდა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=21	14,3 (N=3)	28,6 (N=6)	33,3 (N=7)	14,3 (N=3)	9,5 (N=2)
	სოციალური საწარმო N=25	4,5 (N=1)	18,2 (N=4)	27,3 (N=6)	31,8 (N=7)	18,2 (N=4)
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=43	9,3 (N=4)	23,3 (N=10)	30,2 (N=13)	23,3 (N=10)	14 (N=6)
მცირედით შემცირდა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=5	100 (N=5)	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=9	57,1 (N=4)	28,6 (N=2)	14,3 (N=2)	-	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=13	75 (N=9)	16,7 (N=2)	8,3 (N=2)	-	-
მცირედით გაიზარდა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=10	100 (N=10)	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=10	60 (N=6)	30 (N=3)	10 (N=1)	-	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=20	80 (N=16)	15 (N=3)	5 (N=1)	-	-
მნიშვნელოვნად გაიზარდა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=1	100 (N=1)	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=5	-	-	40 (N=2)	20 (N=1)	40 (N=2)
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=6	16,7 (N=1)	-	33,3 (N=2)	16,7 (N=1)	33,3 (N=2)

კვლევის ფარგლებში პანდემიის პერიოდში საწარმოს მოგების მნიშვნელოვნად ან მცირედით გაზრდის მიზეზები განისაზღვრა. დასახელებულ კატეგორიებს შორის ახალი პროდუქციის გამოშვება (22,4%), PR აქტივობების ჩატარებით საწარმოს ცნობადობის გაზრდა (20,4%), დასაქმებულთა კვალიფიკაციის ამაღლება (18,4%) ტარბობს.

სოციალური საწარმოების შემთხვევაში დომინანტური კატეგორიები შემდეგია (თანაბარი 23,5%-23,5%; N=8): ახალი პროდუქციის გამოშვება, PR აქტივობების ჩატარებით საწარმოს ცნობადობის გაზრდა. შემდგომ პოზიციებს კი დასაქმებულთა კვალიფიკაციის ამაღლება (14,7%; N=5) და საწარმოში არსებული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება (14,7%; N=5) იკავებს. მიზეზების სხვა კატეგორიები 6%-მდეა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შემთხვევაში საწარმოს მოგების მნიშვნელოვნად ან მცირედით ზრდა, ძირითადად, დასაქმებულთა კვალიფიკაციის ამაღლებაზეა დამოკიდებული (26,7%; N=4). საყურადღებოა ახალი პროდუქციის გამოშვებაც (20%; N=3) და საწარმოში არსებული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებაც (20%; N=3) (იხ. ცხრილი #22).

ცხრილი 22: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ცვლილების ანალიზი პანდემიურ ტრილში

თქვენი აზრით, რა არის მიზეზ(ებ)ი იმისა, რომ თქვენი საწარმოს მოგება მნიშვნელოვნად ან მცირედით გაიზარდა პანდემიის პერიოდში (2020-21 წწ.)?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=11	სოციალური საწარმო N=17	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=28
	%		
ახალ ბაზარზე შესვლა	6,7 (N=1)	5,9 (N=2)	61 (N=3)
ახალი პროდუქციის გამოშვება	20 (N=3)	23,5 (N=8)	22,4 (N=11)
შემცირებული კონკურენცია	-	5,9 (N=2)	4,1 (N=2)
დასაქმებულთა კვალიფიკაციის ამაღლება	26,7 (N=4)	14,7 (N=5)	18,4 (N=9)
საწარმოში არსებული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება	20 (N=3)	14,7 (N=5)	16,3 (N=8)
PR აქტივობების ჩატარებით საწარმოს ცნობადობის გაზრდა	13,3 (N=2)	23,5 (N=8)	20,4 (N=10)
სხვა	13,3 (N=2)	11,8 (N=4)	12,2 (N=6)

საწარმოს მიერ განხორციელებული საქმიანობის შედეგად მიღებული მოგება, ძირითადად, საწარმოში არსებული პირობების გაუმჯობესებაში (ინფრასტრუქტურა, უსაფრთხო გარემო, საწარმოო დანადგარების განახლება/დამატება და სხვ.) დაიხარჯა (36,7%); ხოლო თითქმის მესამედის შემთხვევაში მოგება თანამშრომელთა და მოსარგებლეთა ფინანსურ მხარდაჭერას (მაგ.: ბენეფიციართათვის სხვადასხვა სერვისის დაფინანსება, დასაქმებულთა პროფესიული გადამზადება) მოხმარდა (32,7%).

სოციალურმა საწარმოებმა მიღებული მოგება, ძირითადად, საწარმოში არსებული პირობების გაუმჯობესებაზე (37,9%) დაიხარჯა; თითქმის ყოველმა მესამე საწარმომ კი - საწარმოს სოციალური მიზნების რეალიზებაზე (31%). მეოთხედს აჭარბებს იმ საწარმოთა წილი, რომლებმაც თანხა თანამშრომელთა და ბენეფიციართა ფინანსურ მხარდაჭერაზე გადაანაწილეს (27,6%). სოციალურ სერვისების მიმწოდებლებში სწორედ ეს უკანასკნელი

კატეგორიაა უპირატესი (40%). მესამედზე მეტი კი მოგების ხარჯვის მიმართულებად საწარმოში არსებული პირობების გაუმჯობესებას ასახელებს (35%) (იხ. ცხრილი #23).

ცხრილი 23: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მიერ მიღებული მოგების განკარგვა

გთხოვთ, გვითხრათ, რა აქტივობებში დაიხარჯა თქვენი საწარმოს მიერ განხორციელებული საქმიანობების შედეგად მიღებული მოგება?	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=11	სოციალური საწარმო N=17	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=28
	%		
თანამშრომლებისა და ბენეფიციარების ფინანსურ მხარდაჭერაში (მაგ.: ბენეფიციარებისთვის სხვადასხვა სერვისის დაფინანსება, დასაქმებულების პროფესიული გადამზადება და სხვ.)	40 (N=8)	27,6 (N=8)	32,7 (N=16)
საწარმოს სოციალური მიზნების რეალიზებაში	25 (N=5)	31 (N=9)	28,6 (N=14)
საწარმოში არსებული პირობების გაუმჯობესებაში (ინფრასტრუქტურა, უსაფრთხო გარემო, საწარმოო დანადგარების განახლება/დამატება და სხვ.)	35 (N=7)	37,9 (N=11)	36,7 (N=18)
სხვა	-	3,4 (N=1)	2 (N=1)

კვლევის ფარგლებში დამატებით შეფასდა მიზეზები, რომელთა გამოც საწარმოს პანდემიის პერიოდში არ ჰქონია ფინანსური მოგება. ძირითად მიზეზად კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული შეზღუდვების შედეგად საწარმოს აქტიური ფუნქციონირების შეფერხება განისაზღვრა (40,4%), მეხუთედის შემთხვევაში კი - წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის სირთულეები (19,9%).

სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები ასახელებენ მსგავს მიზეზებს, რომლებიც დომინანტურ პოზიციას იკავებს. სოციალურ

საწარმოთა მხოლოდ 36,8% მიუთითებს საქმიანობის პანდემიით გამოწვეულ შეფერხებაზე, მსგავს გამოცდილებას კი სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა 44,7% აღწერს. კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა მეოთხედზე მეტი წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის სირთულეებზე მიუთითებს, რომელსაც სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა მხოლოდ 9,2% იზიარებს (იხ. ცხრილი #24).

ცხრილი 24: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოგების ანალიზი პანდემიურ ტრილში

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/ბიზნესკომპანები 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

სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები არსებულ სირთულეებზე საუბრისას ხაზს უსვამენ უარყოფით გავლენას, რომელმაც კორონავირუსის პანდემიისას საწარმოებზე იქონია. დაწესებული შეზღუდვების გამო ბევრმა საქმიანობა შეაჩერა, რის შედეგადაც დანახარჯთან ერთად მნიშვნელოვანი ფინანსური ზიანი მიაღდათ.

„კოვიდამდე ახალგაზრდულ სივრცეში მოვაწყვეთ ჰოსტელი, რომელიც საკმაოდ საინტერესო იყო ბუგდიდის უცხოელი სტუმრებისთვის და დამატებითი შემოსავალი იყო, ფაქტიურად, საწარმოსთვის, მაგრამ დახურვა მოგვიწია“ (სოციალური საწარმო „მეგობრობის“ წარმომადგენელი).

„კოვიდის გამო კიდევ დიდი გამოწვევების წინაშე აღმოვჩნდი. თან ჩვენი კაფეც გვეჩონდა და კაფის შემთხვევაში იმხელა რეგულაციები იყო, რომ გავაჩერეთ საქმიანობა. „ქეითერინგიც“ სრულად გაჩერდა. ამიტომ თითქმის შეწყდა ჩვენი შემოსავლები. შემდეგ აღმოჩნდა, რომ სამზარეულოც დაიკეტა და თანამშრომლების გაშვებაც მოგვიწია“ (სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფეს“ წარმომადგენელი).

მწირი ფინანსური რესურსების გამო დამატებითი კადრების აყვანა შეუძლებელია, ამიტომ საწარმოში სხვადასხვა საქმიანობის შესრულებაზე პასუხისმგებლობას მმართველები იღებენ.

„ამდენ სოციალურ მოთხოვნას რა მოვუხერხო არ ვიცი, ფსიქოლოგები და ნევროლოგები მიგზავნიან ძალიან ბევრ ბავშვს, განსაკუთრებით აუტიზმის სპექტრის მქონეებს. შშმ მოსწავლეები მყავს უამრავი და გამოწვევა სწორედ ეს არის, რომ, იქნება, ამ სოციალური საწარმოს დაფუძნების შემდეგ ამ სტატუსით მაინც რაღაცას მივაღწიოთ, ვიღაცას ხმა მივაწვდინოთ და გვერდში დავიყენოთ“ (სოციალური საწარმო „ანდამატის“ წარმომადგენელი).

იმის გამო, რომ კორონავირუსის პანდემიამ მნიშვნელოვნად შეაფერხა სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა, მოგება ძალზე მცირე აქვთ ან საერთოდ არ აქვთ. რთული პერიოდის მიუხედავად, მაინც საინტერესო აღმოჩნდა რესპონდენტების მოსაზრებების მოსმენა, თუ რა მიმართულებით იყენებენ საწარმოს საქმიანობით მიღებულ მოგებას. როგორც შედეგები აჩვენებს, **მეწარმეები მოგებას, ძირითადად, ისევ საწარმოში აბანდებენ, საწარმოს ბენეფიციართა რაოდენობას ზრდიან და მათი საჭიროებების დაკმაყოფილების მიზნით საჭირო საშუალებებს (ინვენტარს, აღჭურვილობას, ნედლეულს და ა. შ.) იძენენ ან სხვადასხვა აქტივობას (გადამზადება, ახალი უნარების დაუფლება, კვალიფიკაციის ამაღლება და სხვ.) გეგმავენ.**

„ახალგაზრდებთან, მათი ინტერესების გათვალისწინებით, მუსიკალური აღჭურვილობა შევიძინეთ. პერიოდულად ჩამოდიან სხვადასხვა მიმართულების და ჟანრის მუსიკოსები, ელექტრონულ მუსიკას ვგულისხმობ, რომლებიც დაინტერესებულ ახალგაზრდებს ასწავლიან მუსიკის წერის ტექნიკურ ნაწილს“ (სოციალური საწარმო „მეგობრის“ წარმომადგენელი).

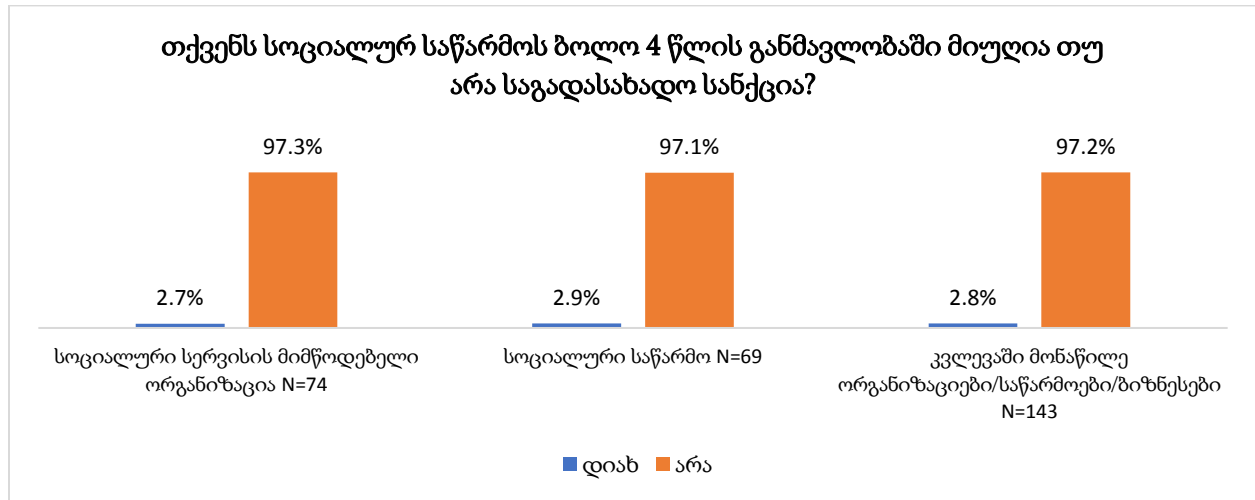
საწარმოთა შემოსავალი, ძირითადად, კომუნალურ გადასახადებში, ინვენტარისა და ნედლეულის შეძენაში, იჯარის თანხის გადახდასა და შრომით ანაზღაურებაში იხარჯება. საწარმოთათვის სწორედ თანამშრომლებისთვის ანაზღაურების გადახდა ერთ-ერთი ძირითადი გამოწვევაა. ქვეყანაში კორონავირუსის პანდემიის გამო შექმნილმა მძიმე სოციალურ-ეკონომიკურმა მდგომარეობამ საწარმოთა დამფუძნებლები აიძულა, რომ შემცირებული ფინანსური რესურსები გონივრულად დაეხარჯათ.

2.7. ეკონომიკური მაჩვენებლები

სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციათა ეკონომიკური მაჩვენებლების შეფასებისას რესპონდენტებმა ისაუბრეს, თუ როგორი საგადასახადო გამოცდილება აქვთ.

სოციალურ საწარმოთა (97,1%) და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა (97,3%) აბსოლუტური უმრავლესობა აცხადებს, რომ მათ ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში საგადასახადო სანქცია არ მიუღიათ. ის რესპონდენტები (**N=4**), რომლებმაც საგადასახადო დაჯარიმებაზე მიუთითეს, სანქციად გაფრთხილებასა (სოციალური სერვისების მიმწოდებელი 1 ორგანიზაცია) და ფულად ჯარიმას (სოციალური საწარმო - N=2; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - N=1) ასახელებენ (იხ. დიაგრამა #16).

დიაგრამა 16: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საგადასახადო სანქციების შემთხვევები



ფინანსურ საკითხებზე უფლებამოსილ სტრუქტურებთან ურთიერთობისას შექმნილი პრობლემების შესახებ საუბრისას კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა აბსოლუტური უმრავლესობა (>91%) აცხადებს, რომ მათ კომუნიკაციასთან დაკავშირებული პრობლემები არასდროს ჰქონიათ. შედარებით მაღალია იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებმაც აღნიშნეს, რომ მათ მომსახურების მაღალი ტარიფისა (10,5%) და ბიუროკრატიული სირთულეების გამო (14%) იშვიათად/ზოგჯერ/ხშირად/რეგულარულად ექმნებათ პრობლემები.

სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელ რესპონდენტთა 90%-ზე მეტი აღნიშნავს, რომ მათ არ შეჰქმნიათ პრობლემები შემდეგ საკითხებზე: ფინანსებთან დაკავშირებით უფლებამოსილ სტრუქტურებთან კომუნიკაცია, გადაწყვეტილების მიღების გაჭიანურება და არასწორი ინფორმაციის მიწოდება **(თითოეული საკითხის შემთხვევაში: სოციალური საწარმო - 94,2%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 90,5%)**; ამასთანავე, გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 95,7% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 93,2% აცხადებს, რომ ფინანსურ საკითხებთან დაკავშირებით უფლებამოსილ სტრუქტურებთან კომუნიკაციისას არასდროს წარმოქმნილა პრობლემა უფლებამოსილი სტრუქტურების შეუთანხმებელი მუშაობის გამო (მაგ.: როცა უფლებამოსილი ორგანიზაციის თანამშრომლები ურთიერთგამომრიცხავ ინფორმაციას იძლევიან). გარდა განხილულისა, სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 97,1% არასდროს გამხდარა უსამართლო გადაწყვეტილების მსხვერპლი; იმავეს აცხადებს სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 91,9%. სოციალურ საწარმოთა გამოცდილება აჩვენებს, რომ ზემოთ აღნიშნულ სტრუქტურებთან კომუნიკაციისას ისინი უფრო ხშირად აწყდებიან მომსახურების მაღალი ტარიფით გამოწვეულ პრობლემებს (13%), ვიდრე - სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები (8,3%) **(იშვიათად+ზოგჯერ+ხშირად+რეგულარულად)**. ფინანსურ საკითხებზე პასუხისმგებელ სტრუქტურებთან ურთიერთობისას ბიუროკრატიული სირთულეების არარსებობაზე მიუთითებს სოციალურ საწარმოთა 87% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 85,1% (იხ. ცხრილი #25).

ცხრილი 25: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების საგადასახადო სანქციების შემთხვევების ანალიზი

გთხოვთ, გვითხრათ, ფინანსურ საკითხებთან დაკავშირებით უფლებამოსილ სტრუქტურებთან ურთიერთობისას, თუ შეგქმნიათ ისეთი პრობლემები, როგორებიცაა:		სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ ბიზნესკომპანიები N=143
		%		
კომუნიკაციის სირთულე	არასდროს	90,5	94,2	92,3
	იშვიათად	4,1	2,9	3,5
	ზოგჯერ	1,4	-	0,7
	ხშირად	4,1	2,9	3,5
	რეგულარულად	-	-	-
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	-	-	-
გადაწყვეტილების მიღების გაჭიანურება	არასდროს	90,5	94,2	92,3
	იშვიათად	2,7	1,4	2,1
	ზოგჯერ	2,7	4,3	3,5
	ხშირად	4,1	--	2,1
	რეგულარულად	-	-	--
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	-	-	-
არასწორი ინფორმაციის მიწოდება	არასდროს	90,5	94,2	92,3
	იშვიათად	6,8	-	3,5
	ზოგჯერ	2,7	2,9	2,8
	ხშირად	-	1,4	0,7
	რეგულარულად	-	1,4	0,7
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	-	-	-
არაკორდინირებული მუშაობა (მაგ.: როცა უფლებამოსილი ორგანიზაციის თანამშრომლები ურთიერთგამომრიცხავ ინფორმაციას იძლევიან)	არასდროს	93,2	95,7	94,4
	იშვიათად	4,1	-	2,1
	ზოგჯერ	1,4	1,4	1,4
	ხშირად	1,4	2,9	2,1
	რეგულარულად	-	-	-
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	-	-	-
მომსახურების მაღალი ტარიფები	არასდროს	90,5	87	88,8
	იშვიათად	1,4	-	0,7

გთხოვთ, გვითხრათ, ფინანსურ საკითხებთან დაკავშირებით უფლებამოსილ სტრუქტურებთან ურთიერთობისას, თუ შეგქმნიათ ისეთი პრობლემები, როგორებიცაა:		სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	სოციალური საწარმო N=69	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ ბიზნესკომპანიები N=143
		%		
	ზოგჯერ	4,1	5,8	4,9
	ხშირად	1,4	4,3	2,8
	რეგულარულად	1,4	2,9	2,1
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	1,4	-	0,7
ბიუროკრატიული სირთულეები	არასდროს	85,1	87	86
	იშვიათად	4,1	1,4	2,8
	ზოგჯერ	6,8	4,3	5,6
	ხშირად	2,7	5,8	4,2
	რეგულარულად	1,4	1,4	1,4
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	-	-	-
არასამართლიანი გადაწყვეტილებები	არასდროს	91,9	97,1	94,4
	იშვიათად	5,4	1,4	3,5
	ზოგჯერ	1,4	1,4	1,4
	ხშირად	1,4	-	0,7
	რეგულარულად	-	-	-
	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა	-	-	-

თვისებრივ კვლევაში მონაწილე ექსპერტთა ერთი ნაწილის შეფასებით, ფორმალური საფინანსო ინსტიტუტების მხრიდან სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მიმართ ნდობა დაბალია, შესაბამისად, საწარმოებისთვის კრედიტები ნაკლებად ხელმისაწვდომია. როგორც საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, ბიზნესის წარმომადგენლებს უჭირთ იმის გააზრება, თუ როგორ შეიძლება ბიზნესის წამყვანი მიზანი სოციალური იყოს. როგორც უკვე აღინიშნა, სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა სამართლებრივი ჩარჩოს არარსებობა მნიშვნელოვნად აფერხებს საწარმოებისთვის ფინანსების ხელმისაწვდომობის გაზრდას.

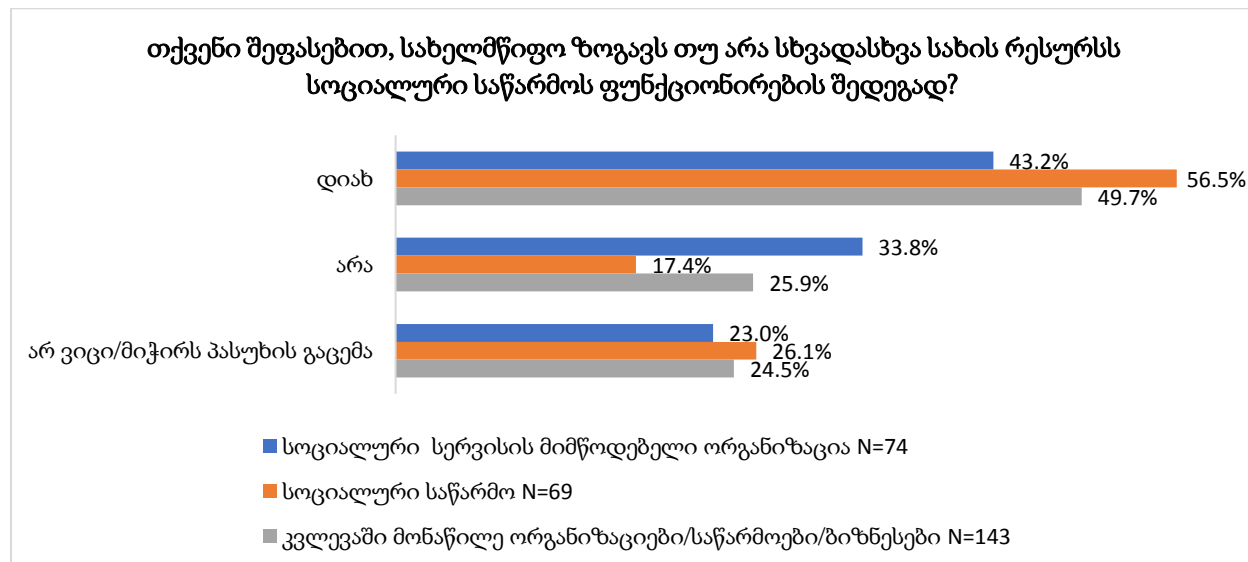
„პოლიტიკური დიალოგის წარმოება და ამ პროცესში სახელმწიფოს ჩართულობა აუცილებელია. ამის შემდეგ უკვე უნდა დაიწყოს მსჯელობა სოციალური საწარმოების ფინანსური ხელშემწყობის პირობების შექმნის შესახებ“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენლები).

ექსპერტების ინფორმაციით, არსებობს მხოლოდ რამდენიმე სოციალური საწარმო და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია, რომლებმაც საქმიანობა საფინანსო კრედიტის მიღებით დაიწყეს.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების/ბიზნესკომპანიების წარმომადგენელთა 49,7% აცხადებს, რომ სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო ზოგავს სხვადასხვა სახის რესურსს, 25,9% კი საპირისპიროდ აფასებს.

მათ შორის, სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა უმრავლესობა (56,6%) აცხადებს, რომ სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო ზოგავს სხვადასხვა სახის რესურსს, 17,4% კი საპირისპირო მოსაზრებას გამოთქვამს (*არ ზოგავს*). რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა გადანაწილებას, მათგან 43,2% მიიჩნევს, რომ სახელმწიფოს მხრიდან რესურსები იზოგება, 33,8% კი აღნიშნულს არ იზიარებს (იხ. დიაგრამა #17).

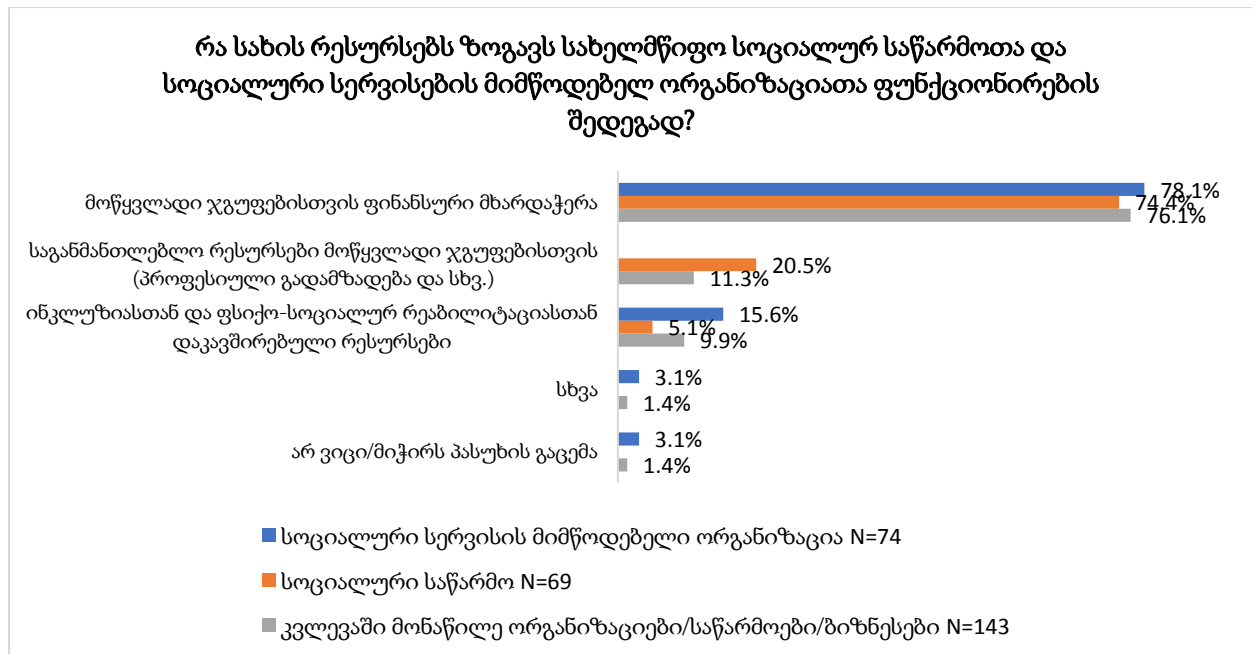
დიაგრამა 17: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო სახსრების დაზოგვა



კვლევაში მონაწილე პირთა ყველაზე დიდი ნაწილის (76,1%) აზრით, სოციალური საწარმოების ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო ფინანსურ რესურსებს ზოგავს, ვინაიდან ნაკლებად უწევს მოწყვლადი ჯგუფების ეკონომიკურ პრობლემებზე ზრუნვა.

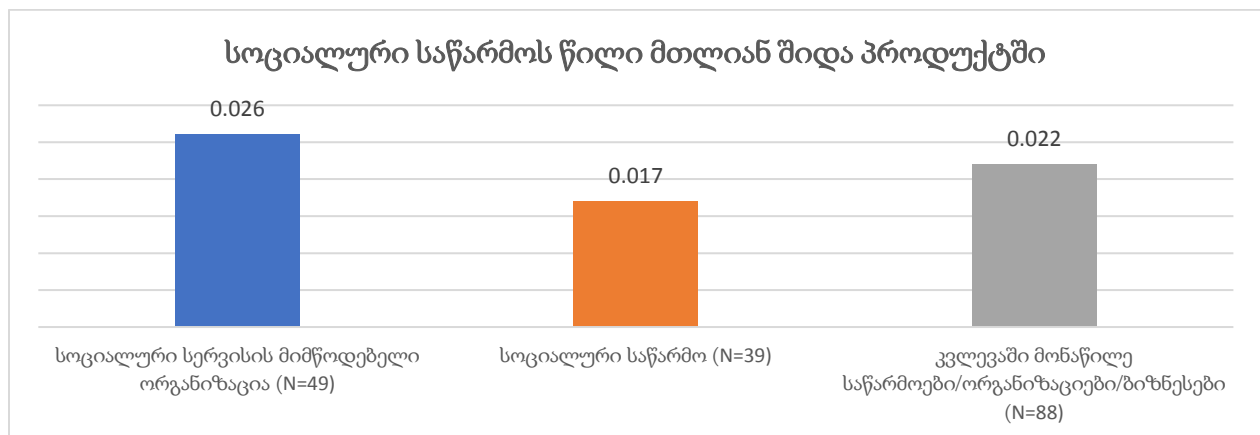
სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლების 74,4%-მა აღნიშნა, რომ სახელმწიფო მოწყვლად ჯგუფებს ფინანსურად ნაკლებად ეხმარება. ამავე მოსაზრებას იზიარებს სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 78,1%. სოციალურ საწარმოთა 20,5% დაზოგილთა შორის ასახელებს მოწყვლადი ჯგუფებისთვის საგანმანათლებლო რესურსებს (პროფესიული გადამზადება და სხვ.), ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა 15,6% - ინკლუზიასა და ფსიქოსოციალურ რეაბილიტაციასთან დაკავშირებულ რესურსებს (იხ. დიაგრამა #18).

დიაგრამა 18: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების ფუნქციონირების შედეგად სახელმწიფო სახსრების დაზოგვის ანალიზი



კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა ეკონომიკური მახასიათებლების შესაფასებლად ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში მათი საწარმოს წილი განისაზღვრა, რისთვისაც გამოვიყენეთ საწარმოს 2020 წლის ბრუნვისა და ქვეყნის 2020 წლის მთლიანი შიდა პროდუქტის მაჩვენებელი (მილიარდ ლარში). როგორც ჩანს, კვლევაში მონაწილე საწარმოთა წილის საერთო მაჩვენებელი ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში 0,022%-ს შეადგენს, რომელიც სამიზნე ჯგუფების მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება: სოციალური საწარმო - 0,017%, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 0,026%⁸³ (იხ. დიაგრამა #19).

დიაგრამა 19: კვლევის სუბიექტების წილი მთლიან შიდა პროდუქტში



83 ვინაიდან კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთაგან/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათაგან/სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანიისგან ჯამში მხოლოდ 88-მ მიუთითა 2020 წლის განმავლობაში არსებული ბრუნვის მაჩვენებელი, შესაბამისად, მხოლოდ ამ საწარმოების/ორგანიზაციების/ბიზნესკომპანიების საფუძველზე გამოითვალა ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში მათ მიერ შეტანილი წილი. აღსანიშნავია, რომ დასახელებული მიზეზის გამო მონაცემები არ არის ზუსტი, თუმცა ტენდენციას აღწერს.

2.8. დასაქმების მაჩვენებლები

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულ პირებთან ჩატარებული ფოკუსჯგუფის შეხვედრებისას დისკუსიის მონაწილეებმა სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობის გამოცდილებაზე ისაუბრეს. რესპონდენტებმა სოციალურ საწარმოებში დასაქმების სხვადასხვა გზაზე მიუთითეს. კერძოდ, დასაქმებულთა ნაწილმა აღნიშნა, რომ საწარმოსთან თანამშრომლობა გადასამზადებელი კურსების გავლით დაიწყო; ზოგიერთებმა კი, როგორც აღმოჩნდა, გამოცხადებული ვაკანსიის ფარგლებში შეძლეს დასაქმება მათ მიერ მითითებულ საწარმოებში; რამდენიმემ ისიც დასძინა, რომ სოციალურ საწარმოში დასაქმება მათ ახლობლების/მეგობრების დახმარებით შეძლეს; ზოგიერთმა მიუთითა, რომ თავად მონაწილეობდნენ სოციალურ საწარმოთა დაფუძნების პროცესში, რაც შემდგომში საწარმოსთან თანამშრომლობის გაგრძელების წინაპირობა გახდა.

*„მე შევისწავლე პოლიმერულ თიხაზე მუშაობა. ეს 3-თვიანი პროგრამა იყო და მშვენივრად გავართვი თავი. მერე გადავწყვიტე, რომ დავრჩენილიყავი მათ სოციალურ საწარმოში და სხვადასხვა პროექტში მიმეღო მონაწილეობა“
(დასაქმებული, სოციალური საწარმო „აფხაზეთი“).*

„სამსახურის ძიების პროცესში ერთ-ერთ დასაქმების საიტზე გადავაწყდი ვაკანსიას, გავაგზავნე CV, სამოტივაციო წერილი და გასაუბრებაზე გადაწყდა, რომ უნდა ვყოფილიყავი მათთან ერთად“ (დასაქმებული/მოხალისე, სოციალური საწარმო „მირაბალდები“).

კვლევის ფარგლებში შერჩეულ სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენელ დასაქმებულთა შორის გამოკითხულთა ყველაზე დიდი ნაწილი აცხადებს, რომ მათი რაოდენობა 1-10 პირამდე მერყეობს. კერძოდ, გამოკითხულთა 67,4%-ის შემთხვევაში 1-10 ახალგაზრდაა დასაქმებული, ხოლო 65,9%-ში იმავე რაოდენობის ქალი. 50,4%-ს უტოლდება იმ საწარმოთა/ორგანიზაციათა წილი, რომელშიც ათამდე იძულებით გადაადგილებული პირია დასაქმებული. რაც შეეხება შშმ პირთა დასაქმების მაჩვენებელს, გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა 44,3%-ში შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე დასაქმებულ პირთა რაოდენობა 1-10 ადამიანამდე მერყეობს, 48,4% კი აცხადებს, რომ მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენლები საერთოდ არ ჰყავთ დასაქმებული. აღსანიშნავია, რომ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა დასაქმების თვალსაზრისით ყველაზე დაბალია კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირების წილი, ვინაიდან გამოკითხულთა 86,6% აცხადებს, რომ ისინი არ ჰყავთ დასაქმებული.

კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა 78,5%-ში და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 62%-ში ათამდე ახალგაზრდაა დასაქმებული. სოციალურ საწარმოთა 70,1%-ში იმავე რაოდენობის ქალი და 61,4%-ში იმავე რაოდენობის სოციალურად დაუცველი პირი მუშაობს. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წილი, რომლებიც მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა დასაქმების უფრო მაღალ მაჩვენებლებზე მიუთითებენ, მნიშვნელოვნად მცირდება კვლევაში (იხ. ცხრილი #26).

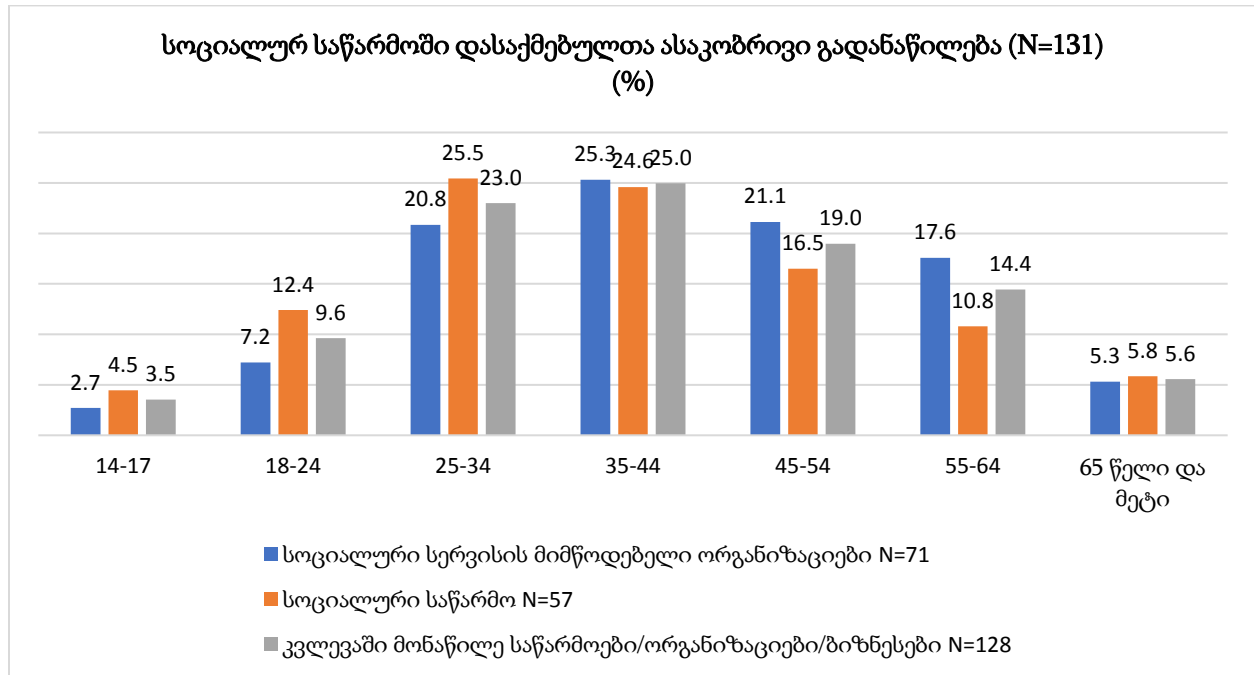
ცხრილი 26: კვლევაში მონაწილე სუბიექტთა დასაქმების მაჩვენებელი

რამდენი ადამიანია დასაქმებული თქვენს ორგანიზაციაში/საწარმოში ქვემოთ ჩამოთვლილი ჯგუფებიდან		1-10 დასაქმებული	11-20 დასაქმებული	21-30 დასაქმებული	31-40 დასაქმებული	41-50 დასაქმებული	51+ დასაქმებული	არ არიან დასაქმებული
		%						
შებლუდული შესაძლებლობების მქონე პირები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=63	39,7	4,8	3,2	-	1,6	-	54
	სოციალური საწარმო N=59	49,2	6,8	1,7	-	-	-	42,4
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=122	44,3	5,7	2,5	-	0,8	-	48,4
ქალები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=71	62	19,7	4,2	2,8	4,2	5,6	1,4
	სოციალური საწარმო N=67	70,1	10,4	3	1,5	3	1,5	10,4
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=138	65,9	15,2	3,6	2,2	3,6	3,6	5,8
ახალგაზრდები (18-29წწ)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=70	57,1	5,7	5,7	-	-	2,9	28,6
	სოციალური საწარმო N=65	78,5	6,2	1,5	-	-	1,5	12,3
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=135	67,4	5,9	3,7	-	-	2,2	20,7
სოციალურად დაუცველი პირები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=64	40,6	4,7	1,6	-	1,6	-	51,6
	სოციალური საწარმო N=57	61,4	1,8	1,8	-	-	-	35,1
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=121	50,4	3,3	1,7	-	0,8	-	43,8
იძულებით გადაადგილებული პირები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=65	38,1	3,2	-	-	-	-	58,7
	სოციალური საწარმო N=55	41,8	-	-	-	-	1,8	56,4
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=118	39,8	1,7	-	-	-	0,8	57,6

რამდენი ადამიანია დასაქმებული თქვენს ორგანიზაციაში/საწარმოში ქვემოთ ჩამოთვლილი ჯგუფებიდან		1-10 დასაქმებული	11-20 დასაქმებული	21-30 დასაქმებული	31-40 დასაქმებული	41-50 დასაქმებული	51+ დასაქმებული	არ არიან დასაქმებული
		%						
კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=61	9,8	-	-	-	-	-	90,2
	სოციალური საწარმო N=51	17,6	-	-	-	-	-	82,4
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=112	13,4	-	-	-	-	-	86,6
ხანდაზმულები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=66	40,9	1,5	-	-	-	-	56,1
	სოციალური საწარმო N=56	39,3	3,6	-	-	-	-	57,1
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=122	40,2	2,5	-	-	-	-	56,6
არამოწყვლადი პირები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=64	26,6	9,4	3,1	3,1	-	1,6	56,3
	სოციალური საწარმო N=57	43,9	3,5	1,8	1,8	-	-	47,4
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=121	34,7	6,6	2,5	2,5	-	0,8	52,1
სხვა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	-	-	2,7	-	-	-	97,3
	სოციალური საწარმო N=69	-	-	-	-	-	-	98,6
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ ბიზნესკომპანიები N=143	-	-	1,4	0,7	-	-	97,9

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციებში/საწარმოებში დასაქმებულთა ასაკობრივი გადანაწილება აჩვენებს, რომ ორგანიზაციათა/საწარმოთა საშუალოდ 25%-ში დასაქმებულთა ასაკი 35-44 წლებს შორის მერყეობს, საშუალოდ 23%-ში მომუშავე ინდივიდები კი 25-34 ასაკობრივ კატეგორიაში ექცევიან (იხ. დიაგრამა #20).

დიაგრამა 20: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულების ასაკობრივი ტრილი



კვლევის შედეგად მოპოვებული მონაცემების დამუშავებამ გამოავლინა, რომ საწარმოებში/ორგანიზაციებში თითოეული ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენელ დასაქმებულთა რაოდენობა გამოკითხულთა დიდი უმრავლესობისთვის 1-10 პირამდე მერყეობს. კერძოდ, კვლევაში გამოკითხულთა შორის 91%-ზე მაღალია იმ სოციალურ საწარმოთა/ორგანიზაციათა წილი, რომელთაც 18-24 წლის (92,3%), 45-54 წლის (91,1%) , 55-64 წლის (95,2%) ან/და 65 წლისა და მეტის (93,9%) 10-მდე თანამშრომელი ჰყავთ. სხვა ასაკობრივი ჯგუფების (14-17 წ.; 25-34წ.;) შემთხვევაში კი ამ საწარმოთა/ორგანიზაციათა წილი 80%-89%-ს შორის მერყეობს.

საკითხის სოციალური საწარმოსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილი დიფერენციაცია ცხადყოფს, რომ დიდ/აბსოლუტურ უმრავლესობაში დასაქმებულთა რაოდენობა თითოეული ასაკობრივი კატეგორიის მიხედვით 1-10 ინდივიდამდე მერყეობს. აქვე, ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით დასაქმებულთა ზრდის დინამიკა აჩვენებს, რომ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულთა წილი აღემატება სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობას. კერძოდ, სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა საშუალოდ 9,3%-მა აღნიშნა, რომ 14-17 წლის 11-20 ადამიანი ჰყავთ დასაქმებული, ასეთთა წილი სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში საშუალოდ 14,3%-ია. ამ უკანასკნელთა შორის საშუალოდ 14,5% აღნიშნავს, რომ 25-34 წლამდე ასაკის 11-20 თანამშრომელი ჰყავს, სოციალურ საწარმოებში კი ანალოგიურ გამოცდილებაზე საშუალოდ მხოლოდ 6% მიუთითებს (იხ. ცხრილი #27).

ცხრილი 27: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა ასაკობრივი ჯგუფის ანალიზი

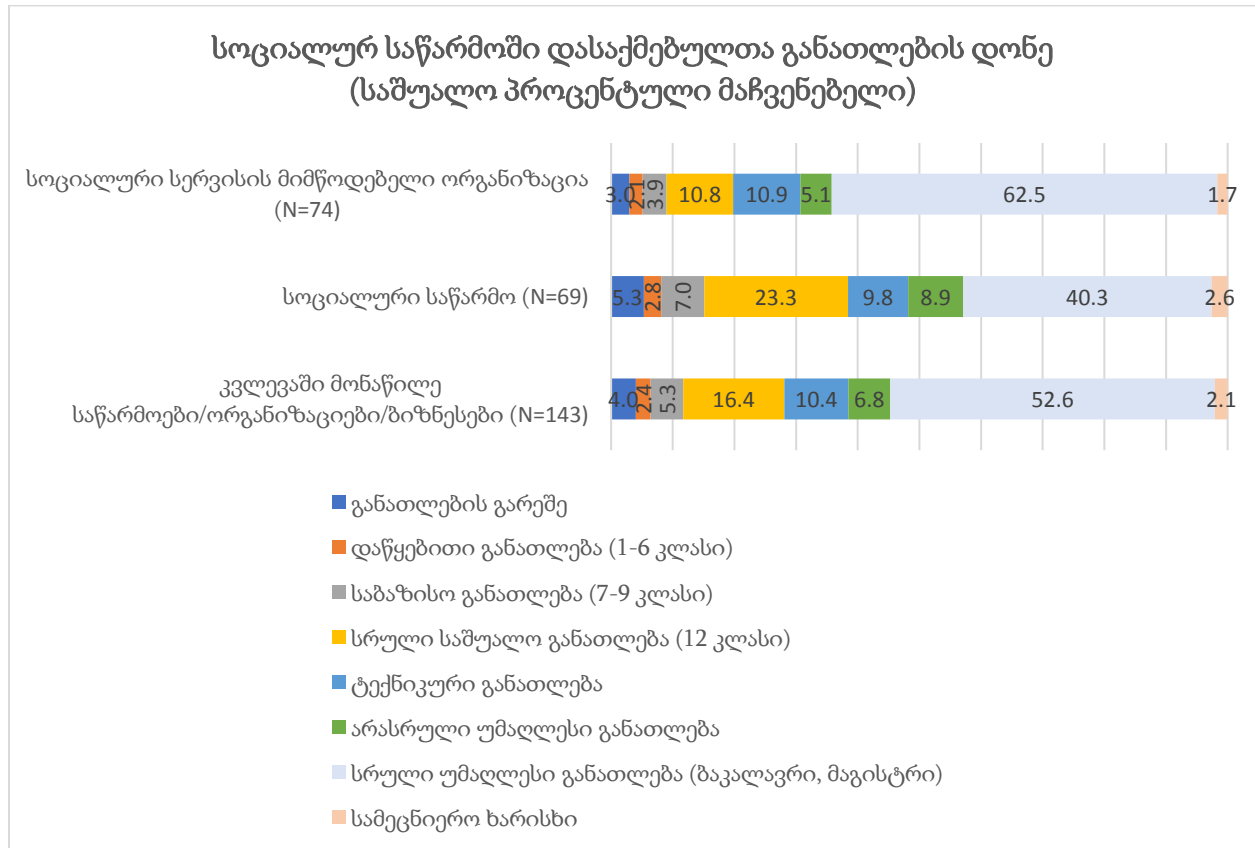
სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულთა რაოდენობა ასაკის ჯგუფში		1-10 ინდივიდი	11-20 ინდივიდი	21-30 ინდივიდი	31-40 ინდივიდი	41-50 ინდივიდი	51-ზე მეტი ინდივიდი
		%					
14-17 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=7	85,7	14,3	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=11	90,9	9,1	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=18	88,9	11,1	-	-	-	-
18-24 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=32	84,4	12,5	3,1	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=33	100	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=65	92,3	6,2	1,5	-	-	-
25-34 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=55	72,7	14,5	7,3	1,8	-	1,8
	სოციალური საწარმო N=50	88	6	2	-	-	4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=105	80	10,5	4,8	1	-	2,9
35-44 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=60	78,3	11,7	5	3,3	1,7	0
	სოციალური საწარმო N=47	89,4	6,4	2,1	0	0	2,1
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=107	83,2	9,3	3,7	1,9	0,9	0,9
45-54 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=60	88,3	8,3	1,7	-	1,7	0
	სოციალური საწარმო N=41	95,1	2,4	-	-	-	2,4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=101	91,1	5,9	1	-	1	1
55-64 წელი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=51	94,1	-	2	-	-	2
	სოციალური საწარმო N=32	96,9	-	-	-	-	3,1
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=83	95,2	-	1,2	-	-	2,4

სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში დასაქმებულთა რაოდენობა ასაკის ჯგუფში		%					
		1-10 ინდივიდი	11-20 ინდივიდი	21-30 ინდივიდი	31-40 ინდივიდი	41-50 ინდივიდი	51-ზე მეტი ინდივიდი
65 წელი და მეტი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=32	96,9	-	-	-	-	3,1
	სოციალური საწარმო N=17	88,2	5,9	-	-	-	5,9
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=49	93,9	2	-	-	-	4,1

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციებში დასაქმებულთა საშუალოდ 52,6% სრული უმაღლესი განათლების მქონე პირია (ბაკალავრი, მაგისტრი), 16,4%-ს კი სრული საშუალო განათლება (12 კლასი) აქვს მიღებული. საშუალოდ მეათედს უტოლდება დასაქმებულთა წილი, რომელთაც ტექნიკური განათლების დიპლომი აქვთ.

სოციალური საწარმოების შემთხვევაში დასაქმებულთა განათლების დონის ორი დომინანტური კატეგორიაა გამოკვეთილი: სრული უმაღლესი განათლება (ბაკალავრი, მაგისტრი) – საშუალოდ 40,3%, სრული საშუალო განათლება (12 კლასი) – საშუალოდ 23,3%. განათლების სხვა დონის მქონე დასაქმებულთა წილი საწარმოში 10%-საც კი არ უტოლდება. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებშიც დასაქმებულთა უმრავლესობა სრული უმაღლესი განათლების (ბაკალავრი, მაგისტრი) მქონე პირია – საშუალოდ 62,5%, ხოლო ორგანიზაციაში დასაქმებულთა საშუალოდ 10%-ს მცირედით აჭარბებს სრული საშუალო განათლებისა და ტექნიკური განათლების მქონე პირთა წილი (იხ. დიაგრამა #21).

დიაგრამა 21: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა განათლების დონე



კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციებში განათლების ნებისმიერი დონის მქონე დასაქმებულთა რაოდენობა, ძირითადად, 1-10 შუალედში მერყეობს (საშუალოდ 88%). ცხადია, მსგავსი ტენდენციაა სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებში. როგორც საწარმოთა წარმომადგენლებმა მიუთითეს, განათლების თითოეული დონის მქონე დასაქმებულთა რაოდენობა 1-10 ინდივიდია, რომელიც ორგანიზაციის ტიპის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება (საშუალო მაჩვენებელი): სოციალური საწარმო - 93%, სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 81%.

როგორც აღმოჩნდა, ყველაზე მეტად განფენილი სრული უმაღლესი განათლების (ბაკალავრი, მაგისტრი) მქონეთა რაოდენობაა, რომელიც კვლევაში ჩართული 4 ორგანიზაციის შემთხვევაში 50 ინდივიდსაც კი აჭარბებს. აქვე აღსანიშნავია, რომ სრული უმაღლესი განათლების მქონე პირთა რაოდენობა უფრო მზარდია სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში, ვიდრე - სოციალურ საწარმოებში, მაგ.: თუკი კვლევაში ჩართული 5 სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია მიუთითებს, რომ 31-40 შუალედშია განათლების ამ დონის მქონე დასაქმებულთა რაოდენობა, იდენტურ შეფასებას მხოლოდ 1 სოციალური საწარმო ავლენს (იხ. ცხრილი #28).

ცხრილი 28: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა რაოდენობა განათლების დონეების მიხედვით

სოციალურ საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა განათლების დონეების მიხედვით		1-10 ინდივიდი	11-20 ინდივიდი	21-30 ინდივიდი	31-40 ინდივიდი	41-50 ინდივიდი	50 ინდივიდზე მეტი
		%					
განათლების გარეშე	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=9	77,8 (N=7)	11,1 (N=1)	11,1 (N=1)	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=12	83,3 (N=10)	16,7 (N=2)	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=21	81 (N=17)	14,3 (N=3)	4,8 (N=1)	-	-	-
დაწყებითი განათლება (1-6 კლასი)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=7	71,4 (N=5)	14,3 (N=1)	-	-	14,3 (N=1)	-
	სოციალური საწარმო N=10	100 (N=10)	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=17	88,2 (N=15)	5,9 (N=1)	-	-	5,9 (N=1)	-
საბაზო განათლება (7-9 კლასი)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=12	66,7 (N=8)	16,7 (N=2)	-	-	16,7 (N=2)	-
	სოციალური საწარმო N=20	95 (N=19)	5 (N=1)	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=32	84,4 (N=27)	9,4 (N=3)	-	-	6,3 (N=2)	-
სრული საშუალო განათლება (12 კლასი)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=34	76,5 (N=26)	8,8 (N=3)	5,9 (N=2)	-	8,8 (N=3)	-
	სოციალური საწარმო N=44	93,2 (N=41)	4,5 (N=2)	-	-	-	2,3 (N=1)
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=78	85,9 (N=67)	6,4 (N=5)	2,6 (N=2)	-	2,6 (N=2)	1,3 (N=1)
ტექნიკური განათლება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=41	95,1 (N=39)	4,9 (N=2)	-	-	-	-

სოციალურ საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა განათლების დონეების მიხედვით		1-10 ინდივიდი	11-20 ინდივიდი	21-30 ინდივიდი	31-40 ინდივიდი	41-50 ინდივიდი	50 ინდივიდზე მეტი
		%					
	სოციალური საწარმო N=31	93,5 (N=29)	-	3,2 (N=1)	-	-	3,2 (N=1)
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=72	94,4 (N=68)	2,8 (N=2)	1,4 (N=1)	-	-	1,4 (N=1)
არასრული უმაღლესი განათლება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=20	95 (N=19)	5 (N=1)	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=27	96,3 (N=26)	3,7 (N=1)	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=47	95,7 (N=45)	4,3 (N=2)	-	-	-	-
სრული უმაღლესი განათლება (ბაკალავრი, მაგისტრი)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=70	67,1 (N=47)	14,3 (N=10)	2,9 (N=2)	7,1 (N=5)	4,3 (N=3)	4,3 (N=3)
	სოციალური საწარმო N=51	90,2 (N=46)	3,9 (N=2)	-	2 (N=1)	2 (N=1)	2 (N=1)
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=121	76,9 (N=93)	9,9 (N=12)	1,7 (N=2)	5 (N=6)	3,3 (N=4)	3,3 (N=4)
სამეცნიერო ხარისხი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=15	100 (N=15)	-	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=8	87,5 (N=7)	12,5 (N=1)	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=23	95,7 (N=22)	4,3 (N=1)	-	-	-	-

ფოკუსკვლევის შეხვედრების მონაწილენი აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთა და ბენეფიციართა საწარმოსთან თანამშრომლობის პერიოდი დაახლოებით 6 თვიდან 5 წლამდე მერყეობს, რამდენიმემ კი უფრო გრძელვადიან პარტნიორობაზეც მიუთითა. ამ უკანასკნელზე ყურადღებას ამახვილებენ რესპონდენტები, რომლებიც სოციალურ საწარმოსთან დაარსების დღიდან თანამშრომლობენ. რაც შეეხება სხვა სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობის წინა გამოცდილებას, რესპონდენტები აცხადებენ, რომ ასეთი გამოცდილება მათ არ აქვთ.

„სამი წელია, რაც აქ ვარ. არ არის დიდი ხანი, მაგრამ ძალიან კარგი იყო ეს სამი წელი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ფარშევანი“).

როგორც სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგები აჩვენებს, სოციალურ საწარმოთა ნაწილი მოწყვლადი ჯგუფის წარმომადგენლებს სხვადასხვა პროექტის ფარგლებში ასაქმებს. მოსარგებლებს მიღებამდე გადაამზადებენ; შემდგომ მათ საქმიანობას აკვირდებიან, რათა სამუშაო პროცესში წარმოშობილ საჭიროებებს დროულად უპასუხონ.

სოციალური საწარმოების მმართველები თანამშრომელთა შერჩევასაც ყველაზე მეტ ყურადღებას კანდიდატის მოტივაციაზე ამახვილებენ. როგორც რესპონდენტები აღნიშნავენ, მოტივაციაში საწარმოს საქმიანობისადმი ინტერესსა და მოწყვლად ჯგუფებთან მუშაობის მზაობას გულისხმობენ. მაგ.: მოწყვლად ჯგუფებთან მუშაობისას მნიშვნელოვანია სწორი ტერმინოლოგიის, ქცევის ეთიკის ცოდნა და სხვ. **აუცილებელია, კანდიდატს გააზრებული ჰქონდეს სამუშაოს სპეციფიკა და საწარმოს სოციალური მიზანი.**

როგორც ინტერვიუების შედეგად გამოვლინდა, საწარმოთა მმართველები სამუშაო შეხვედრებსა (Workshop) და ტრენინგებზე ყველაზე მომზადებულ და მოტივირებულ მონაწილეებს სთავაზობენ დასაქმებას. ვაკანსიების გამოსაცხადებლად საწარმოთა ნაწილი სოციალურ ქსელს (ფეისბუქგვერდს) იყენებს. **აღსანიშნავია ისიც, რომ საწარმოები, ძირითადად, გამოუცდელ ახალგაზრდებს ასაქმებენ.** ამის მიზეზი ისაა, რომ მმართველები კვალიფიციურ კადრებს შესაბამის ანაზღაურებას ვერ სთავაზობენ. ამასთანავე, ახალგაზრდებს (მათ შორის, მოხალისეობრივ საწყისებზე) მუშაობის მეტი მოტივაცია აქვთ.

შევნიშნავთ, რომ ოსტატების დასაქმების მიზნით ერთ-ერთი სოციალური საწარმო მუნიციპალიტეტების საკონტაქტო ბაზას იყენებს. თუმცა, როგორც რესპონდენტმა აღნიშნა, არაფორმალური გზებით კადრების მოძიება უფრო ეფექტიანია.

„ადგილობრივი ოსტატების შესახებ სიას, რომელიც გვაწვდის ადგილობრივი ხელისუფლებამ, არასოდეს არ ვართ კმაყოფილები. ამიტომ ჩვენ თვითონ ვაგრძელებთ ძიების პროცესს“ (სოციალური საწარმო „ეთნოდიზინის“ წარმომადგენელი).

2.8.1. სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიწოდებაზე ორგანიზაციაში დასაქმებულთა პრაფიკი/ანაზღაურება

გამოკითხულ ორგანიზაციათა 63,3%-ში 1-10 და 11,5%-ში 11-20 ადამიანი სრულ განაკვეთზე დასაქმებული. კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა 62,1%-ში კი 1-10 პირი ნახევარ განაკვეთზე მუშაობს.

სოციალური საწარმოების დიდ ნაწილში (67,2%) სრულ განაკვეთზე დასაქმებულ ადამიანთა რაოდენობა 1-10-ია, ხოლო იმავე რაოდენობის პირთა ნახევარ განაკვეთზე დამსაქმებელ საწარმოთა წილი 64,7%-ია. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა შორის გამოკითხულთა თანაბარი რაოდენობის რესპონდენტები (59,7%) მიუთითებენ სრულ ან ნახევარ განაკვეთზე მომუშავე 1-10 დასაქმებულზე. აღსანიშნავია ისიც, რომ სოციალურ საწარმოთა 20,9%-ს და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 11,1%-ს საერთოდ არ ჰყავს სრულ განაკვეთზე დასაქმებული თანამშრომლები; ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებული თანამშრომლები არ ჰყავს სოციალურ საწარმოთა 32,4%-ს და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 29,2%-ს (იხ. ცხრილი #29).

ცხრილი 29: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში სრულ და ნახევარ შტატზე დასაქმებულთა ანალიზი

თქვენს ორგანიზაციაში დასაქმებულთაგან რამდენი ადამიანი მუშაობს სრულ განაკვეთზე/ნახევარ განაკვეთზე?		1-10 დასაქმებული	11-20 დასაქმებული	21-30 დასაქმებული	31-40 დასაქმებული	41-50 დასაქმებული	51+ დასაქმებული	არ არიან დასაქმებულნი
		%						
სრულ განაკვეთზე დასაქმებული	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	59,7	15,3	1,4	4,2	5,6	2,8	11,1
	სოციალური საწარმო N=69	67,2	7,5	1,5	3	-	-	20,9
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=143	63,3	11,5	1,4	3,6	2,9	1,4	15,8
ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებული	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	59,7	9,7	1,4	-	-	-	29,2
	სოციალური საწარმო N=69	64,7	-	1,5	-	1,5	-	32,4
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=143	62,1	5	1,4	-	0,7	-	30,7

კვლევის ფარგლებში რესპონდენტებმა დაასახელეს, რამდენია მათ საწარმოებში/ორგანიზაციებში ნახევარ ან სრულ განაკვეთზე დასაქმებულ პირთა ანაზღაურება. კერძოდ, გამოკითხულთა 51,5% აღნიშნავს, რომ სრულ განაკვეთზე დასაქმებულთა ანაზღაურება 150-500 ლარამდე მერყეობს, 35,6%-ის შემთხვევაში 501-1000 ლარია. ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულ რესპონდენტთა 57,3% კი აცხადებს, რომ მათი ანაზღაურება 150-500 ლარია.

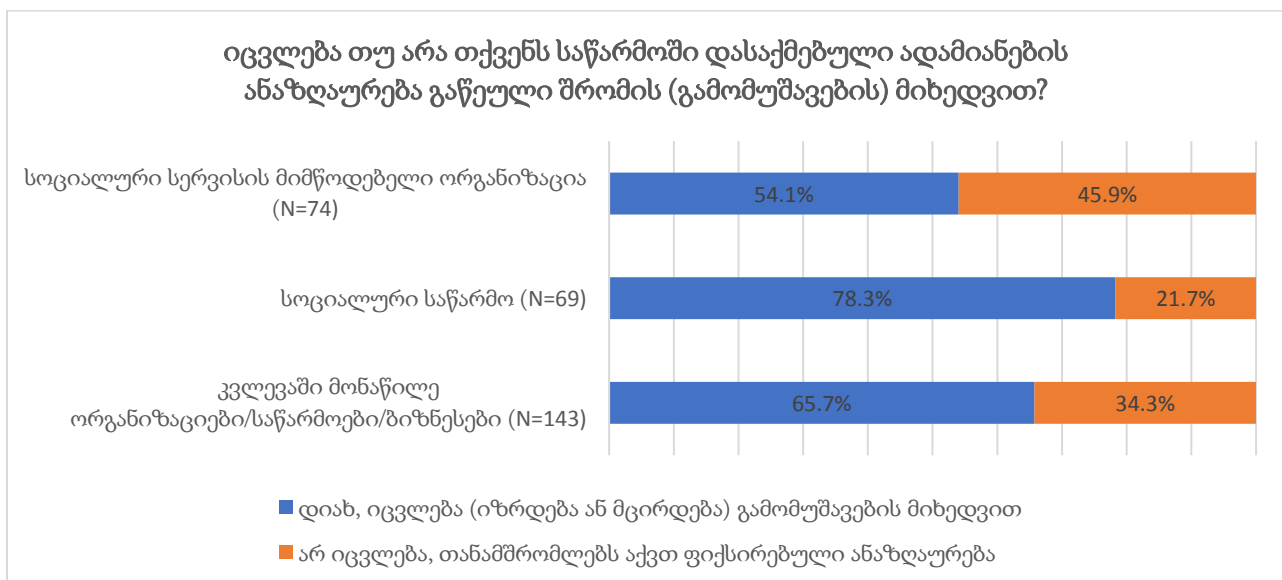
მონაცემების სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილში განხილვა აჩვენებს, რომ ორივე სამიზნე ჯგუფში გამოკითხულ რესპონდენტთა დიდი ნაწილი სრულ და ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებულთა ანაზღაურებად 150-500 ლარს ასახელებს. ამასთანავე, სოციალურ საწარმოში გამოკითხულთა 45,2% აცხადებს, რომ სრულ განაკვეთზე დასაქმებულთა ხელფასი 501-1000 ლარს შორის მერყეობს, სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შორის მათი წილი 27,1%-ია (იხ. ცხრილი #30).

ცხრილი 30: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა ანაზღაურების ანალიზი

რა რაოდენობის განაკვეთზე/ნახევარ ანაზღაურება?	თანხას განაკვეთზე	შეადგენს მომუშავე სრულ პირთა	150-500 ლარი	501-1000 ლარი	1001-1500 ლარი	1501-2000 ლარი	2001-2500 ლარი	2501+ ლარი	არ ჰყავთ დასაქმებული
			60	27,1	7,1	1,4	0	1,4	
სრულ განაკვეთზე დასაქმებული	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74		60	27,1	7,1	1,4	0	1,4	11,4
	სოციალური საწარმო N=69		41,9	45,2	6,5	-	1,6	3,2	22,6
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნეს კომპანიები N=143		51,5	35,6	6,8	0,8	0,8	2,3	16,7
ნახევარ განაკვეთზე დასაქმებული	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74		58	7,2	1,4	1,4	-	-	31,9
	სოციალური საწარმო N=69		56,5	9,7	-	1,6	-	-	32,3
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნეს კომპანიები N=143		57,3	8,4	0,8	1,5	-	-	32,1

კვლევაში ჩართულ ორგანიზაციათა უმრავლესობის (65,7%) შეფასებით, მათთან დასაქმებული ადამიანების ანაზღაურება გაწეული შრომის (გამომუშავების) მიხედვით იცვლება (იზრდება ან მცირდება). მსგავსი გამოცდილება არსებობს როგორც სოციალურ საწარმოებში (78,3%), ისე სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში (54,1%) (იხ. დიაგრამა #22).

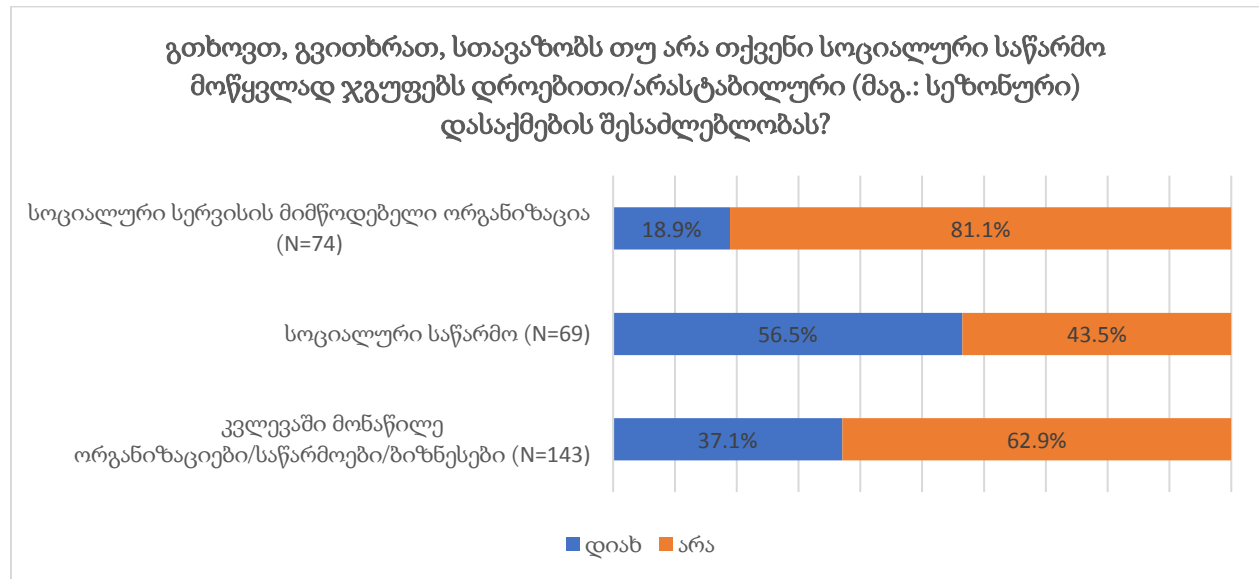
დიაგრამა 22: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა ანაზღაურების ცვლილება



როგორც აღმოჩნდა, კვლევაში ჩართულ ორგანიზაციათა უმრავლესობა (62,9%) მოწყვლად ჯგუფებს დროებითი/არასტაბილური (მაგ.: სეზონური) დასაქმების შესაძლებლობას არ სთავაზობდა. მსგავსი პრაქტიკა უფრო მეტად სოციალურ საწარმოებშია დანერგილი (56,5%).

სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა დიდი უმრავლესობა (81,1%) კი ამ შესაძლებლობის არარსებობაზე მიუთითებს (იხ. დიაგრამა #23).

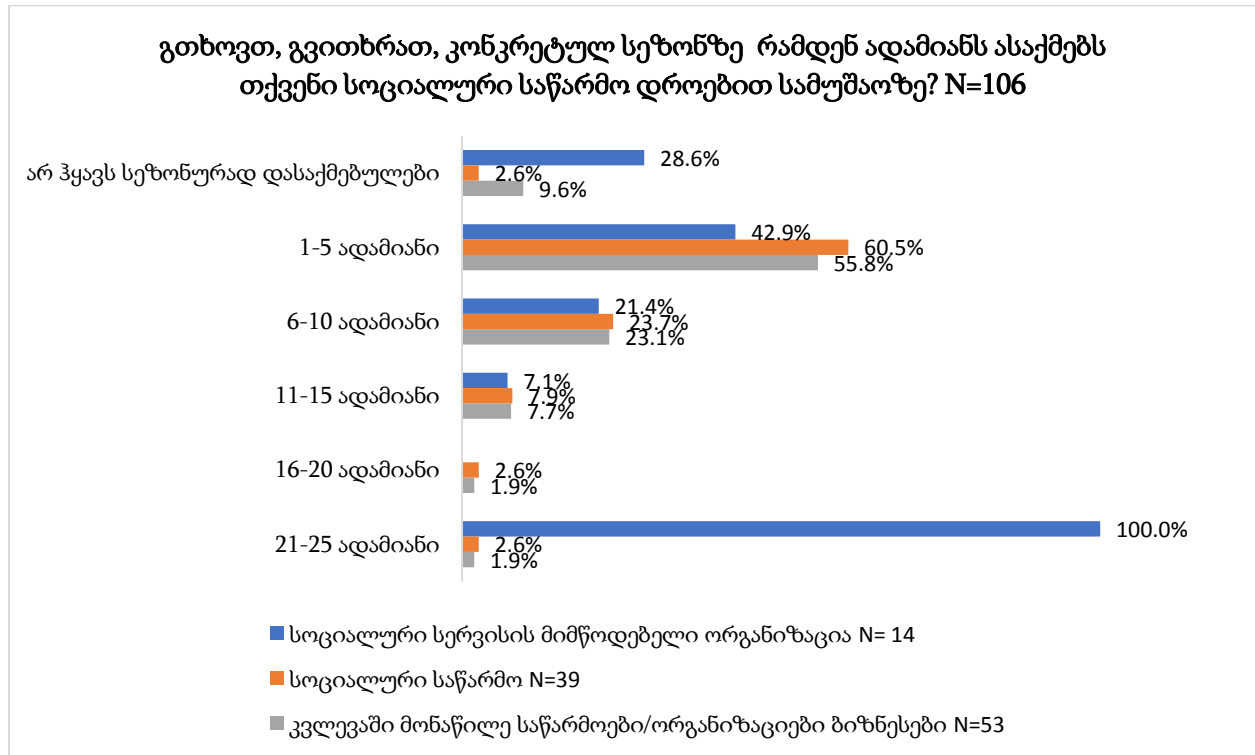
დიაგრამა 23: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დროებითი დასაქმების შესაძლებლობები



საწარმოებმა/ორგანიზაციებმა, რომლებიც მოწყვლად ჯგუფებს დროებით/არასტაბილურად ასაქმებენ, დაასახელეს სეზონურად დასაქმებულ ადამიანთა რაოდენობა. გამოკითხულთაგან ყოველი მესამე (55,8%) აცხადებს, რომ ასეთი დაახლოებით 1-5 ადამიანია, გამოკითხულთა მესხუთედზე მცირედით მეტის შემთხვევაში კი სეზონურად 6-10 პირი საქმდება.

მონაცემების სტატისტიკური დამუშავება აჩვენებს, რომ სოციალურ საწარმოებში სეზონურად დასაქმებულთა რაოდენობა 60,5%-ის შემთხვევაში 1-5 ადამიანია, 23,7%-ში კი - 6-10. ანალოგიური ტენდენცია დადგინდა კვლევაში მონაწილე სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებშიც (იხ. დიაგრამა #24).

დიაგრამა 24: კვლევაში მონაწილე სუბიექტთა სეზონური დასაქმების მაჩვენებელი



2.8.2. სოციალურ საწარმოში/სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციაში არსებული საშუალო გარემო/პირობები/შესაძლებლობები

კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა დიდი უმრავლესობა აღნიშნავს, რომ საწარმოში მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებთან მიმართებით ქვემოთ ჩამოთვლილი პრინციპებია დაცული:

- დასაქმების თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფა - 91,5%;
- კარიერული წინსვლის თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფა - 90%;
- კვალიფიკაციის ამაღლების თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფა - 96,6%;
- პროფესიული მომზადებისა და გადამზადების ხელმისაწვდომობის თანაბარი შესაძლებლობები - 94%;
- საწარმოში მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლების (მაგ.: შშმ პირები და სხვ.) დასაქმება - 56,3%;
- ე.წ. „სამუშაოს გონივრული მისადაგების“ პრინციპი (შშმ პირთა უსაფრთხოებისთვის შესაბამისი გარემოს შექმნა) – 83,8%.

საწარმოებში გემოაღნიშნული პრინციპების დაცვაზე მიუთითებს კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საშუალოდ თანაბარი 85% (იხ. ცხრილი #31).

ცხრილი 31: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა მიმართ დაცული პრინციპების ანალიზი

დაცულია თუ არა თქვენს სოციალურ საწარმოში შემდეგი პრინციპები მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებთან (შშმ პირებთან, სოციალურად დაუცველებთან, იგპ-თან და სხვ.) მიმართებით?		დიახ	არა	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა
		%			
დასაქმების თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები N=56	89,3	10,7	-	-
	სოციალური საწარმო N=61	93,4	6,6	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=117	91,5	8,5	-	-
კარიერული წინსვლის თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები N=57	91,2	8,8	-	-
	სოციალური საწარმო N=53	88,7	11,3	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=110	90	10	-	-
კვალიფიკაციის ამაღლების თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები N=60	96,7	3,3	-	-
	სოციალური საწარმო N=56	96,4	3,6	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=116	96,6	3,4	-	-
პროფესიული მომზადებისა და პროფესიული გადამზადების ხელმისაწვდომობის თანაბარი შესაძლებლობები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები N=61	91,8	8,2	-	-
	სოციალური საწარმო N=56	96,4	3,6	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=117	94	6	-	-
საწარმოში მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლების (მაგ.: შშმ პირები და სხვ.) დასაქმება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები N=59	57,6	42,4	-	-
	სოციალური საწარმო N=53	54,7	45,3	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=112	56,3	43,8	-	-
ე.წ. „სამუშაოს გონივრული მისადაგების“ პრინციპი (შშმ პირების უსაფრთხოებისთვის შესაბამისი გარემოს შექმნა)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები N=58	86,2	13,8	-	-
	სოციალური საწარმო N=53	81,1	18,9	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=111	83,8	16,2	-	-

ზემოთ დასახელებულ საკითხებზე ისაუბრეს ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმაც. კერძოდ, დასაქმებულებმაც და სხვადასხვა სერვისით მოსარგებლებმაც აღნიშნეს, რომ სოციალურ საწარმოებში დაცულია შემდეგი პრინციპები: დასაქმების, კვალიფიკაციის ამაღლებისა და სხვადასხვა სერვისით სარგებლობის თანაბარი შესაძლებლობა. მათი შეფასებით, სოციალურ საწარმოთა ნებისმიერი წევრი თანაბარი უფლებით სარგებლობს. აქვე დასძენენ, რომ შრომა დიფერენცირებულია და საწარმოს თითოეული წევრი დასაქმებულია შესაბამისი ფიზიკური და ინტელექტუალური უნარის მიხედვით. კვალიფიკაციის ამაღლებისა და დასაქმების თანაბარ შესაძლებლობაზე საუბრისას ერთ-ერთმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ მათ სოციალურ საწარმოში შშმ პირები აქტიურად საქმდებიან და სხვადასხვა განმავითარებელ პროგრამაშიც მონაწილეობენ. დისკუსიების შედეგად მოპოვებული ინფორმაციის თანახმად, სოციალურ საწარმოთა პროექტებში აქტიურად ჩართული არიან მოხალისეები. მსურველებს შეუძლიათ, გაიარონ სტაჟირებაც. ამასთანავე, ნებისმიერ თანამშრომელს შეუძლია, მონაწილეობა მიიღოს და საერთაშორისო გამოცდილება გაიზიაროს პროექტის ფარგლებში, რომელიც ითვალისწინებს საზღვარგარეთ სასწავლებლად წასვლას.

„გვყავს რამდენიმე ადამიანი, რომლებიც არიან სმენადაქვეითებული. ასევე, გვექონდა პროგრამა, სადაც ვასწავლიდით ვარკვეულ ტექნიკებს შშმ პირებს“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი“).

„ჩვენთან „ცოდნის კაფეში“, რა თქმა უნდა, დასაქმების შესაძლებლობა აქვს ყველას, ვისაც აქვს შესაბამისი უნარები. ჩვენ გვყავს ხოლმე მოხალისეები“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა ბენეფიციარები დასაქმებულების მსგავსად აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში, რომლებთანაც ისინი თანამშრომლობენ, ზემოთ ჩამოთვლილი თითოეული პრინციპი დაცულია. მაგ.: „ჩირიგეს“ მოსარგებლე აცხადებს, რომ ნებისმიერ მსურველს, განურჩევლად ასაკის, სქესის, რელიგიური თუ ეთნიკური კუთვნილებისა, საკუთარი სურვილის შემთხვევაში შეუძლია დასახელებულ სოციალურ საწარმოში დასაქმება.

„ყველანაირ სტანდარტს იცავს „ჩირიგე“ როგორც მომხმარებლისთვის, ასევე დასაქმებული ხალხისთვის და ყველას, განურჩევლად სქესისა, წარმომავლობისა, სოციალური სტატუსისა თუ ნებისმიერი განმასხვავებელი ნიშნისა, ისინი მაინც თანასწორნი არიან ნებისმიერ საკითხში“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ჩირიგე“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა შეაფასეს სოციალურ საწარმოებში არსებული სამუშაო პირობებიც უსაფრთხოების კუთხით. დასაქმებულ რესპონდენტთა ნაწილმა აღნიშნა, რომ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთათვის და მათთვისაც, რომლებიც გადასამზადებელ კურსებს გადიან, უსაფრთხო სამუშაო პირობებია შექმნილი. დაზღვა-დანადგარები, რომლებითაც ესა თუ ის საწარმოა აღჭურვილი, უსაფრთხოების საერთაშორისო სტანდარტებს აკმაყოფილებს. რესპონდენტები საუბრობენ მინიმალურ საფრთხეებზეც, რომლებიც შეიძლება სამუშაოს შესრულებისას არსებობდეს დასაქმებულთათვის, მაგ.: გადამუშავებული ქაღალდების შეფუთვის პროცესში ქაღალდით ხელის გაჭრა.

„ჩვენთანაც ყველანაირი პირობა არის დაცული, რადგან 2020 წელს ჩვენ საუკეთესო საწარმოს ტიტულის მფლობელები გავხდით“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

„უსაფრთხო არის იმიტომ, რომ ეს დანადგარები, რაც გვაქვს ჩვენ ჩამოტანილი, რამდენიმე დანადგარი არის 5-ნ და, შესაბამისად, არის ავტომატური ყველაფერი. [...] შესაბამისი სტანდარტებით, შესაბამისი

სერტიფიკატებით და ეგ ყველაფერი დაცული გვაქვს. ჩათვალეთ, რომ ევრო სტანდარტებზე არის გაკეთებული“ (დასაქმებული, მეორეული საბურავების გადამამუშავებელი სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანია „TRC“).

ბენეფიციარები, დასაქმებულთა მსგავსად, აცხადებენ, რომ სოციალურ საწარმოებში, რომლებთანაც ისინი თანამშრომლობენ, დაცულია უსაფრთხოების სტანდარტები. სოციალური კაფეების მომხმარებლები აცხადებენ, რომ გარემო უმეტესწილად სრულად მორგებულია შშმ პირთა საჭიროებებს. ამ განცდას კიდევ უფრო ამყარებს ის ფაქტი, რომ მსგავს სივრცეებში შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებიც არიან დასაქმებული და მათთვის შექმნილია კომფორტული გარემო. მოსარგებლეები ყურადღებას ამახვილებენ სოციალურ საწარმოებში არსებულ სანიტარულ პირობებზეც და აღნიშნავენ, რომ ამ თვალსაზრისით, ყველა მოთხოვნა გათვალისწინებული და დაცულია.

„მე ვისაუბრებ იმ კუთხით, რომ ადაპტირება თავიდან ბოლომდე სრულად არის. როგორც ვიცი, მკონი, მცირედმხედველი ჰყავთ დასაქმებული სამზარეულოში“ (მომხმარებელი, სოციალური კაფე „თავისუფალი სივრცე“).

ზემოთ თქმულისგან განსხვავებით, ერთ-ერთ სოციალურ საწარმოში დასაქმებულმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ სამუშაო სივრცე შშმ პირთა საჭიროებებს არ არის მორგებული, რაც მათ ზოგ შემთხვევაში რიგი გამოწვევის წინაშე აყენებს. კერძოდ, შენობაში არ აქვთ პანდუსები, რაც შშმ პირებს მეორე სართულზე ასვლას უზღუდავს. რესპონდენტი აქვე იმასაც დასძენს, რომ სოციალური საწარმოს წარმომადგენლები ბრუნავენ არსებული პრობლემის მოგვარებაზე და ახალ სამუშაო სივრცეში გადასვლის შემდეგ ეს პრობლემა აღარ იქნება.

„ჩვენთან ადაპტირებული გარემო არ არის, ამ დროისთვის სადაც ვართ. მახსოვს, რომ გვქონდა შეხვედრა, რომელზეც ყველა დამსწრე პირი იყო შშმ პირი და მათი ოჯახის წევრები და გვინდოდა, გავვეკეთებინა მეორე სართულზე. მაგრამ იქიდან გამომდინარე, რომ ძალიან დიდი კიბეა და არ გვაქვს პანდუსი, მოგვიწია პირველ სართულზე ძალიან ვიწრო სივრცეში ჩატარება“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

რესპონდენტები ერთხმად აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში არსებული სამუშაო გარემო სრულად არის ორიენტირებული თანამშრომლობასა და ურთიერთპატივისცემაზე. გადაწყვეტილების მიღების, სიახლის დანერგვის, ცვლილებების პროცესში საწარმოს ყველა წევრი თანაბრად მონაწილეობს და თითოეული მათგანის აზრი გათვალისწინებულია.

ბენეფიციარებთან ჩატარებული ფოკუსჯგუფის შეხვედრები ცხადყოფს, რომ სოციალურ საწარმოებში სხვადასხვა სერვისის მიღება სამიზნე ჯგუფების ნებისმიერ წევრს შეუძლია. მაგალითად მოჰყავთ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე თანამშრომლები-მოსარგებლეები, რომლებიც ზუსტად ისევე სრულფასოვნად გრძნობენ თავს, როგორც - სხვა დანარჩენი თანამშრომლები.

„ყველა პრინციპი დაცულია, რაც შრომის კოდექსში არის მოცემული და რაც ზოგადად ადამიანის უფლებებს შეეხება, ყველა ვართ თანაბარი“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „TR“).

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველი გუნდის წევრებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების თანახმად, **პასუხისმგებლობის განაწილებისას მმართველები ყურადღებას აქცევენ მოწყვლად ჯგუფთა საჭიროებებს, უნარებსა და შესაძლებლობებს.** უმნიშვნელოვანესია „სამუშაოს გონივრული მისადაგების“ პრინციპის გამოყენება, როდესაც სოციალური საწარმოს მოსარგებლენი შშმ პირები არიან. როგორც ინტერვიუების შედეგები აჩვენებს, მმართველები ცდილობენ, მაქსიმალურად გაითვალისწინონ შშმ ბენეფიციართა საჭიროებები.

„გადაღლა არ შეიძლება. უნდა მივაქციოთ ყურადღება, რომ მედიკამენტები მიიღონ დროულად, არ უნდა იგრძნონ თავი განსხვავებულად“ (სოციალური საწარმოს „ადამიანი მოემედებაში“ წარმომადგენელი).

„დავალება ისეა შერჩეული, რომ შშმ პირმა სტრესი არ განიცადოს, დროის ისეთ მონაკვეთში იმუშაოს, რომ არ გადაიღალოს, დამატებითი შფოთვა არ გამოიწვიოს“ (სოციალური საწარმო „პლასტიკოჩერის“ წარმომადგენელი).

სოციალური საწარმოები შშმ პირებისთვის ფიზიკური გარემოს მორგების მხრივ უფრო მეტი გამოწვევების წინაშე არიან, რადგან ფინანსური რესურსების სიმწირის გამო მათი საჭიროებების უზრუნველყოფას სრულად ვერ ახერხებენ. ზოგიერთი საწარმო მაღალ სართულზეა განთავსებული, რომელშიც გარემო ადაპტირებული არაა. შესაბამისად, საწარმოს ეტლით მოსარგებლე ბენეფიციარებიც არ ჰყავს. სველი წერტილების მორგებაც პრობლემური საკითხია. არსებობს საწარმოები, რომლებშიც გარემო შშმ ბენეფიციართა საჭიროებებს ნაწილობრივადაა მორგებული.

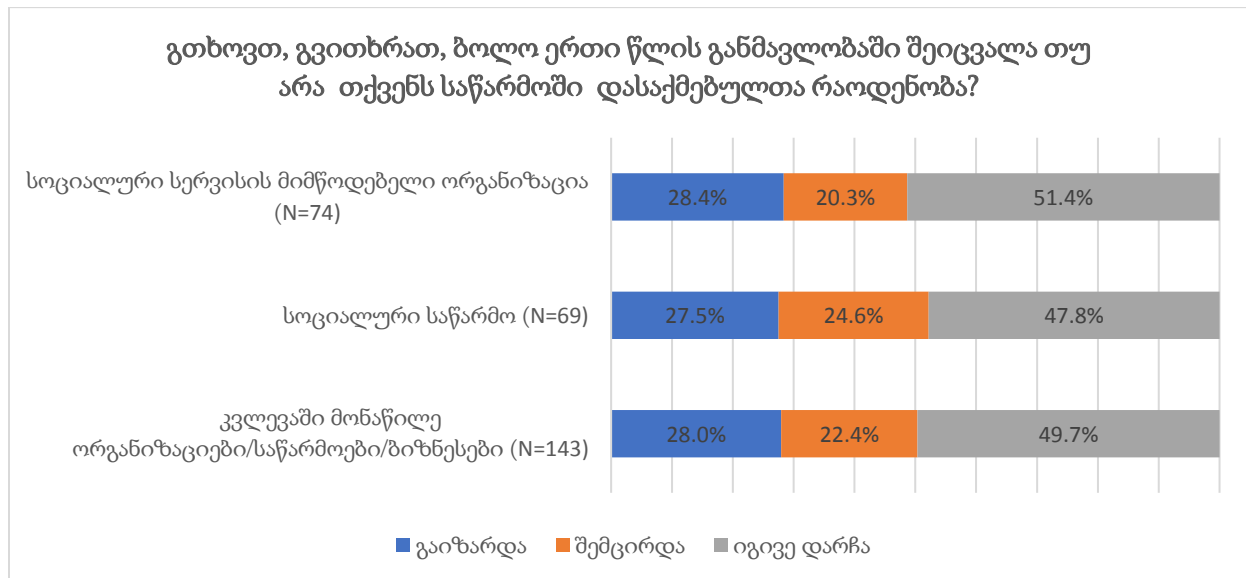
„ჭურჭლის მრეცხავად ეტლით მოსარგებლეს ვერ ავიყვანთ. მავ თვალსაზრისით არ არის ადაპტირებული. მზარეულად შემოიღია ავიყვანო. სრულად უნივერსალური დიზაინი ვერ გვაქვს საწარმოში“ (სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცის“ წარმომადგენელი).

2.8.3. სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიწოდებაზე ორგანიზაციებში თანამშრომელთა რაოდენობის ცვლილება

რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა/ბიზნესკომპანიათა თითქმის ნახევარი აღწერს, რომ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში მათ საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა არ შეცვლილა (49,7%). ცვლილების შემთხვევას (დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდა) კი მეოთხედზე მეტი საწარმო მიუთითებს (28%). გაანალიზებულ მონაცემთა თანახმად, კვლევაში მონაწილე სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების/სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანიების თითქმის 80% ამბობს, რომ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში დასაქმებულთა რაოდენობა არ შემცირებულა (იგივე დარჩა ან გაიზარდა).

მსგავსი ტენდენციაა შენარჩუნებული საკითხის სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციებისა და სოციალური საწარმოების ტრილში განხილვისასაც. ძირითადად, მიუთითებენ, რომ დასაქმებულთა რაოდენობა იგივე დარჩა, საშუალოდ 28%-ის გამოცდილება კი დასაქმებულთა რაოდენობის გაზრდას მოიაზრებს (იხ. დიაგრამა #25).

დიაგრამა 25: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა რაოდენობის ცვლილება ბოლო ერთი წლის განმავლობაში



კვლევაში მონაწილე სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა/სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანიათა (რომლებმაც ბოლო ერთი წლის განმავლობაში თანამშრომლების რაოდენობის ზრდის დინამიკაზე მიუთითეს) 76,9% აცხადებს, რომ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში მათ ორგანიზაციაში/საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა 1-5 ადამიანით გაიზარდა.

84,4% კი, რომლებმაც აღნიშნეს თანამშრომელთა კლების ტენდენცია, 1-5 თანამშრომლით შემცირებაზე მიუთითებს.

აღსანიშნავია, რომ გამოკითხული სოციალური საწარმოების 88,9%-ში დასაქმებულთა რაოდენობა 1-5 ადამიანით გაიზარდა, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 66,7% იმავე რაოდენობით თანამშრომელთა ზრდაზე მიუთითებს. რაც შეეხება დასაქმებულთა კლების დინამიკას, გამოკითხულ სოციალურ საწარმოთა 94,1% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 73,3% აცხადებს, რომ თანამშრომელთა რაოდენობა ერთიდან ხუთამდე შემცირდა (იხ. ცხრილი #32).

ცხრილი 32: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში დასაქმებულთა რაოდენობის ცვლილების ანალიზი ბოლო ერთი წლის განმავლობაში

გთხოვთ, გვითხრათ, ბოლო ერთი წლის განმავლობაში შეიცვალა თუ არა თქვენს საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა?		1-5 ადამიანით	6-10 ადამიანით	11-15 ადამიანით	16-20 ადამიანით
		%			
გაიზარდა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N21	66,7	28,6	4,8	-

გთხოვთ, გვითხრათ, ბოლო ერთი წლის განმავლობაში შეიცვალა თუ არა თქვენს საწარმოში დასაქმებულთა რაოდენობა?		1-5 ადამიანი	6-10 ადამიანი	11-15 ადამიანი	16-20 ადამიანი
		%			
	სოციალური საწარმო N=19	88,9	11,1	-	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=40	76,9	20,5	2,6	-
შემცირდა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=15	73,3	-	13,3	6,7
	სოციალური საწარმო N=17	94,1	-	5,9	-
	კვლევაში მონაწილე საწარმოები/ორგანიზაციები/ბიზნესკომპანიები N=32	84,4	-	9,4	3,1

2.8.4. სოციალურ სანარმოებში/სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციებში არსებული როლები და ფუნქციები

ფოკუს-ჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა სოციალურ საწარმოებში არსებულ როლებსა და ფუნქციებზეც ისაუბრეს. დასაქმებულ ბენეფიციართა როლები და ფუნქციები შესასრულებელი საქმით განისაზღვრება. კერძოდ, ისინი ასრულებენ შემდეგ საქმეებს: კერამიკული ნაწარმის შექმნა, ჭრა-კერვა, ქსოვა/ქარგვა, ქალაქის ნაწარმისგან სხვადასხვა ნივთის დამზადება, ნარჩენი მასალების გადამუშავება, სოციალური საწარმოს მიერ დამზადებული პროდუქტის გაყიდვა, სოციალური მედიის მართვა და ა. შ. სოციალურ კაფეებში დასაქმებული პირები ასრულებენ მზარეულის, ბარმენის, მიმტანის ფუნქციებსაც. რამდენიმე რესპონდენტმა ისიც აღნიშნა, რომ ტრენერის ფუნქციას ითავსებს (მაგ.: სოციალური საწარმო „რობოლაბი“) და მოზარდებს რობოტექნიკას ასწავლის. სოციალურ საწარმოთა სერვისებით მოსარგებლენი სხვადასხვა საქმიანობის დაუფლებასთან ერთად აქტიურად მონაწილეობენ სოციალური საწარმოების პოპულარიზაციის პროცესში. სოციალური საწარმოს რამდენიმე ბენეფიციარი თავადაც ამზადებს გარკვეულ პროდუქტს, რომელთა რეალიზაციის პროცესში აქტიურადაა ჩართული თავად საწარმო, მაგ.: „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“ და „ედენა“. საწარმოს დახმარებით რამდენიმე მოსარგებლე თავად აწვდის სოციალურ საწარმოს მასალას, რომლითაც საბოლოო პროდუქტი მზადდება.

„სოციალური საწარმო „ჩირიგეს“ მომხმარებელი ვარ მე, ამზადებს უგემრიელეს ჩირს. მინდა ვითხრათ, რომ ასევე, თან მიმწოდებელიც ვარ ჩირის მასალის“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „ჩირიგე“).

გემოთ ჩამოთვლილი როლებისა და ფუნქციების გარდა, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები აცხადებენ, რომ საკუთარი საქმიანობის შესრულებასთან ერთად აქტიურად მონაწილეობენ სხვა აქტივობების შესრულების პროცესში. ამასთანავე, საწარმოს

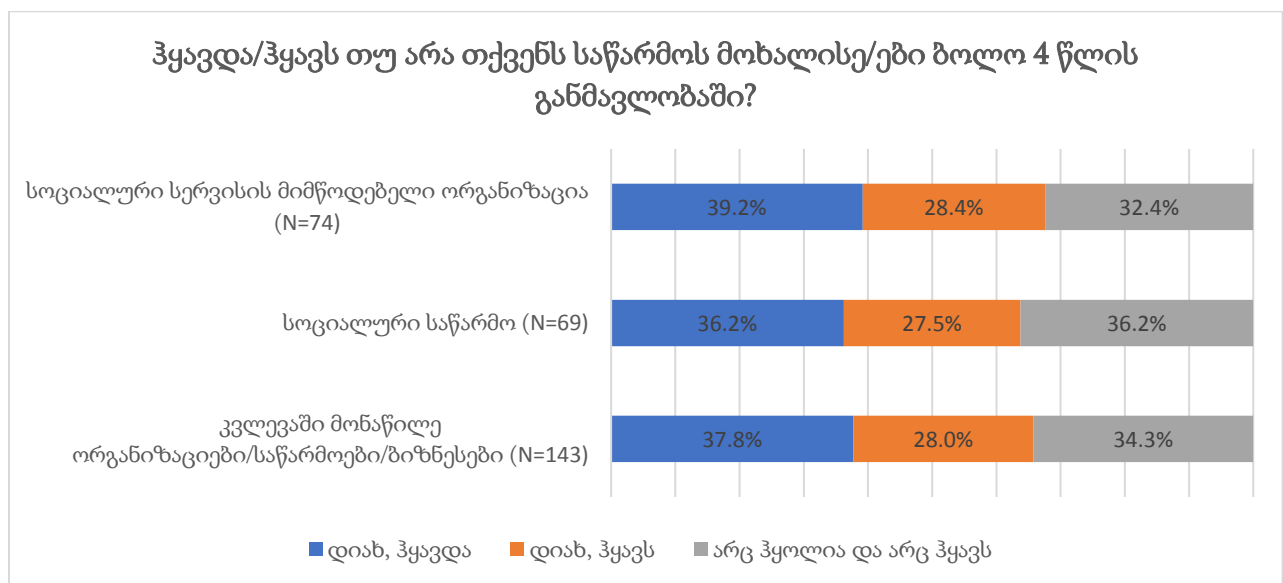
დამფუძნებლები და საორგანიზაციო ჯგუფის წევრები თანამშრომლებთან ერთად განიხილავენ გადაწყვეტილებებს, სამომავლო გეგმებს და არსებული პრობლემების/სირთულეების გადასაღებად ოპტიმალური გზებს ერთობლივად ეძებენ. ეს კი იმ ფაქტს მიუთითებს, რომ დაცულია შემდეგი პრინციპი - „ერთი წევრი=ერთი ხმა“.

„ჩვენთანაც მსგავსად ერთობლივად, ერთიანი გადაწყვეტილებით, შეთანხმებით, ერთად ვმსჯელობთ სხვადასხვა საკითხებზე“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ანდამატი“).

როგორც აღმოჩნდა, კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციათა 37,8%-ს ბოლო 4 წლის განმავლობაში მოხალისეები ჰყავდა, მეოთხედზე მეტს (28%) ახლაც ჰყავს, ხოლო უარყოფით კატეგორიაში ორგანიზაციათა 34,3%-ია გაერთიანებული.

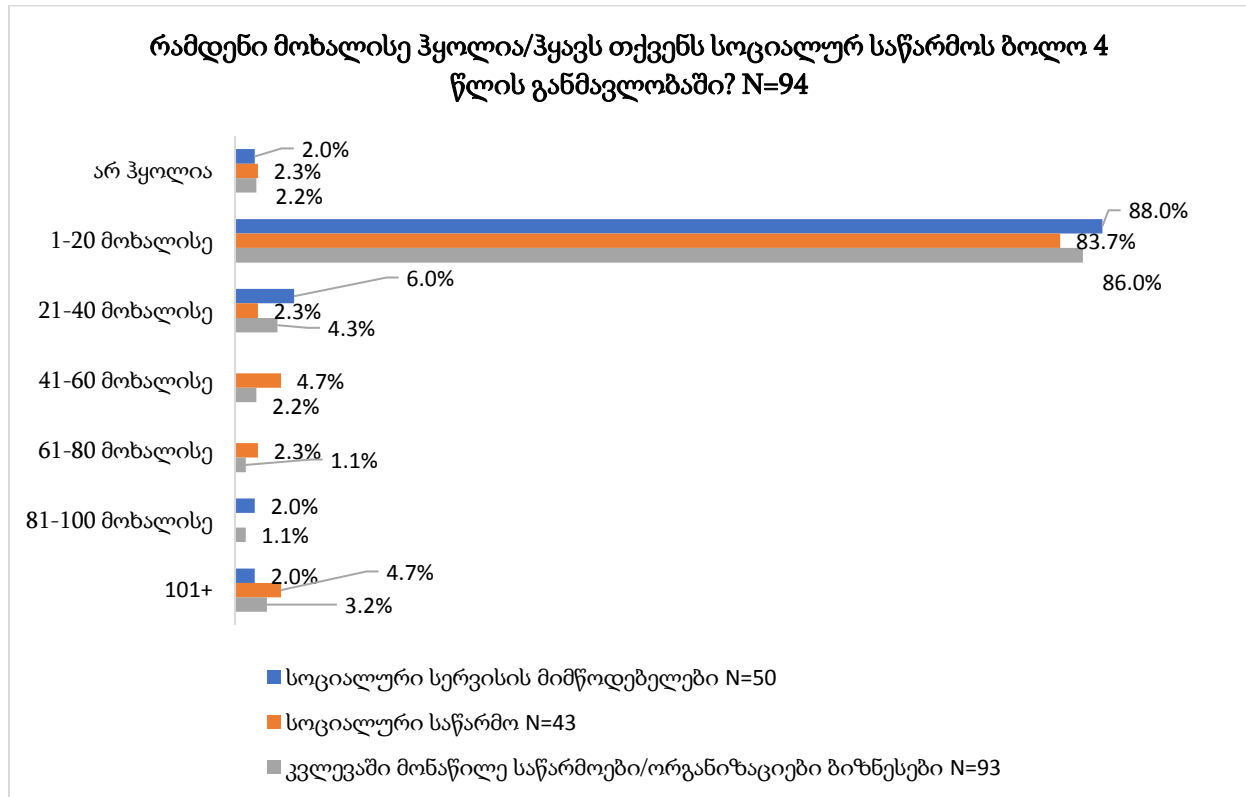
სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში თანაბარი 36,2%-36,2% მიუთითებს, რომ საწარმოს ბოლო 4 წლის განმავლობაში ჰყავდა ან არ ჰყოლია/არც ახლა ჰყავს მოხალისეები. სოციალური სერვისების მიმწოდებელთა შორის დომინანტური პოზიტიური გამოცდილებაა - 39,2% აღწერს, რომ ორგანიზაციას მოხალისეები ჰყავდა (იხ. დიაგრამა #26).

დიაგრამა 26: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში მოხალისეობა



თითოეულ სამიზნე ჯგუფში მოხალისეთა რაოდენობების გაანალიზება აჩვენებს, რომ გამოკითხულ საწარმოთა/ორგანიზაციათა დიდ უმრავლესობას (86%) ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში 1-20 მოხალისემდე ჰყავდა. სოციალურ საწარმოებში მათი წილი 83,7%-ია, სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში კი - 88% (იხ. დიაგრამა #27).

დიაგრამა 27: კვლევაში მონაწილე სუბიექტებში მოხალისეების რაოდენობა



როგორც სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგები აჩვენებს, საწარმოებში უფლება-მოვალეობები თანამშრომელთა ცოდნისა და შესაძლებლობის მიხედვითაა გადანაწილებული. ძირითადი საქმიანობის (მართვა, დაგეგმვა, წარმოება, ფინანსების განკარგვა, PR (პიარი), გაყიდვა და ა. შ.) შესრულებაზე, როგორც წესი, მმართველია პასუხისმგებელი. სოციალურ საწარმოებში, მმართველების გარდა, საბჭოებისა და გამგეობების არსებობა და ფუნქციონირება საწარმოს ზომიერად დამოკიდებული.

„მალე გამგეობა განახლდება და ექნება კიდევ გარკვეული ფუნქციები მინიჭებული იმიტომ, რომ, რაც უფრო გაიზრდება და მეტი ქონება ექნება ორგანიზაციას, მით უფრო საჭირო იქნება გამჭვირვალობისთვის და დემოკრატიულობისთვის“ (სოციალური საწარმოს „7R“ წარმომადგენელი).

სოციალურ საწარმოებში მოხალისეები არიან ძირითადად ახალგაზრდები (მათ შორის, სტუდენტები), რომლებიც საწარმოს საქმიანობაში კონკრეტული ღონისძიებების დროს ერთვებიან. გარემოს დაცვის მიმართულებით მომუშავე საწარმოთა შემთხვევაში მოხალისეები ის ოჯახები არიან, რომლებიც საწარმოებს ნარჩენებს აბარებენ. ერთ-ერთ სოციალურ საწარმოს საერთაშორისო მოხალისეობრივ ორგანიზაციასთან აქვს მუშაობის გამოცდილება.

„კოვიდ19-ის გავრცელებამდე, „Helping hand“ არის ასეთი ორგანიზაცია, მოხალისეობრივი, და მათთან გვექონდა მუდმივი კავშირი. ისინი გზავნიდნენ სტაბილურად მოხალისეებს“ (სოციალური საწარმო „სოციალური თერაპიის სახლის“ წარმომადგენელი).

როგორც ინტერვიუების შედეგად გამოიკვეთა, სოციალურ საწარმოთა მიერ შექმნილი პროდუქციის ხარისხი მმართველის (როგორც წესი, საწარმოს დამაარსებელიცაა) ცოდნასა და

პროფესიულ უნარებზე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული. მმართველებს პროდუქციის შექმნასა და რეალიზაციაში განმსაზღვრელი როლი აქვთ.

„ყვავილი პოლიეთილენის ნარჩენებისგან, რომელიც ჩემი მოგონილია და ჩემი ხელებით კეთდება, სხვა ვერ გააკეთებს, მაგრამ, მაგალითად, ქურთუკის დამზადება რომ უნდოდეთ თანამშრომლებს, უჩემოდაც გააკეთებენ“ (სოციალური საწარმო „პლასტიკოჩერის“ წარმომადგენელი).

„ჩვენთან თანაბრად არის საქმე გადანაწილებული, მაგრამ არის შეკვეთები, რომელსაც მხოლოდ ხელმძღვანელი აკეთებს, რადგან ყველაზე გამოცდილია, მაგალითად, როცა განსაკუთრებული დიზაინის ფილების დამზადება გვიწევს“ (სოციალური საწარმო „რედოს“ წარმომადგენელი).

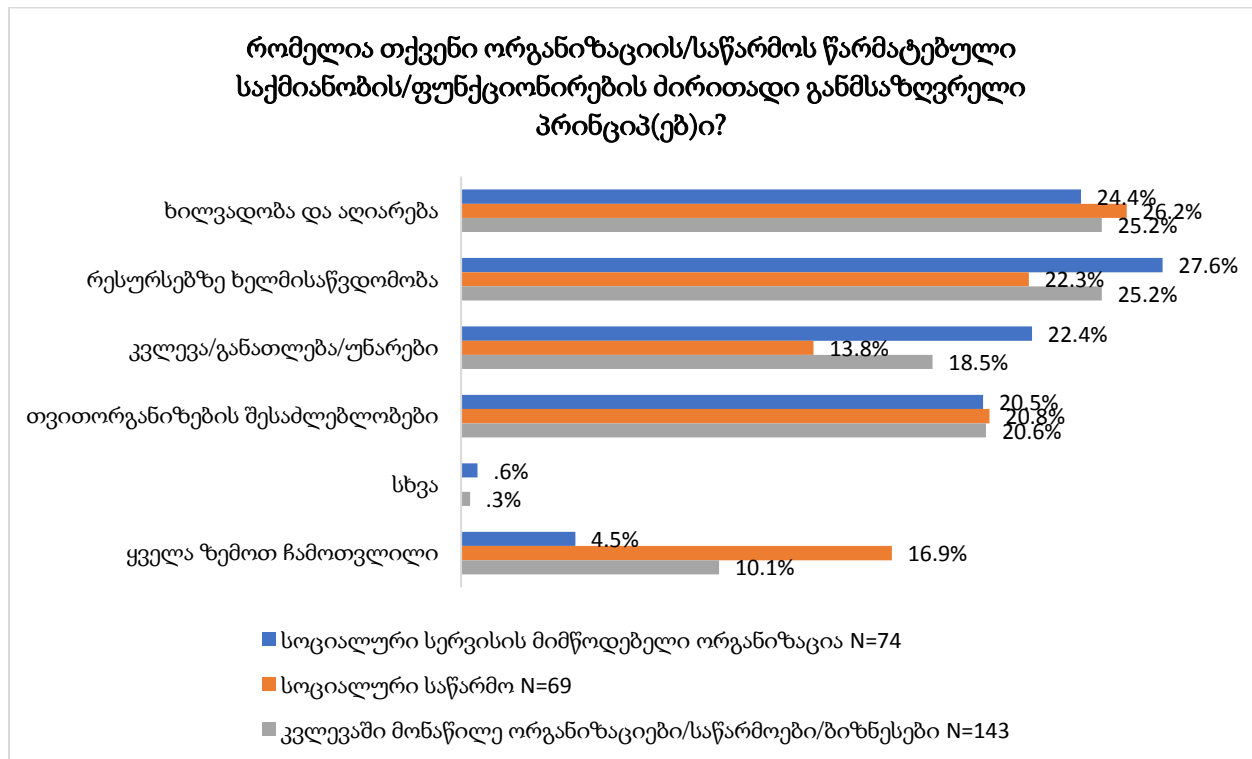
2.9. სოციალური სანარმოს აკოსისტემა

2.9.1. სოციალურ სანარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებაზე ორგანიზაციითა მახასიათებლები

კვლევის ფარგლებში რესპონდენტებმა შეაფასეს მათ სოციალურ საწარმოებში/სოციალური სერვისების მიწოდებულ ორგანიზაციებში არსებული სამოქმედო ეკოსისტემა. გამოკითხულთა თანაბარი რაოდენობა საწარმოს/ორგანიზაციის წარმატებით ფუნქციონირებისთვის მნიშვნელოვან ფაქტორებად მიიჩნევს ხილვადობას/აღიარებასა (25,2%) და რესურსებზე ხელმისაწვდომობას (25,2%), რესპონდენტთა მეხუთედის აზრით, მნიშვნელოვანია თვითორგანიზების შესაძლებლობების კომპონენტის განვითარება.

სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულ რესპონდენტთა ყველაზე დიდმა ნაწილმა აღნიშნა, რომ მათი საწარმოს წარმატებული საქმიანობისთვის/ფუნქციონირებისთვის განმსაზღვრელია ხილვადობა და აღიარება (26,2%), რაც სოციალური საწარმოს და, ზოგადად, სოციალური მეწარმეობის აღიარებას გულისხმობს როგორც საკანონმდებლო, ისე პოლიტიკურ და კერძო დონეზე. რესპონდენტთა მეხუთედზე მცირედით მეტი კი სოციალური საწარმოს წარმატებული ფუნქციონირების განმაპირობებელ ფაქტორებად რესურსებზე ხელმისაწვდომობასა (22,3%) და თვითორგანიზების შესაძლებლობებს (20,8%) ასახელებს. რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა შეხედულებებს, გამოკითხულთა 27,6%-ის აზრით, ორგანიზაციის საქმიანობის წარმატებას რესურსებზე ხელმისაწვდომობა განაპირობებს, 24,4% კი ასეთად ხილვადობასა და აღიარებას ასახელებს. სოციალური სერვისების მიწოდებულ ორგანიზაციებში გამოკითხულთა მეხუთედს მცირედით აღემატება იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებსაც ორგანიზაციის/საწარმოს წარმატებული ფუნქციონირების ძირითად განმსაზღვრელ პრინციპად თვითორგანიზების შესაძლებლობები (20,5%) და კვლევა, განათლება, უნარები (22,4%) მიაჩნიათ (იხ. დიაგრამა #28).

დიაგრამა 28: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების წარმატების განმაპირობებელი ფაქტორები



რესპონდენტებმა 5-ქულიან სკალაზე შეაფასეს, რამდენად ეთანხმებიან სოციალური საწარმოს/ორგანიზაციის სხვადასხვა მახასიათებელს. კვლევის მონაცემების დამუშავებამ აჩვენა, რომ შედარებით ნაკლებია იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებიც სრულიად ეთანხმებიან და უფრო მეტად ეთანხმებიან, ვიდრე - არა (ჯამში <91%) შემდეგ დებულებებს: სოციალურ საწარმოს აქვს ინოვაციის მაღალი ხარისხი (89,5%), მოგებას უმეტესწილად ხელახლა აბანდებენ სოციალური მიზნების მისაღწევად (874%) ან წარმოების გაფართოებისთვის საჭირო აქტივობებში (87,4%).

მონაცემების სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილში დამუშავებამ აჩვენა, რომ სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ საწარმოებში გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა სრულიად ეთანხმება ან/და უფრო მეტად ეთანხმება, ვიდრე - არა დებულებების ძირითად ნაწილს. კერძოდ, დებულებას (სოციალურ-ეკონომიკური საქმიანობა საბოლოო მიზნად არ მოიაზრებს მოგების მიღებასა და მის განაწილებას მესაკუთრეებს შორის, არამედ საერთო, სოციალური სარგებლის შექმნას) ეთანხმება სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა 97,1% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა 97,3%. ამასთანავე, სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა 97,1% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 94,6% მიიჩნევენ, რომ სოციალური საწარმოები საკუთარი საქმიანობის განხორციელებისას სოციალური მიზნებიდან ამოდიან. იმ რესპონდენტთა ხვედრითი წილი, რომლებიც აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმო იმართება ანგარიშვალდებულებისა და გამჭვირვალობის პრინციპებზე დაყრდნობით, განსაკუთრებით იმ საზოგადოების წინაშე, რომელსაც ის ემსახურება, კვლევის ფარგლებში შერჩეული სოციალური საწარმოების შემთხვევაში 100%-ს უტოლდება, ხოლო სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში 99%-ს. სოციალურ საწარმოში გამოკითხულთა 100% და მომსახურების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 98,6% ეთანხმება დებულებას, რომელიც სოციალური საწარმოს მართვის პროცესში დემოკრატიული

და თანამონაწილეობითი მმართველობის, იმავდროულად, სოციალური სამართლიანობის პრინციპების დაცვას ეხება.

აღსანიშნავია ისიც, რომ სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებში შედარებით მცირდება იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებიც ეთანხმებიან, რომ სოციალური საწარმო ინოვაციის მაღალი ხარისხით გამოირჩევა (85,2%), მოგება უმეტესწილად რეინვესტირდება სოციალური და საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევაში (79,7%) და წარმოების გაფართოებაში/გაუმჯობესებაში (77,1%). ამ სამი დებულების შემთხვევაში სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა წილი 94%-ზე მაღალია (იხ. ცხრილი #33).

ცხრილი 33: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მახასიათებლების ანალიზი

ქვემოთ ჩამოთვლილი დებულებები აღწერს სოციალური საწარმოს/ორგანიზაციის სხვადასხვა მახასიათებელს		სრულიად ვეთანხმები	უფრო მეტად ვეთანხმები, ვიდრე -	50/50	უფრო მეტად არ ვეთანხმები, ვიდრე - კი	საერთოდ არ ვეთანხმები	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა
		%						
სოციალურ-ეკონომიკური საქმიანობა საბოლოო მიზნად არ მოიაზრებს მოგების მიღებასა და მის განაწილებას მესაკუთრეებს შორის, არამედ საერთო, სოციალური სარგებლის შექმნას	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	97,3	-	2,7	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	94,2	2,9	2,9	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	95,8	1,4	2,8	-	-	-	-
სოციალური საწარმოები საკუთარი საქმიანობის განხორციელებისას სოციალური მიზნებიდან ამოდიან	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	91,9	2,7	4,1	1,4	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	91,3	5,8	2,9	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	91,6	4,2	3,5	0,7	-	-	-
სოციალურ საწარმოს აქვს სოციალური ინოვაციის მაღალი ხარისხი	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	59,5	25,7	13,5	-	-	-	1,4
	სოციალური საწარმო N=69	87	7,2	5,8	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	72,7	16,8	9,8	-	-	-	0,7
მოგება უმეტესწილად რეინვესტირდება სოციალური და საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევაში	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	63,5	16,2	10,8	-	6,8	-	2,7
	სოციალური საწარმო N=69	85,5	10,1	2,9	-	1,4	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	74,1	13,3	7	-	4,2	-	1,4

ქვემოთ ჩამოთვლილი დებულებები აღწერს სოციალური საწარმოს/ორგანიზაციის სხვადასხვა მახასიათებელს		სრულიად გეთანხმები	უფრო მეტად გეთანხმები, ვიდრე -	50/50	უფრო მეტად არ გეთანხმები, ვიდრე - კი	საერთოდ არ ვეთანხმები	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჯნის პასუხის გაცემა
		%						
მოგება უმეტესწილად რეინვესტირდება წარმოების გაფართოების/გაუმჯობესების მიზნით	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	62,2	14,9	12,2	1,4	6,8	-	2,7
	სოციალური საწარმო N=69	87	11,6	-	-	1,4	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	74,1	13,3	6,3	0,7	4,2	-	1,4
სოციალური საწარმო იმართება ანგარიშვალდებულებისა და გამჭვირვალობის პრინციპებზე დაყრდნობით, განსაკუთრებით იმ საზოგადოების წინაშე, რომელსაც ემსახურება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	94,6	4,1	1,4	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	97,1	2,9	0	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	95,8	3,5	0,7	-	-	-	-
სოციალური საწარმო მართვის პროცესში ხელმძღვანელობს დემოკრატიული და თანამონაწილეობითი მმართველობის, ასევე, სოციალური სამართლიანობის პრინციპებით	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	93,2	5,4	1,4	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	98,6	1,4	0	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები/ბიზნესკომპანიები N=143	95,8	3,5	0,7	-	-	-	-

2.9.2. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციათა ინოვაციური მიდგომა

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა ინოვაციური მიდგომების მნიშვნელოვნებაზე ისაუბრეს ექსპერტული ინტერვიუების მონაწილეებმაც. როგორც რესპონდენტები აცხადებენ, სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები ხელს უწყობენ არსებული პრობლემების ახლებური (ინოვაციური) გზებით მოგვარებას. სწორედ ამიტომ, ინოვაციურ მიდგომებს განსაკუთრებული როლი აქვს სოციალურ მეწარმეობაში. თანამედროვე მსოფლიოში ინოვაცია მეტწილად ტექნოლოგიების ათვისებასა და გამოყენებას უკავშირდება, ხოლო საქართველოში, როგორც საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა ერთი ნაწილი ამბობს, სოციალური მეწარმეობა, ძირითადად, ქველმოქმედებასთანაა ასოცირებული. ერთ-ერთმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ სოციალური მეწარმეობა დღეს ნაკლებად ტრენდული საქმიანობაა ბიზნესსტარტაპისგან განსხვავებით, რომელშიც სულ უფრო მეტი აქტიური და იდეის მქონე პირი (განსაკუთრებით ახალგაზრდა) ერთვება. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ სოციალური

მეწარმეობის მიმართულებით მომუშავე პირებმა უფრო მეტად მოინდომონ სოციალურ მეწარმეობაში ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა.

„ტექნოლოგიები მომავალია და მგონია, რომ სოციალურმა საწარმომ სწორება ტექნოლოგიებისკენ უნდა აიღოს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

რესპონდენტებმა ისაუბრეს განვითარებული ქვეყნების მაგალითებზე, რომელთა მიხედვითაც, მეწარმეები მხოლოდ საინტერესო ბიზნესიდეების განხორციელებით აღარ შემოიფარგლებიან. ამბიცია გაჩნდა, რომ მათ საქმიანობას დამატებითი ღირებულება - სოციალური მისია - ჰქონდეს.

„ასე რომ ვთქვათ, „კაი ტიპი“ მაშინ ხარ, როცა შემოსავალთან ერთად მისიაც გავაჩნია და სხვადასხვა საჭიროების მქონე ჯგუფებს განვითარებაში ეხმარები, ბენეფიტებს სთავაზობ მათ“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

კითხვაზე, თუ რას ნიშნავს ინოვაცია სოციალურ მეწარმეობაში, კვლევაში მონაწილე საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლებმა მრავალფეროვანი პასუხები გასცეს. **ინოვაციაზე საუბრისას, პირველ რიგში, განსასაზღვრია ის ტერიტორია, სადაც სოციალური საწარმო მოქმედებს.** კერძოდ, კონკრეტულ ტერიტორიულ არეალში (ქვეყნის, რეგიონის, მუნიციპალიტეტის, თემის მასშტაბით) რამდენად წარმოადგენს ინოვაციას/სიახლეს სოციალური საწარმოს საქმიანობა - ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების, პროდუქციის წარმოების, მომსახურების მიწოდების, მოწყვლადი ჯგუფების გაძლიერებისა და სხვათა მხრივ. მოწყვლადი, შესაძლოა, ეწოდოს ნაკლებად კონკურენტულ პირობებში მყოფ პირებს, მათ შორის, მაგალითად ადამიანებს, რომლებიც მიტოვებულ ადგილას ცხოვრობენ, მაგ.: სოფელი ან დასახლება კონფლიქტის ზონაში, სადაც საქმიანობით დაკავება, შესაძლოა, უსაფრთხოებასთან დაკავშირებულ რისკებს შეიცავდეს. **გარემოს დაცვის მიმართულებით საწარმოების საქმიანობა ნებისმიერ შემთხვევაში ინოვაციურია, რადგან ქვეყნის მასშტაბით სიახლეს წარმოადგენს.**

„მაგალითად, მეორადი ქსოვილისგან ახალი პროდუქტის შექმნა, ერთი შეხედვით, ინოვაციური არ არის, მაგრამ საქართველოსთვის სიახლეს წარმოადგენს, რადგან ამ ტიპის საქმიანობით ძალიან ცოტა კომპანია მუშაობს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

რესპონდენტთა შეფასებით, საქართველოში დღეს მოქმედი სოციალური საწარმოები და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები საკუთარ საქმიანობაში ტექნოლოგიებს ნაკლებად იყენებენ. ამის მიზეზი ორია: ცოდნის ნაკლებობა და საჭირო რესურსების უქონლობა. როგორც ერთ-ერთი საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელმა აღნიშნა, კონკურსების დროს ინოვაციური იდეა ბევრია, მაგრამ გრანტით გათვალისწინებული თანხა ხშირად იდეის განსახორციელებლად არასაკმარისია.

„ხშირად არის კარგი ინოვაციური იდეები, მაგრამ სრულიად ალოგიკური იქნება მათი დაფინანსება გამომდინარე იქიდან, რომ, პირობითად, სოციალური საწარმოებისთვის გამოყოფილია 10 000 ევრო, რომელიც შეგვიძლია მაქსიმუმ გავცეთ, საწარმოებიც თავისთავად მაქსიმუმს ითხოვენ, თუმცა, რეალურად, 50 000 ევრო სჭირდებათ, რომ მსგავსი საწარმო სტაბილური იყოს და კარგად იფუნქციონიროს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

საქმე ისაა, რომ საწარმოები დაფინანსების დამატებით წყაროს ვერ პოულობენ და, ამდენად, მხოლოდ გრანტის იმედად არიან. რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ინოვაციის მიმართ ლტოლვა

უფრო მეტად ახალგაზრდებისთვისაა დამახასიათებელი, რადგან სიახლეების მიმღებნი არიან და რისკზე წასვლის ნაკლებად ეშინიათ, ვიდრე - სხვა ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენლებს.

მმართველი რგოლის წარმომადგენლებმა ინტერვიუების დროს განსაკუთრებული ადგილი დაუთმეს სიახლეებსა და კონკურენტულ გარემოზე საუბარს.

რესპონდენტთა ერთი ნაწილისთვის სიახლეს საქმიანობაში სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის წევრთა ჩართვა წარმოადგენს, მეორე ნაწილი ინოვაციაში ტექნოლოგიების გამოყენებას მოიაზრებს, სხვა ნაწილი კი საქმიანობის გეოგრაფიულ არეალს ასახელებს. გამოითქვა მოსაზრებაც, რომ, შესაძლოა, საწარმოს საქმიანობა სიახლეს მხოლოდ საწყის ეტაპზე წარმოადგენდეს.

„კაფეების სტუმრობის კულტურა გურიაში ბოლო რამდენიმე წელია, რაც დამკვიდრდა. ჩვენ რომ თავიდან ვაკვირდებოდით ადამიანების ქცევას, შეინიშნებოდა დამოკიდებულება, რომ მათთვის არ იყო მნიშვნელოვანი, მაგალითად, ფინჯანი ჩაის კაფეში მირთმევა. დღეს ეს უკვე სიახლეს არ წარმოადგენს“ (სოციალური საწარმოს „მ+1“ წარმომადგენელი).

რესპონდენტებისთვის მნიშვნელოვანია, რომ სოციალური მეწარმე განსხვავების შემქმნელი (ე.წ. change maker) იყოს და ამისათვის ინოვაციური მიდგომები გამოიყენოს. მათ გასავითარებლად, აუცილებელია, მმართველმა სფეროში არსებული სიახლეების შესახებ ინფორმაცია მუდმივად მოიპოვოს.

„კითხვა, მოსმენა, ყურება არის მუდმივად საჭირო. ათას პლათფორმაზე ვარ გაწევრიანებული, რომ პუბლსზე მეჭიროს ხელი. ვიცოდე, რა ხდება, რა სიტუაციაა გლობალურად, როგორ შეიძლება დაგროვილი ცოდნის გამოყენება“ (სოციალური საწარმო „პლასტიკოჩერის“ წარმომადგენელი).

სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ზოგადად სოციალურ საწარმოთა რაოდენობა ქვეყანაში მცირეა, მით უფრო მცირეა ეკონომიკურ სექტორსა და გეოგრაფიულ არეალში, სადაც სოციალური საწარმოები საქმიანობენ.

პასუხების გაანალიზების საფუძველზე შესაძლებელია ითქვას, რომ რესპონდენტთა ერთ ნაწილს სოციალურ საწარმოებს შორის კონკურენციაზე საუბარი ეხამუშებათ, რადგან საწარმოების მთავარი მიზანი საქმიანობის შედეგად პოზიტიური ცვლილების მიღწევაა გარემოსა და მოწყვლად ჯგუფებზე. რესპონდენტების შეფასებით, რაც უფრო მეტი სოციალური მიზნის მქონე საწარმო იმუშავებს, მით უფრო მეტი დადებითი შედეგი იქნება მიღწეული. მმართველების ერთი ნაწილი აღნიშნავს, რომ საწარმო კონკურენტული ვერ იქნება, თუ ის ტრადიციულ ბიზნესს არ გაუწევს კონკურენციას.

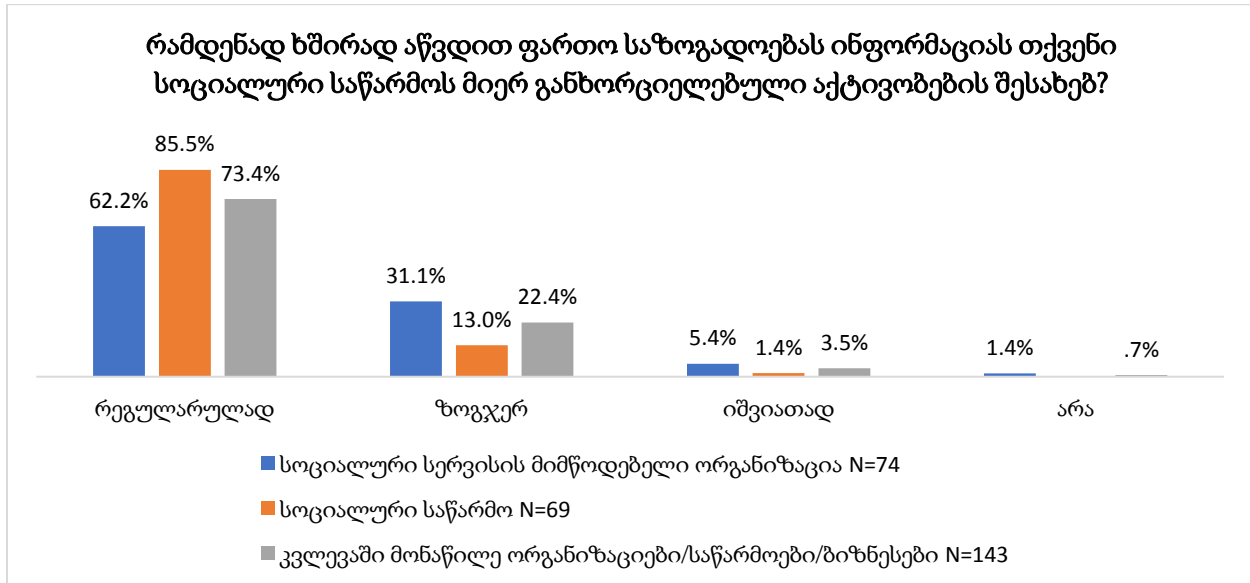
2.9.3. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებაზე ორიენტირებული მენეჯერების მხარდაჭერის ინფორმაცია

სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიწოდებელი ორგანიზაციების/ბიზნესკომპანიების წარმომადგენელთა 85,5%-მა აღნიშნა, რომ საზოგადოებას საწარმოს/ორგანიზაციის საქმიანობის შესახებ ინფორმაციას მუდმივად აწვდიან.

განხორციელებული აქტივობების შესახებ საზოგადოებისთვის ინფორმაციის რეგულარულად მიწოდების თვალსაზრისით სოციალურ საწარმოთა წილი (85,5%) მნიშვნელოვნად აღემატება

სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წილს (62,2%). ამ უკანასკნელთა 31,1% აღნიშნავს, რომ საზოგადოებას საქმიანობის შესახებ ინფორმაციას **ზოგჯერ აწვდიან** (იხ. დიაგრამა #29).

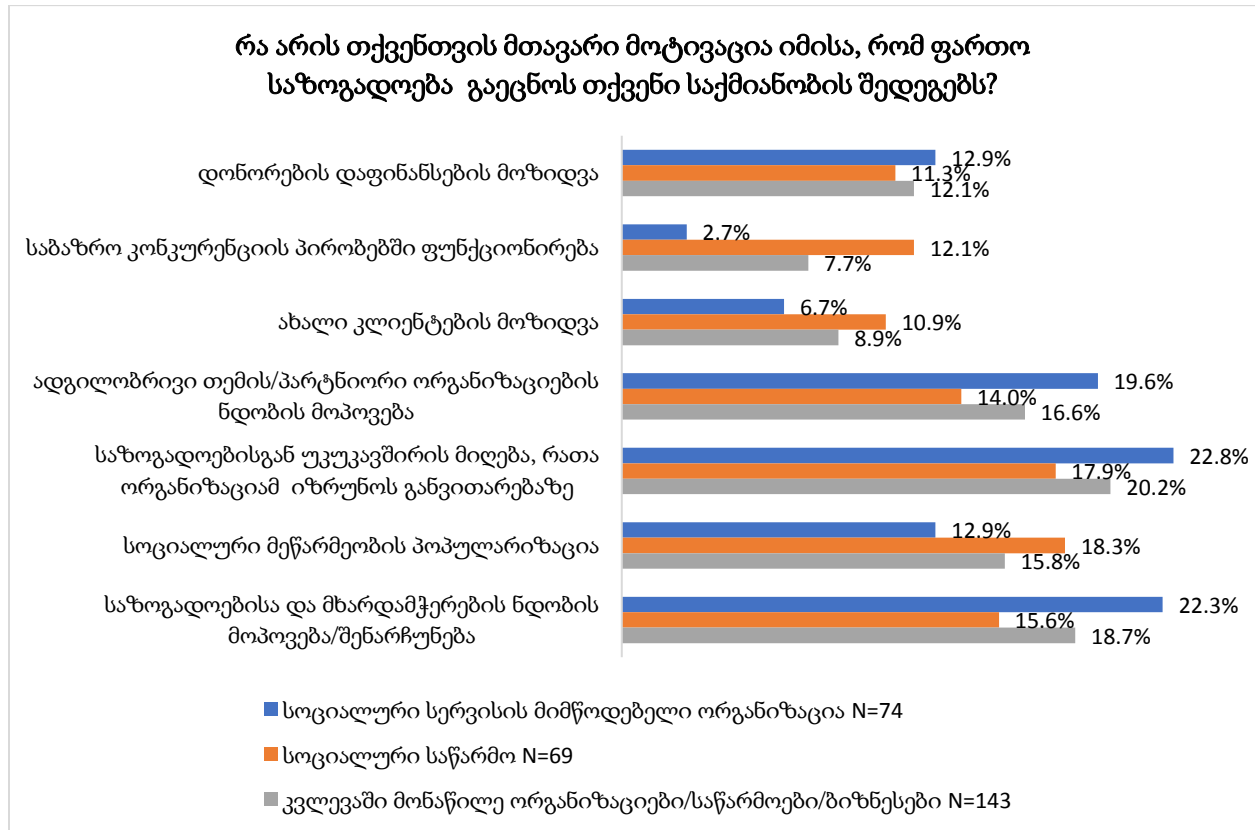
დიაგრამა 29: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მიერ ფართო საზოგადოებაში ინფორმაციის გავრცელება



საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდების მთავარ მოტივად კვლევაში მონაწილე რესპონდენტთა 20,2% საზოგადოებისგან უკუკავშირის მიღებას ასახელებს, რათა ორგანიზაციამ იზრუნოს განვითარებაზე. 18,7%-ის აზრით კი, ეს მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც ხელს უწყობს საზოგადოებისა და მხარდამჭერთა ნდობის მოპოვებასა და შენარჩუნებას.

კვლევის შედეგად მოპოვებული მონაცემების თანახმად, სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა 18,3% ინფორმაციის გავრცელების ძირითად მოტივაციად სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციას ასახელებს, 17,9%-თვის კი მნიშვნელოვანი საზოგადოებისგან უკუკავშირის მიღება აღმოჩნდა, რათა ორგანიზაციამ იზრუნოს განვითარებაზე. აღსანიშნავია, რომ დასახელებული ორი ფაქტორი სახელდება სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა მიერ საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდების მთავარ მოტივაციად (იხ. დიაგრამა #30).

დიაგრამა 30: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მოტივაცია ფართო საზოგადოებაში ინფორმაციის გასავრცელებლად



კვლევის ფარგლებში ჩატარებული ფოკუს-გუგუფის შეხვედრებში მონაწილეები სოციალურ საწარმოთა შესახებ ინფორმაციის მიღების წყაროდ უმეტესად სოციალურ ქსელებს ასახელებენ. მეორე მნიშვნელოვან წყაროდ საახლობლო/სანაცნობო წრე აღინიშნება. რესპონდენტთა ნაწილმა ისიც განაცხადა, რომ სოციალური საწარმოს საქმიანობის შესახებ რეგიონული მედიასამუშაოების მიერ გაშუქებული ინფორმაციის საფუძველზე შეიტყვეს, რის შემდეგაც თანამშრომლობის სურვილი გაუჩნდათ. რამდენიმე აქვე დასძენს, რომ მათ რაიონში/ქალაქში/სოფელში ძალიან სწრაფად ვრცელდება ცნობები სოციალური საწარმოს წარმატებული საქმიანობის შესახებ, რაც თავისთავად მოსახლეობას სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობისკენ უბიძგებს.

„ცოდნის კაფე წნორში რომ არსებობდა, კარგა ხანი ვიცოდი, მაგრამ ტელევიზორიდან დავინახე და შევიტყვე, რომ პენსიონერები ექსკურსიაზე იყვნენ წასულები. მაშინ მივხვდი, არ მეგონა, თუ ასეთი არსებობდა და მაშინ მივედი და გავწევრიანდი“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

„2016 წელს, სანამ წამოვიდოდი რაჭაში, სოციალური ქსელით გავიგე მათ შესახებ, რომ არსებობდა ასეთი სოციალური საწარმო“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ედენა“).

სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებაზე საუბრისას ექსპერტული ინტერვიუების მონაწილეებმა აღნიშნეს, რომ საზოგადოების იმ ნაწილში, რომელსაც სოციალური მეწარმეობის შესახებ ინფორმაცია აქვს, სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი

ორგანიზაციების მიმართ პოზიტიური დამოკიდებულება არსებობს. თუმცა, საქმე ისაა, რომ სოციალური მეწარმეობა, ძირითადად, უკავშირდება საქველმოქმედო ორგანიზაციებს, რომელთა პროდუქციაც ნაკლებად ხარისხიანია. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ზოგადად სოციალური მიზნის მქონე ნებისმიერი ბიზნესი საზოგადოებაში პოზიტიურად აღიქმება. ზოგიერთი ბიზნესკომპანია კეთილგანწყობის მოპოვების მიზნით, ხშირად სოციალურ მისიას მარკეტინგულ ხერხად იყენებს. როგორც კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, იმ ორგანიზაციების შესახებ (რომელთათვისაც სოციალური მისია სტრატეგიულ მიზანსა და დამფუძნებლ(ებ)ის ხედვას წარმოადგენს) ინფორმაცია მწირია.

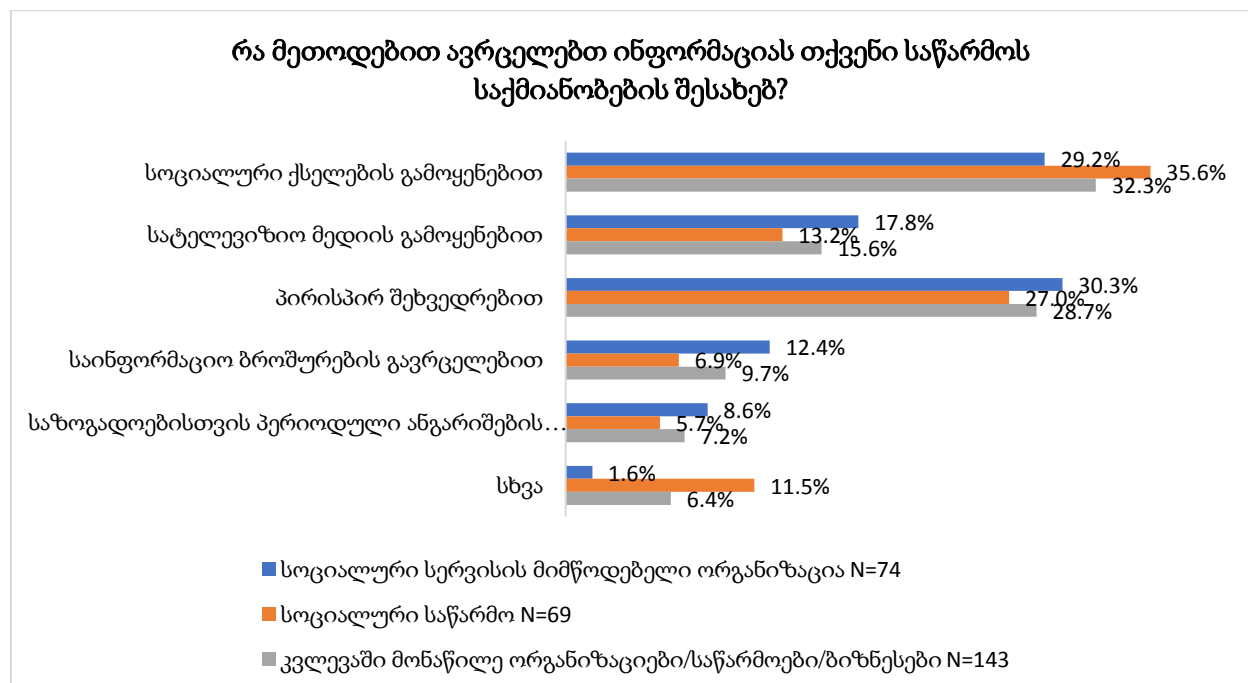
„მე არ მგონია, რომ დღეს ფართო საზოგადოებას რომ ვკითხოთ, სოციალურ საწარმოზე რას ფიქრობენ, რამეს გეტყვიან. ალბათ, პირველ რიგში იკითხავენ, ეს რას ნიშნავს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობა, ძირითადად, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა დასაქმებას უკავშირდება.

რაც შეეხება ინფორმაციის გავრცელების გზებს/საშუალებებს, გამოკითხულთათვის უმთავრესი სოციალური ქსელები (32,3%) და პირისპირ შეხვედრები (28,7%) აღმოჩნდა.

სოციალურ საწარმოთაგან სულ მცირე ყოველი მესამე (35,6%) ამისთვის სოციალურ ქსელებს იყენებს, 27% კი პირისპირ შეხვედრებზე მიუთითებს. თითოეულ შემთხვევაში 14%-ს არ აღემატება იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებმაც ინფორმაციის გავრცელების გზად სატელევიზიო მედია, საინფორმაციო ბროშურების გავრცელება, საწარმოს საქმიანობის შესახებ პერიოდული ანგარიშის წარდგენა და სხვა საშუალება დაასახელეს. რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს, მათთვის საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მთავარი გზა პირისპირ შეხვედრები (30,3%) და სოციალური ქსელები აღმოჩნდა (29,2%). სატელევიზიო მედიის გამოყენებაზე მიუთითა გამოკითხულთა 17,8%-მა (იხ. დიაგრამა #31).

დიაგრამა 31: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების მიერ შერჩეული მეთოდები ფართო საზოგადოებაში ინფორმაციის გასავრცელებლად



თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული ექსპერტების აზრით, მნიშვნელოვანია, რომ სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მომხმარებლები ინფორმაციას ფლობდნენ სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის მისიისა და საქმიანობის შესახებ. ექსპერტებმა ისაუბრეს მეთოდებზე, რომლებიც სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციისთვის გამოიყენება და ხაზი გაუსვეს ყველაზე ხელსაყრელ გზებსაც, რომლებითაც სოციალური მეწარმეობის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებისთვის შეიძლება სარგებლობა. კერძოდ, სოციალური მეწარმეობის მიმართ დამოკიდებულების ცვლილებაზე საუბრისას საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ ამ დრომდე ცნობიერების ასამაღლებლად გარკვეული ღონისძიებები გატარდა. ამის საილუსტრაციოდ რესპონდენტებს ილიას სახელობის უნივერსიტეტის მიერ სოციალური მეწარმეობის კურსის შემოღება მოაქვთ, რომელიც CSRDG-ის ინიციატივითა და მხარდაჭერით შემუშავდა. სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციას მნიშვნელოვან მხარდაჭერას უწევს „წლის სოციალური საწარმოს“ ჯილდოს დაწესება. საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა შეფასებით, სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციისთვის სხვადასხვა საინფორმაციო არხებიც გამოიყენება, ესენია: ფორუმები, საინფორმაციო შეხვედრები, სოციალური მედია, მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები (ტელევიზია, რადიო, პრესა) და სხვ. როგორც რესპონდენტები აღნიშნავენ, **საზოგადოებისთვის პრაქტიკული მაგალითების ჩვენება გაცილებით შედეგიანია, ვიდრე - იდეების გაცნობა.** რესპონდენტების შეფასებით, მნიშვნელოვანია, რომ სოციალურმა საწარმოებმა თავიანთ საგრანტო განაცხადებში (დაგეგმილ პროექტებში) უკეთესად გაითვალისწინონ, დაგეგმონ და წარმოადგინონ საზოგადოების ინფორმირების ღონისძიებები. რესპონდენტები განსაკუთრებულ ყურადღებას სოციალურ ქსელებზე ამახვილებენ, რადგან საქართველოში Facebook და Instagram განსაკუთრებული პოპულარულობით სარგებლობს და მათი გამოყენება ნაკლებ ფინანსურ ხარჯთანაცაა დაკავშირებული.

„აღრე თუ რეკლამების გაშვებას და ტელევიზიაში გადაცემაში სტუმრობას მივიჩნევდით ყველაზე კარგ საშუალებად, დღეს შეიძლება სოციალური ქსელებით კამპანიის წარმოება. მაგალითად, შემიძლია დავასახელო Facebook-ზე არსებული გვერდი - „ორჯერ ორი“, სადაც ისე ლაკონურად და გასაგებად არის ახსნილი სოციალური მეწარმეობა, რომ ცოტა შემრცხვა კიდევ, ამდენი ხანია ვფიქრობთ ორგანიზაციები და გვიჭირს გავაგებინოთ სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობა“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

სოციალური მეწარმეობის შესახებ ცნობიერების ასამაღლებელი მნიშვნელოვანი სამუშაო გადაწყვეტილების მიმღებ პირებთანაა ჩასატარებელი, რადგან მათ ნაწილს მინიმალური ცოდნაც არ აქვს სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობისა და დანიშნულების შესახებ.

როგორც სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგად გამოვლინდა, სოციალური საწარმოები როგორც ფართო საზოგადოებასთან, ისე ბენეფიციარებთან/მომხმარებლებთან საკომუნიკაციოდ სხვადასხვა საინფორმაციო არხს იყენებენ. მაგ.: მასმედია (ტელევიზია, ინტერნეტგამოცემები), სოციალური ქსელები (Facebook და Instagram), საჯარო შეხვედრები (პრეზენტაციები, ლექციები). რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ მათი საქმიანობის გავრცელება მნიშვნელოვან ხარჯებთან დაკავშირებული არაა, რადგან მასმედია სოციალური მეწარმეობის საკითხების გაშუქებით დაინტერესებულია. თითქმის ყველა საწარმოს საკუთარი ფეისბუქგვერდი აქვს შექმნილი, მცირე ნაწილს კი - ვებგვერდიც.

რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ საზოგადოებასა და, მათ შორის, პოტენციურ მომხმარებლებთან კომუნიკაციისას, პირველ რიგში, სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობაზე ამახვილებენ ყურადღებას და ამის შემდეგ კონკრეტულ მომსახურებაზე ან პროდუქციაზე აწვდიან ინფორმაციას.

„პირველ რიგში, სოციალური საწარმოთი ვიწყებთ კომუნიკაციას და მერე ვეუბნებით, რომ ყველაფერი, რასაც ხედავთ, არის ნარჩენებისგან დამზადებული. ამითი ვცდილობთ, რომ მეტი ინტერესი გამოვიწვიოთ“
(სოციალური საწარმოს „7R“ წარმომადგენელი).

2.9.4. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა საქმიანობის ხელშეწყობი და შავაფარხაბელი ფაქტორები

ზემოთ განხილული თემების გარდა, კვლევაში მონაწილე პირებმა 5-ქულიან სკალაზე შეაფასეს სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა ხელშეწყობის თვალსაზრისით. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა შეფასების დადებით წერტილებში ათავსებს თითოეულ საკითხს (მნიშვნელოვანია+ძალიან მნიშვნელოვანია). იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებიც რომელიმე საკითხს უმნიშვნელოდ/სრულიად უმნიშვნელოდ აფასებენ, 7%-ზე ნაკლებია.

კერძოდ, სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლებიც და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა აბსოლუტური უმრავლესობაც (>91%-ზე) მიიჩნევენ, რომ საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის მნიშვნელოვანია საწარმოს ლიდერისა და წამყვანი მენეჯერების გამოცდილება/კვალიფიკაცია, მათი ბიზნესუნარების უწყვეტი განვითარება; საწარმოს ლიდერისა და წამყვანი მენეჯერების უნარების უწყვეტი განვითარება სოციალური გავლენის მართვის მიმართულებით, სტრატეგიული ინვესტორების მოზიდვა, პროფილურ კომერციულ ორგანიზაციებთან პარტნიორობა, სოციალური საწარმოს გუნდის წევრთა პროფესიული განვითარება/კვალიფიკაციის ამაღლება. რესპონდენტთა აბსოლუტურ უმრავლესობას საყურადღებოდ მიაჩნია არაფორმალური სოციალური ჯგუფებისგან, ცალკეული ინდივიდისა თუ დონორი ორგანიზაციებისგან დახმარების მიღებაც. კვლევის ორივე სამიზნე ჯგუფში გამოკითხულ რესპონდენტთა 91%-ზე მეტი ხაზს უსვამს მთავრობის წარმომადგენელთა/პოლიტიკური ელიტის მხარდაჭერის მნიშვნელობას (სოციალური საწარმოები - 94,2%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები - 95,9%) (ძალიან მნიშვნელოვანია+მნიშვნელოვანია). სოციალური საწარმოებისა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების აბსოლუტური უმრავლესობა მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ საწარმოს/ორგანიზაციის ინფრასტრუქტურულ განვითარებასა და საქმიანობისთვის საჭირო კონკრეტული გარემოს ხელშეწყობას/განვითარებას (იხ. ცხრილი #34).

ცხრილი 34: სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება

სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება	ძალიან მნიშვნელოვანია	მნიშვნელოვანია	არც მნიშვნელოვანია და არც უმნიშვნელო	უმნიშვნელოა	სრულიად უმნიშვნელოა	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა
	%						
საწარმოს ლიდერის და წამყვანი მენეჯმენტის გამოცდილება/კვალიფიკაცია	98,6	1,4	-	-	-	-	-
სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74							

სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება		ძალიან მნიშვნელოვანია	მნიშვნელოვანია	არც მნიშვნელოვანია და არც უმნიშვნელო	უმნიშვნელოა	სრულიად უმნიშვნელოა	უარი პასუხზე	არ ვიცე/მიჭირს პასუხის გაცემა
		%						
	სოციალური საწარმო N=69	100	-	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	99,3	0,7	-	-	-	-	-
საწარმოს ლიდერის და წამყვანი მენეჯმენტის ბიზნეს უნარების უწყვეტი განვითარება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	75,7	17,6	-	2,7	4,1	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	94,2	4,3	-	-	1,4	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	84,6	11,2	-	1,4	2,8	-	-
საწარმოს ლიდერის და წამყვანი მენეჯმენტის უნარების განვითარება სოციალური გავლენის მიმართულებით მართვის	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	91,9	6,8	-	1,4	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	100	-	-	-	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	95,8	3,5	-	0,7	-	-	-
სტრატეგიული ინვესტიორები	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	93,2	2,7	1,4	2,7	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	95,7	2,9	-	1,4	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	94,4	2,8	0,7	2,1	-	-	-
„პროფილურ“ კომერციულ ორგანიზაციებთან პარტნიორობა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	77	14,9	4,1	1,4	1,4	-	1,4
	სოციალური საწარმო N=69	92,8	2,9	1,4	1,4	0	-	1,4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	84,6	9,1	2,8	1,4	0,7	-	1,4
არაკომერციულ „პროფილურ“ ორგანიზაციებთან პარტნიორობა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	74,3	13,5	-	-	-	-	2,7
	სოციალური საწარმო N=69	92,8	5,8	-	-	-	-	1,4

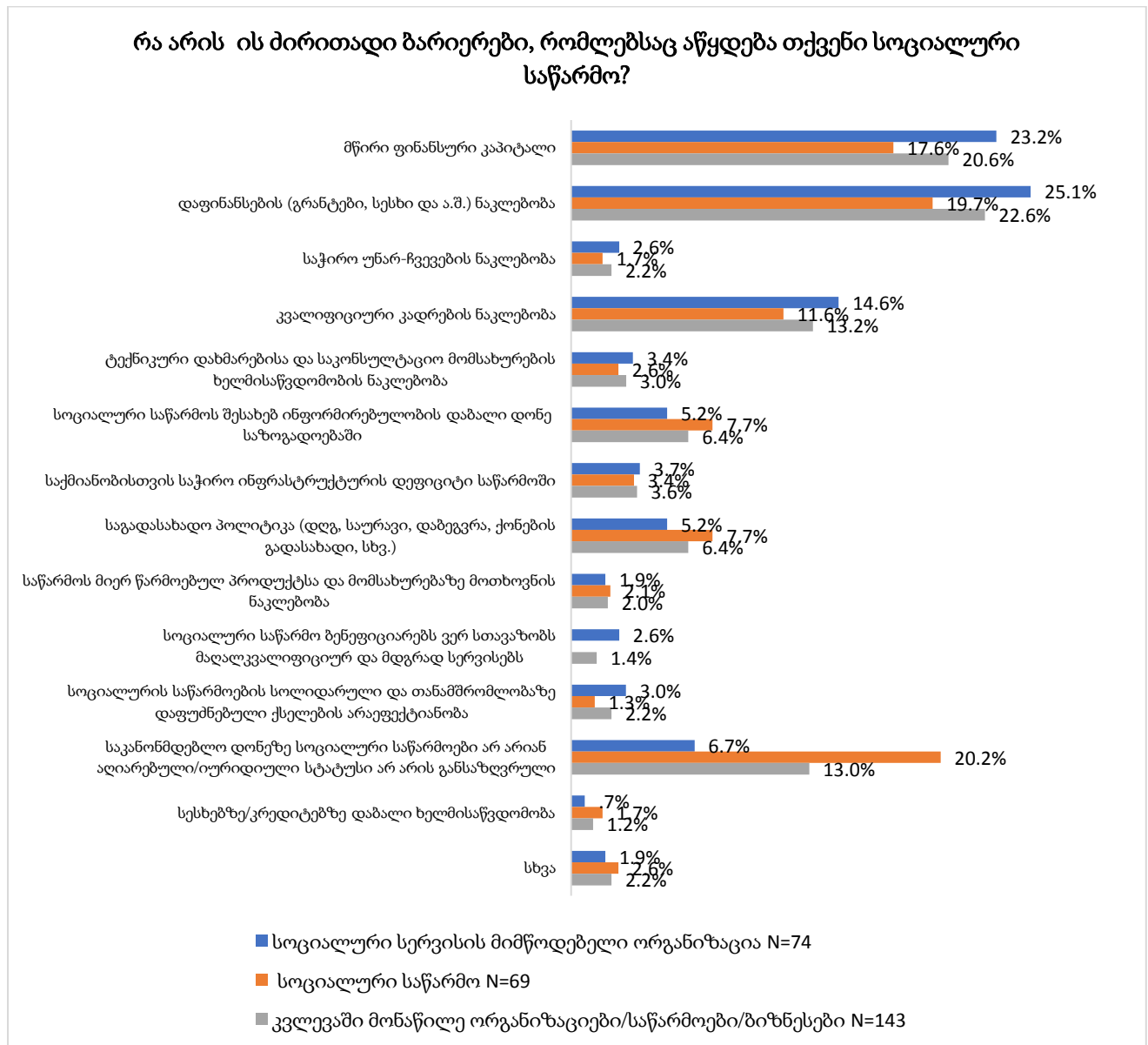
სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება	ძალიან მნიშვნელოვანია	მნიშვნელოვანია	არც მნიშვნელოვანია და არც უმნიშვნელო	უმნიშვნელოა	სრულიად უმნიშვნელოა	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა
	%						
კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	83,2	9,8	0,7	4,2	-	-	2,1
სოციალური საწარმოს გუნდის წევრების პროფესიული განვითარება/კვალიფიკაციის ამაღლება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	85,1	9,5	-	5,4	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	98,6	-	-	-	-	1,4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	91,6	4,9	-	2,8	-	-
არაფორმალური სოციალური ჯგუფების დახმარება, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ორგანიზაციის საქმიანობით	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	82,4	10,8	-	6,8	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	89,9	4,3	-	4,3	-	1,4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	86	7,7	-	5,6	-	-
ცალკეული ინდივიდების (ბიზნესმენების ჩათვლით) მიერ გაწეული დახმარება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	81,1	13,5	-	5,4	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	88,4	4,3	-	5,8	1,4	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	84,6	9,1	-	5,6	0,7	-
დონორი ორგანიზაციების დახმარება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	95,9	2,7	-	1,4	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	97,1	1,4	-	1,4	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	96,5	2,1	-	1,4	-	-
მთავრობის წარმომადგენლების/პოლიტიკური ელიტის დახმარება (მხარდაჭერა)	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	90,5	5,4	1,4	1,4	1,4	-
	სოციალური საწარმო N=69	92,8	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	91,6	3,5	1,4	1,4	1,4	0,7

სოციალური საწარმოს გავლენის ზრდის თვალსაზრისით სხვადასხვა საკითხის მნიშვნელოვნება		ძალიან მნიშვნელოვანია	მნიშვნელოვანია	არც მნიშვნელოვანია და არც უმნიშვნელო	უმნიშვნელოა	სრულიად უმნიშვნელოა	უარი პასუხზე	არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა
		%						
ცნობადი ადამიანების მხარდაჭერა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	93,2	4,1	2,7	-	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	87	7,2	-	5,8	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	90,2	5,6	1,4	2,8	-	-	-
ინფრასტრუქტურის განვითარება	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	95,9	2,7	-	1,4	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	100	0	-	0	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	97,9	1,4	-	0,7	-	-	-
კონკურენტული გარემოს ხელშეწყობა	სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია N=74	91,9	5,4	-	2,7	-	-	-
	სოციალური საწარმო N=69	94,2	2,9	-	2,9	-	-	-
	კვლევაში მონაწილე ორგანიზაციები/საწარმოები ი/ბიზნესკომპანიები N=143	93	4,2	-	2,8	-	-	-

კვლევაში მონაწილე პირებმა დაასახელეს ძირითადი დაბრკოლებები, რომლებსაც აწყდება სოციალური საწარმო/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია. კერძოდ, კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ პირთა 22,6% ბარიერად დაფინანსების ნაკლებობას, 20,6% კი მწირ ფინანსურ კაპიტალს ასახელებს.

სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა მეხუთედის მიერ დაბრკოლებად საკანონმდებლო დონეზე სოციალური საწარმოების აღიარებასთან/იურიდიული სტატუსის არარსებობასთან დაკავშირებული პრობლემები სახელდება (20,2%), 19,7% კი აცხადებს, რომ მთავარი სირთულე დაფინანსების (გრანტები, სესხი და ა. შ.) ნაკლებობას უკავშირდება. რესპონდენტთა 17,6%-მა ძირითად გამოწვევად მწირი ფინანსური კაპიტალი დაასახელა. რაც შეეხება სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა გამოცდილებას, გამოკითხულთა მეოთხედმა აღნიშნა, რომ მათ შემთხვევაში მთავარი სირთულე დაფინანსების ნაკლებობაა, 23,2% კი ფინანსური კაპიტალის მოძიებასთან დაკავშირებულ პრობლემაზე ამახვილებს ყურადღებას (იხ. დიაგრამა #32).

დიაგრამა 32: ძირითადი ბარიერები, რასაც კვლევაში მონაწილე სუბიექტები აწყდებიან



ზემოთ თქმულის გარდა, აღსანიშნავია, რომ ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა ისაუბრეს სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობის დროს წარმოქმნილ სირთულეებსა და გამოწვევებზე. დასაქმებული რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში წარმოქმნილი სირთულეები, ძირითადად, ამ ტიპის საწარმოს შესახებ საზოგადოებაში ინფორმირებულობის დაბალი დონითაა განპირობებული. რესპონდენტთა ნაწილი აცხადებს, რომ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევა უკავშირდება სხვადასხვა აქტივობაში ახალგაზრდების ჩართულობის გაზრდასა და მათი მოტივაციის ამაღლებას. ზოგიერთი სოციალური საწარმო საქმიანობს მაღალმთიან რეგიონში, სადაც ადგილობრივ მოსახლეობაში ახალგაზრდების სიხალავათაა. ეს კი დასახელებულ გამოწვევასთან გამკლავებას ართულებს.

„გამოწვევა, ძირითადად, არის ხოლმე ახალგაზრდების ჩართულობის გაზრდა, მოტივაციის გაზრდა მათთვის“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „გავაძლიეროთ სოფლად ახალგაზრდები“).

მნიშვნელოვან გამოწვევად ასახელებენ COVID 19-ის პანდემიასაც, ვინაიდან ამ დროს სოციალურ საწარმოთა ნაწილმა საქმიანობა შეწყვიტა. ამან უარყოფითად იმოქმედა როგორც დასაქმებულთა ფინანსურ მდგომარეობაზე, ისე სხვადასხვა სახის სერვისის მიმღებ ბენეფიციარებზეც. კერძოდ, მათზე, რომლებიც სხვადასხვა პროფესიას ეუფლებოდნენ და ხანდაზმულებზეც, რომლებიც აქტიურად მონაწილეობდნენ სოციალურ საწარმოთა მიერ დაგეგმილ აქტივობებში. ამ უკანასკნელ გამოწვევას სწავლების დისტანციურ რეჟიმში გაგრძელებით უპასუხეს. ამ ნაბიჯმა პრობლემა ნაწილობრივ მოაგვარა. მოსარგებლეთა გარკვეული ნაწილი შესაბამის ტექნიკურ მოწყობილობებს არ ფლობდა, ამიტომ გაკვეთილებს დისტანციურად ვერ ესწრებოდნენ. ამასთანავე, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები აცხადებენ, რომ არსებული გამოწვევები რიგ შემთხვევაში უკავშირდება მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის სიმწირეს, რომელიც გარკვეულწილად ფინანსური რესურსის ნაკლებობითაა გამოწვეული. მსგავსი პრობლემის მოსაგვარებლად სოციალური საწარმოები სხვადასხვა საგრანტო კონკურსში მონაწილეობენ. რაც შეეხება სამთავრობო ან კერძო სტრუქტურებისგან ფინანსური დახმარების მოთხოვნის მცდელობებს, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთა ნაწილი ამბობს, რომ უმეტესად წარუმატებლად სრულდება, რადგან ისინი არ ინტერესდებიან სოციალური საწარმოს მიზნებითა და ამოცანებით.

„მთავარი გამოწვევა ის გულგრილობაა, რასაც ვაწყდები ყოველდღიურობაში, როცა ვცდილობ რესურსების მოძიებას ისეთი კომპანიების მხრიდან თუნდაც, რომლებსაც შეუძლიათ დახმარება, თუმცა არ არიან დაინტერესებული. სიმართლე რომ ვთქვა, ცალკეული ადამიანების მხრიდან უფრო ვხედავთ დახმარების სურვილს, ვიდრე იმათგან, ვისაც უფრო მეტი რესურსი აქვს“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მირაბალდები“).

ზოგადი ფონის გარდა, რესპონდენტებმა პირად გამოცდილებებზეც ისაუბრეს და აღნიშნეს, რომ მათთვის რთული იყო ახალი პროფესიის დაუფლების საწყისი ეტაპები. გარკვეული პერიოდის შემდეგ კი ეს გამოწვევა მარტივად გადალახეს. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული რესპონდენტები იმასაც ამბობენ, რომ მათთვის პრობლემური იყო შექმნილი პროდუქციის გასაღების ბაზრის მოძიება. დონორი ორგანიზაციების დახმარებით კი მსგავსი პრობლემაც აღმოფხვრეს.

სოციალური საწარმოებისთვის კიდევ ერთი მთავარი გამოწვევა იყო სტუმრების დამოკიდებულება შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე მომსახურე პერსონალის მიმართ. კერძოდ, როგორც ერთ-ერთი რესპონდენტი აღნიშნავს, სტუმრები ხშირად თავს არიდებდნენ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირისგან საკვების ყიდვას. ისინი მიიჩნევდნენ, რომ სათანადო პირობების დაცვით არ იქნებოდა მომზადებული. როგორც ფოკუსჯგუფის შეხვედრების მონაწილემ აღნიშნა, საკმაოდ დიდი დრო დასჭირდა ამ სტერეოტიპის დამსხვრევას.

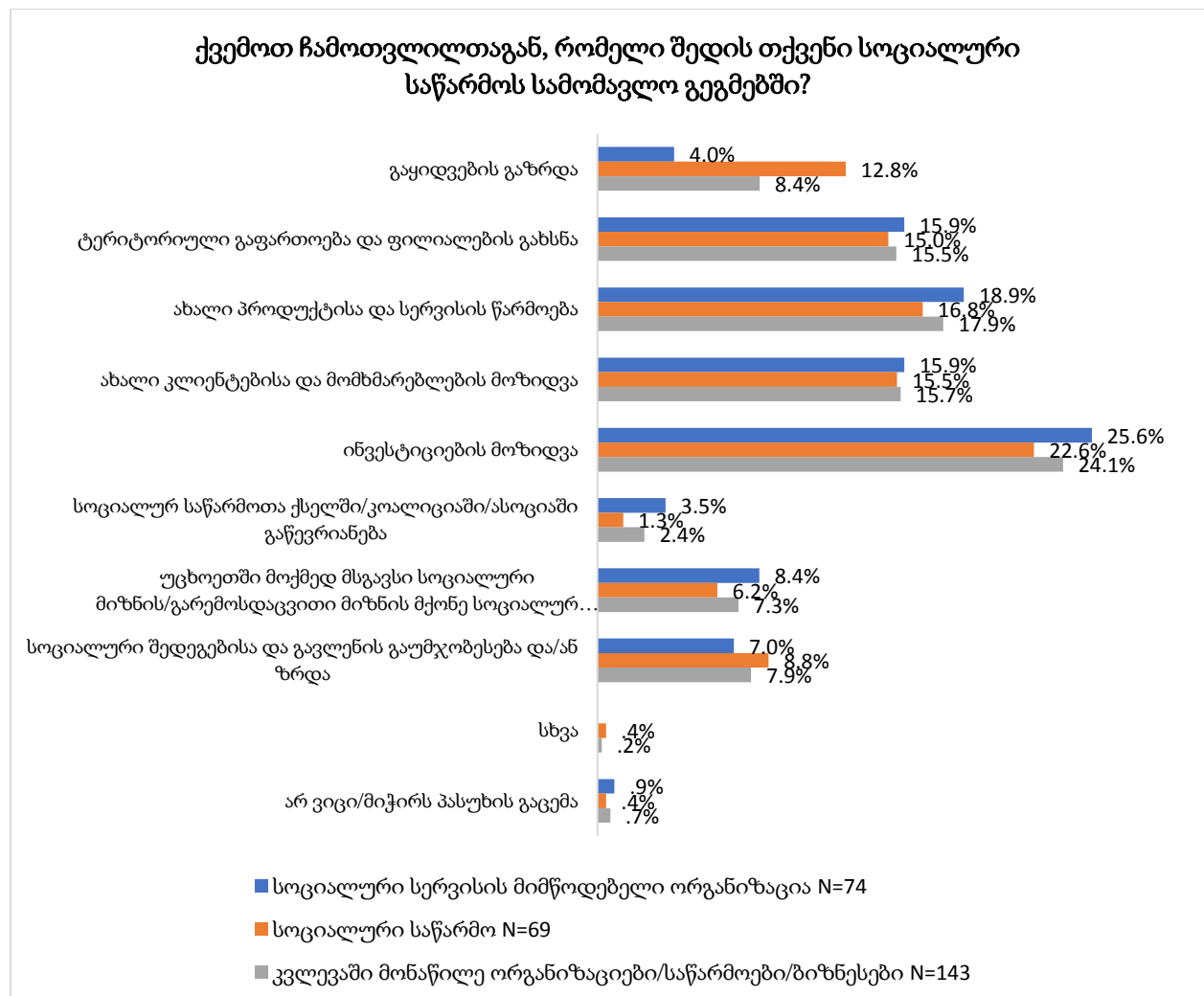
„ადამიანები როდესაც საკვებს ყიდულობენ შშმ პირებისგან, საკმაოდ ისეთი დელიკატური საკითხია, ბევრს არ უნდოდა ამის ყიდვა იმიტომ, რომ ზოგადად ეს სტიგმა გვაქვს, რომ შშმ პირები ვერ აკეთებენ შესაბამისად“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თემი ქედელი“).

საბოლოოდ, შეიძლება ითქვას, რომ სოციალურმა საწარმოებმა გარკვეული გამოწვევები საკმაოდ წარმატებით დაძლიეს. როგორც მათმა წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, სოციალურ საწარმოთა შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის დონემ მოიმატა და, შესაბამისად, მათ მიმართ ნდობაც გაიზარდა. ამას კი მოწყვლადი ჯგუფების დაინტერესება მოჰყვა. ახალგაზრდები უფრო აქტიურად ერთვებიან სოციალურ საწარმოთა საქმიანობებში და მათი როლი მნიშვნელოვნად იზრდება ცვლილებების განხორციელების პროცესში.

2.9.5. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებაზე ორგანიზაციათა სამომავლო გეგმები

სოციალური საწარმოების/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების/ბიზნესკომპანიების სამომავლო გეგმებთან დაკავშირებით გამოკითხულთა 24,1%-მა ინვესტიციების მოზიდვა დაასახელა, 17,9%-მა კი - ახალი პროდუქტის შექმნა და სერვისის შეთავაზება. მონაცემები მსგავსად ნაწილდება სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილშიც. კერძოდ, სოციალური საწარმოების წარმომადგენელ რესპონდენტთა 22,6%-მა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში გამოკითხულთა 25,6%-მა სამომავლო გეგმად ინვესტიციების მოზიდვა დაასახელა. სოციალურ საწარმოთა შემთხვევაში 12%-17%-ს შორის მერყეობს მათი წილი, რომლებიც სამომავლოდ გაყიდვის გაზრდას (12,8%), ტერიტორიულ გაფართოებასა და ფილიალების გახსნას (15%), ახალი პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზებას (16,8%), ახალი კლიენტებისა და მომხმარებლების მოზიდვას გეგმავენ (15,5%). ზემოთ ჩამოთვლილი უკანასკნელი სამი გეგმა დასახელდა სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციების წარმომადგენელთა მიერაც. კვლევაში მათი წილი 15%-19%-ს შორის მერყეობს (იხ. დიაგრამა #33).

დიაგრამა 33: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების სამომავლო გეგმების დებულებები



როგორც სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგად გამოვლინდა, სოციალურ საწარმოთა სამომავლო მიზანია საქმიანობის გაფართოება და პროდუქციის/სერვისის გამრავალფეროვნება. რესპონდენტების ერთ ნაწილს სურს, რომ საერთაშორისო ბაზარზე შეძლონ პროდუქციის გატანა. საწარმოთა წარმომადგენლები ფიქრობენ, რომ მათი პოტენციური მომხმარებლები საზღვარგარეთ არიან, რადგან მათ მიერ წარმოებული უნიკალური პროდუქციის მიმართ ინტერესი განსაკუთრებით ევროპის კონტინენტის მომხმარებლებში არსებობს. კორონავირუსის პანდემიის გამო შექმნილი სიტუაციის გათვალისწინებით, რესპონდენტები ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის საჭიროებას ხედავენ. საწარმოთა სამომავლო გეგმაში შედის საკუთარი ფართის შექმნა, რაც საგრძობლად შეუწყობს ხელს საწარმოს განვითარების მდგრადობას. გარემოს დაცვის მიმართულებით მომუშავე ერთ-ერთი საწარმო გეგმავს, ზუგდიდში გახსნას ე.წ. გადამუშავების სავაჭრო ცენტრი („Recycling Mall“), რომელშიც სახელოსნოები და მალაზიები ერთად იქნება განთავსებული.

*„3 წელიწადში გვინდა, რომ ზუგდიდში მდებარე ერთ-ერთი ყოფილი ქარხნის ტერიტორიაზე, ე.წ. გადამუშავების სავაჭრო ცენტრი გაიხსნას, სადაც ავეჯის აღდგენის და ელექტრომოწყობილობების სახელოსნო იქნება. ასევე, ამავე შენობაში იქნება მალაზია, სადაც ეს ყველაფერი გაიყიდება და, ამავდროულად, სხვა პროდუქტებიც, რომელიც ეკომეგობრულია“
(სოციალური საწარმოს „7R“ წარმომადგენელი).*

სიღრმისეული ინტერვიუების რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ბევრი იდეა აქვთ, რომელთა განხორციელებაც სურთ. თუმცა, ვიდრე სახელმწიფოს მხრიდან სოციალური საწარმო არ აღიარდება, მანამდე სექტორის განვითარებას ფრამენტული სახე ექნება და სოციალურ საწარმოთა მიერ მიღწეულ მნიშვნელოვან დადებით გავლენაზე საუბარი რთული იქნება. სოციალურ საწარმოთა მმართველებს აქვთ მოტივაცია, რომ საზოგადოებისთვის სასარგებლო საქმიანობა აკეთონ. ეს კი დამოუკიდებლად, სახელმწიფოს მხარდაჭერის გარეშე რთულად წარმოუდგენიათ.

„საერთაშორისო კონფერენციას ვესწრებოდი და ბევრმა ძალიან კარგი მაგალითი დაასახელა. მაგალითად, საწარმოებს მუნიციპალურ ბალანსზე არსებული სივრცე ეთმობათ მინიმალურ ფასად, სადაც, შესაბამისად, ბიზნესხარჯები იზოგება. იყო ასევე სხვა სახის ბენეფიტები, რომელიც მათ აძლევდა დამატებით მოტივაციას, რომ უფრო მეტი ადამიანი ჩაერთოთ ამ სოციალურ აქტივობებში და პროექტებში“ (სოციალური საწარმო „მეგობრის“ წარმომადგენელი).

მნიშვნელოვანია, ადგილობრივი ხელისუფლების დამოკიდებულება შეიცვალოს და საწარმოთა იგნორირების ნაცვლად მათ მხარი დაუჭირონ.

„ჩვენ სივრცე საკუთრებაში არ გვაქვს ვაფორმებული და სახელმწიფომ მუნიციპალიტეტს გადაუგზავნა, თქვენ გადაწყვიტეთ საკითხიო. ადგილობრივმა ხელისუფლებამ უარი გვითხრა. ერთი თვე ვწერდით იურისტებთან ერთად წერილს და ისეთი შთაბეჭდილება დამრჩა, რომ არც წაიკითხეს და ამით დაკვარგეთ 30 000-ლარიანი პროექტი“ (სოციალური საწარმო „გუმბათის“ წარმომადგენელი).

ყველა რესპონდენტი ერთსულოვანია, როცა სოციალური საწარმოებისთვის სტატუსის მინიჭებაზე საუბრობენ. რესპონდენტთა ერთ ნაწილს ჩამოყალიბებული პოზიცია არ აქვს, თუ რა ტიპის შეღავათებით უნდა ისარგებლონ საწარმოებმა. მეორე ნაწილი მიიჩნევს, რომ სოციალურ საწარმოები დაარსებიდან გარკვეული ვადით (1-2 წელი) სხვადასხვა ტიპის შეღავათით (იჯარის, კომუნალური და სხვა ტიპის გადასახადისგან გათავისუფლება) უნდა ისარგებლონ. მმართველები თანხმდებიან, რომ სტატუსის მინიჭება საწარმოებს სხვადასხვა

(მათ შორის, სახელმწიფო და კერძო) პროგრამით სარგებლობის შესაძლებლობას მისცემს. ეს კი მდგრად განვითარებას საგრძნობლად დაეხმარება.

„TBC ბანკის კონკურსი არსებობს სოციალური მიზნის მქონე საწარმოებისთვის, სადაც არასამეწარმეო იურიდიული პირის სტატუსის მქონე ვერ დარეგისტრირდება. გამოდის, რომ შპს მოიპოვებს გამარჯვებას და დარწმუნებული ვარ, რომ დამსახურებულადაც, მაგრამ, რატომ უნდა მჭირდებოდეს რაღაცების მოგონება და ცალკე შპს-ს დაფუძნება და ბიუროკრატიული სირთულეების გავლა, როცა შეიძლება რომ კანონმა მაღიაროს?!“ (სოციალური საწარმოს „7H“ წარმომადგენელი).

სიღრმისეული ინტერვიუს რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ფართო საზოგადოებაში სოციალური საწარმოს საქმიანობა, ძირითადად, დახმარებასა და შემწეობას უკავშირდება. სწორედ ამიტომ ცნობიერების ამაღლებისთვის საინფორმაციო კამპანია ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ღონისძიებაა, რომელიც სამომავლოდ უნდა ჩატარდეს.

2.10. ზოგადი სურათი

2.10.1. სოციალურ საწარმოთა/სოციალური სერვისების მიწოდებელ ორგანიზაციათა განვითარების ხელშეწყობა და გავლენის ზრდა

ჩატარებული რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში სოციალურ საწარმოებსა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში გამოკითხულმა პირებმა შეაფასეს სხვადასხვა სამოქმედო მიმართულების მნიშვნელობა სოციალურ საწარმოთა განვითარების ხელშეწყობისა და მათი გავლენის ზრდის თვალსაზრისით. აღსანიშნავია, რომ ორივე სამიზნე ჯგუფის ფარგლებში გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა აუცილებელ მოთხოვნად მიიჩნევს *(მნიშვნელოვანია+ძალიან მნიშვნელოვანია)* შემდეგ საკითხებს:

- მუნიციპალიტეტების დონეზე სოციალური პოლიტიკის სტრატეგიული დაგეგმვა (მაგ.: პროგრამების შექმნა, რომლებიც გაზრდის დასაქმებას და სხვ.) - *სოციალური საწარმო - 98,5%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 98,7%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 98,6%;*
- სოციალური სერვისების მიწოდების ეფექტიანობისთვის საჯარო კონსულტაციების ჩატარება - *სოციალური საწარმო - 92,8%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 98,6%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 95,9%;*
- სამოქალაქო სექტორსა და ადგილობრივ მთავრობას შორის სოციალური დიალოგის გაუმჯობესება - *სოციალური საწარმო - 97,1%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 97,3%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 97,2%;*
- ახალი სოციალური საწარმოებისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა - *სოციალური საწარმო - 98,6%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 100%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 99,4%;*
- ფინანსური და ინფრასტრუქტურული დახმარება - *სოციალური საწარმო - 98,5%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 98,7%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 98,6%;*

- საზოგადოებაში სოციალური ეკონომიკის შესახებ ცნობიერების დონის ამაღლება - *სოციალური საწარმო - 98,6%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 98,7%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 98,6%;*
- ახალგაზრდული ფონდების შექმნა, რომლებიც სოციალური საწარმოების სფეროში დაეხმარება ახალგაზრდებს - *სოციალური საწარმო - 98,5%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 94,6%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 96,5%;*
- საკანონმდებლო და ინსტიტუციური ჩარჩოს შემუშავება და გაუმჯობესება - *სოციალური საწარმო - 97,1%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 93,3%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 95,1%;*
- სოციალურ საწარმოთა ხილვადობის ზრდა - *სოციალური საწარმო - 98,6%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 98,6%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 98,6%;*
- სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობისა და როლის პოპულარიზაცია ფორმალური და არაფორმალური განათლების გზით - *სოციალური საწარმო - 100%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 100%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 100%;*
- სოციალური მეწარმეობის კანონის ადვოკატირება საპარლამენტო დონეზე - *სოციალური საწარმო - 97,1%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 98,7%; კვლევაში მონაწილე საწარმო/ორგანიზაცია/ბიზნესკომპანია - 96,5%.*

სესხებზე წვდომის გაუმჯობესების ან სხვა ტიპის დახმარების სისტემის შექმნის მნიშვნელობას (*მნიშვნელოვანია+ ძალიან მნიშვნელოვანია*) ხაზს უსვამს სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულთა 85,5% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში - 70,3%, *კვლევაში მონაწილე საწარმოს/ორგანიზაციის/ბიზნესკომპანიის შემთხვევაში კი - 77,6%.*

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის ხელშემწყობ გარემოზე, ექსპერტული ინტერვიუების ფარგლებში, ისაუბრეს საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წარმომადგენლებმაც. მათი შეფასებით, საწარმოთა წარმატებული საქმიანობისთვის აუცილებელია საკანონმდებლო ბაზის მოწესრიგება. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დაბრკოლება, რომელიც სოციალური მეწარმეობის წინაშე დღეს არსებობს, საქართველოს კანონმდებლობაში სოციალური საწარმოს განმარტების არარსებობაა.

*„მაგალითად, რომ განავითარო მხარდაჭერის პროგრამები, ცნობილი უნდა იყოს მექანიზმები იმის, თუ როგორ მოხდეს სამიზნეს იდენტიფიცირება, ამისთვის კი განმარტებული უნდა იყოს სოციალური მეწარმეობა“
(საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).*

მიუხედავად იმისა, სოციალური მეწარმეობა სახელმწიფო დონეზე პრიორიტეტულადაა გამოცხადებული, რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სახელმწიფოს მხრიდან საკანონმდებლო და, შესაბამისად, პროგრამული მიმართულებით ამ დრომდე ქმედითი ნაბიჯები არ გადადგმულა. ექსპერტები ამბობენ, რომ არსებული პრობლემები ვერ შემცირდება, ვიდრე საკანონმდებლო დონეზე სოციალური მეწარმეობის განმარტება არ იარსებებს. სოციალური მეწარმეობის ხელშემწყობი ღონისძიებების განხორციელება შეუძლებელია სოციალური საწარმოების აღიარების გარეშე.

„აღიარების გარეშე შეუძლებელია სოციალური მეწარმეობის ხელშემწყობი პროგრამების განხორციელება. მაგალითად, ფინანსურმა ინსტიტუტებმა სოციალურ მეწარმეობაზე მორგებული შეთავაზებები ან პროდუქტები რომ განავითარონ, უკვე პრაქტიკაში განხორციელება რთული იქნება. შპს და აიპი,

როგორ უნდა მოახდინოს იდენტიფიცირება, სოციალური საწარმო არის თუ არა ნამდვილად. ამის მექანიზმები ახლა არ არსებობს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

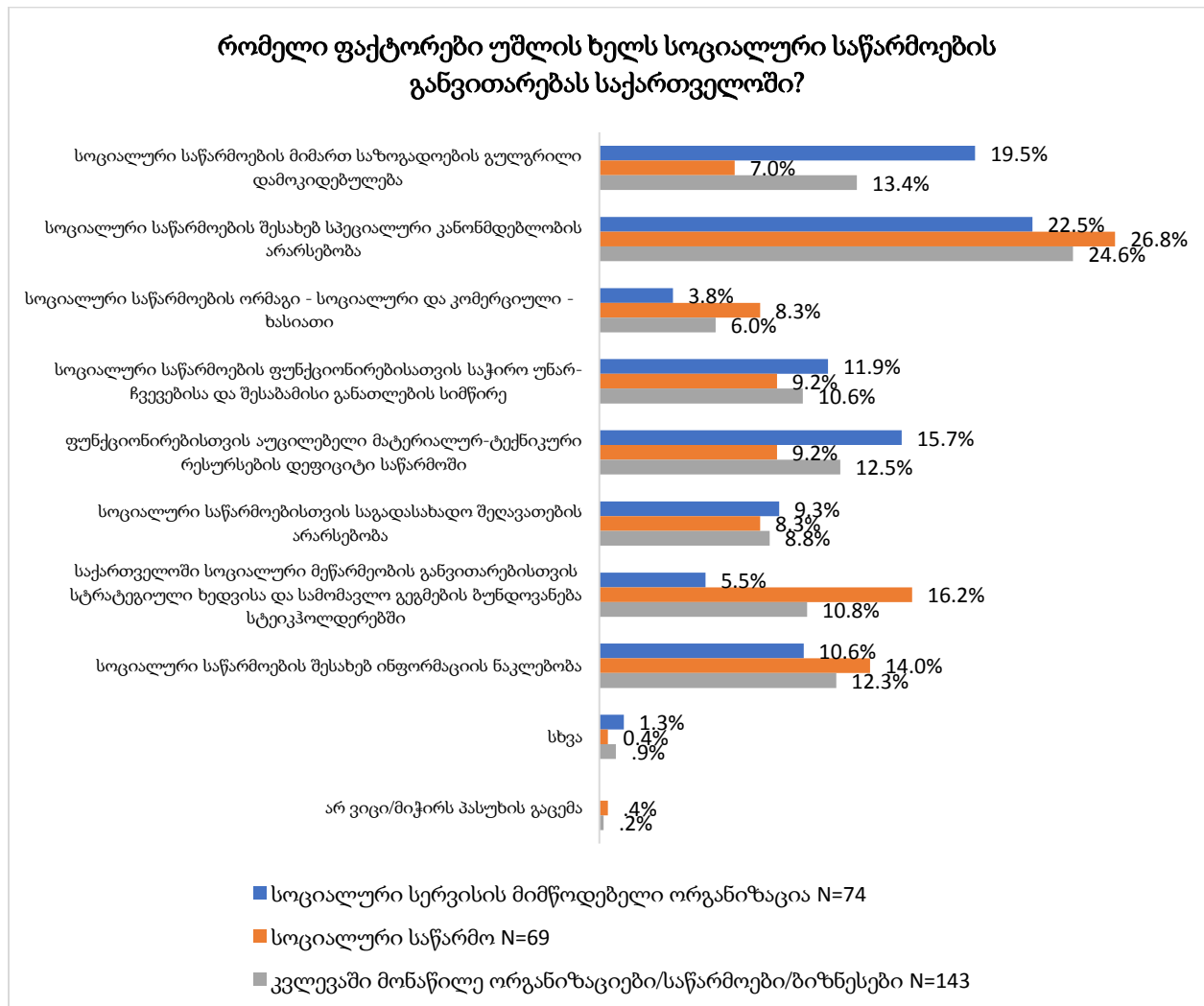
საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს დაქვემდებარებაში მყოფი **სსიპ - მეწარმეობის განვითარების სააგენტოს** როლი მნიშვნელოვანია, თუმცა, სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობის მხრივ პასიურია. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ საზოგადოებრივმა ორგანიზაციებმა სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციისა და ცნობიერების ასამაღლებელი ღონისძიებები უნდა დაგეგმონ. აღიარების შემდგომ **სოციალური მეწარმეობის როგორც პოპულარიზაციისთვის, ისე გასავითარებლად საჭიროა, სოციალური მეწარმეობის კურსი შევიდეს უმაღლესი განათლების სასწავლო პროგრამაში; სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობი პროგრამებიც გაჩნდეს როგორც სახელმწიფო, ისე - საფინანსო ინსტიტუტებში.** კერძოდ, არსებულ პროგრამებში სოციალური საწარმოებიც შევიდეს. ეს გაცილებით გაზრდის საწარმოთა შანსს, დამატებითი ფინანსური სარგებელი არამხოლოდ სახელმწიფოს, არამედ საფინანსო ინსტიტუტებისგანაც მიიღონ. მნიშვნელოვანია აქსელერაციის (ბიზნესის გაძლიერების/გაფართოების ხელშეწყობი საქმიანობები) სერვისების განვითარება, რათა უფრო ხარისხიანი საკონსულტაციო მომსახურება მიეწოდოს სოციალურ მეწარმეობაში ჩართულ აქტორებს.

„პირველი ნ თვის პერიოდში მაინც ყველაზე რთული პერიოდია საწარმოსთვის, როცა საქმიანობას იწყებს და ყველაფერი ერთად ატყდებათ თავს. სიცოცხლისუნარიანობა რომ შეინარჩუნოს, შესაძლებელი უნდა იყოს, რომ სხვადასხვა გამოცდილმა მენტორმა გამოცდილება გაუზიაროს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

2.10.2. სოციალური მენარეობის განვითარების უმაღლესი ფაქტორები

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხულთა 24,6%-ს მიაჩნია, რომ საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარებას სპეციალური კანონმდებლობის არარსებობა აბრკოლებს. იმ რესპონდენტთა წილი, რომლებიც განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორებად ინფორმაციის ნაკლებობას, საგადასახადო შეღავათის არარსებობას, საზოგადოების გულგრილ დამოკიდებულებასა და სხვა მიზეზებს ასახელებენ, 6%-14%-ს შორის მერყეობს.

სოციალურ საწარმოებში გამოკითხულ რესპონდენტთა ყველაზე დიდი ნაწილის აზრით, საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარებას ხელს უშლის სოციალური საწარმოების შესახებ სპეციალური კანონმდებლობის არარსებობა (26,8%). 16,2% ამის მიზეზად სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის საჭირო სტრატეგიული ხედვისა და სამომავლო გეგმების ბუნდოვანებას მიიჩნევს. ამასთანავე, რესპონდენტთა 14% აღნიშნავს, რომ საზოგადოებაში სოციალური საწარმოების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობაა, რაც ხელს უშლის მათ განვითარებას. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციებში გამოკითხულთა აზრით, სოციალურ საწარმოთა განვითარების მთავარი დამაბრკოლებელი ფაქტორი მათ შესახებ სპეციალური კანონმდებლობის არარსებობაა (22,5%). გარდა ამისა, ასახელებენ შემაფერხებელ სხვა მიზეზებსაც: სოციალურ საწარმოთა მიმართ საზოგადოების გულგრილი დამოკიდებულება (19,5%) და მათი ფუნქციონირებისათვის საჭირო უნარ-ჩვევებისა და შესაბამისი განათლების სიმწირე (15,7%) (იხ. დიაგრამა #34).



თვისებრივი კვლევის ფარგლებში საზოგადოებრივ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმა ისაუბრეს სოციალური მეწარმეობის განვითარების ხელშეშლელ ფაქტორებზე. ერთ-ერთ მიზეზად სოციალური მეწარმეობის შესახებ საკანონმდებლო ჩარჩოს არარსებობა ითქვა. რესპონდენტები სოციალური მეწარმეობის შესახებ კანონის ამ დრომდე მიუღებლობის სამ ძირითად მიზეზს ასახელებენ:

1. საკითხის დღის წესრიგში მოხვედრის სირთულე; როგორც ექსპერტებმა აღნიშნეს, ქვეყანაში არსებული ზოგადი პოლიტიკური ფონის გათვალისწინებით, რთულია დღის წესრიგში განვითარებაზე ორიენტირებული საკითხების (მაგ.: სოციალური მეწარმეობა) დაყენება;
2. საზოგადოებასა და, მათ შორის, გადაწყვეტილების მიმღებ პირთა შორის სოციალური მეწარმეობის შესახებ ცნობიერებისა და ცოდნის დაბალი დონე; გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს (თანამდებობის პირები, პარლამენტარები) უჭირთ იმის გააზრება, რომ სოციალური მეწარმეობა სახელმწიფოს მიერ აღებული პასუხისმგებლობის - სოციალური მიზნის მიღწევის ერთ-ერთი საუკეთესო ინსტრუმენტია;
3. სოციალურ მეწარმეობის სფეროში მომუშავე პირთა შორის სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებულ ცალკეულ საკითხებზე შეუთანხმებლობა; სოციალურ

მეწარმეობაში მონაწილე პირთა შორის დისკუსიის საგანია მახასიათებლები, რომლებიც სოციალურ საწარმოს უნდა ჰქონდეს (მაგ.: შეღავათებით სარგებლობა, ანგარიშვალდებულება და ა. შ.). ამ პროცესში, საერთო ხედვის ჩამოყალიბების მიზნით, სახელმწიფო ინსტიტუტების აქტიურობა და სფეროში არსებულ კოალიციებთან, ქსელებთან და სხვებთან თანამშრომლობა პრინციპულად მნიშვნელოვანია.

ექსპერტების აზრით, კიდევ ერთი მიზეზი, რომელიც ხელს უშლის სოციალური მეწარმეობის განვითარებას საქართველოში, სექტორში პროფესიონალი კადრების ნაკლებობაცაა. სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა მმართველ რგოლს ნაკლებად აქვს ეკონომიკური ცოდნა და სამეწარმეო საქმიანობის გამოცდილება. ამის მიზეზი ისაა, რომ საწარმოების დამფუძნებელთა უმრავლესობას საზოგადოებრივ ორგანიზაციებში მუშაობის გამოცდილება აქვთ.

„სოციალური მიზნის მეორე საწარმოების უმრავლესობა არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ ინიცირებულია და რთული არის, რომ ადამიანი, რომელიც საზოგადოებრივი ორგანიზაციის ღირებულებებით ხელმძღვანელობს, უცებ ბიზნესღირებულებებზე გადაეწყოს. მართალია, სოციალური მისია მთავარი არის სოციალური საწარმოსთვის, მაგრამ, თუ ის არ არის მომგებიანი, თუ მას არ აქვს ჯანსაღი ბიზნესსტრუქტურა აწყობილი და არსებულ ეკონომიკურ ჯაჭვში კარგად ინტეგრირებული არ არის, მაშინ ის განწირულია წარუმატებლობისთვის“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

იმის მიუხედავად, საწარმო წარმატებულად ფუნქციონირებს თუ არა, მათ უმრავლესობაში გადაწყვეტილების მიღები პირი ერთია და მასზეა დამოკიდებული საწარმოს წარმატება. ეს საკითხი, როგორც რესპონდენტები აცხადებენ, საწარმოთა მდგრადობას მნიშვნელოვნად უშლის ხელს.

„სოციალური საწარმო შესაძლოა გადასარევიდ ფუნქციონირებს, მაგრამ ერთ ადამიანზე არის მიბმული და ის ადამიანი უცებ ემიგრაციაში რომ წავიდეს სასწავლებლად ან სამუშაოდ, სოციალური საწარმო ვეღარ გააგრძელებს ფუნქციონირებას. ამიტომაც საწარმოების მდგრადობა არის ძალიან მყიფე“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

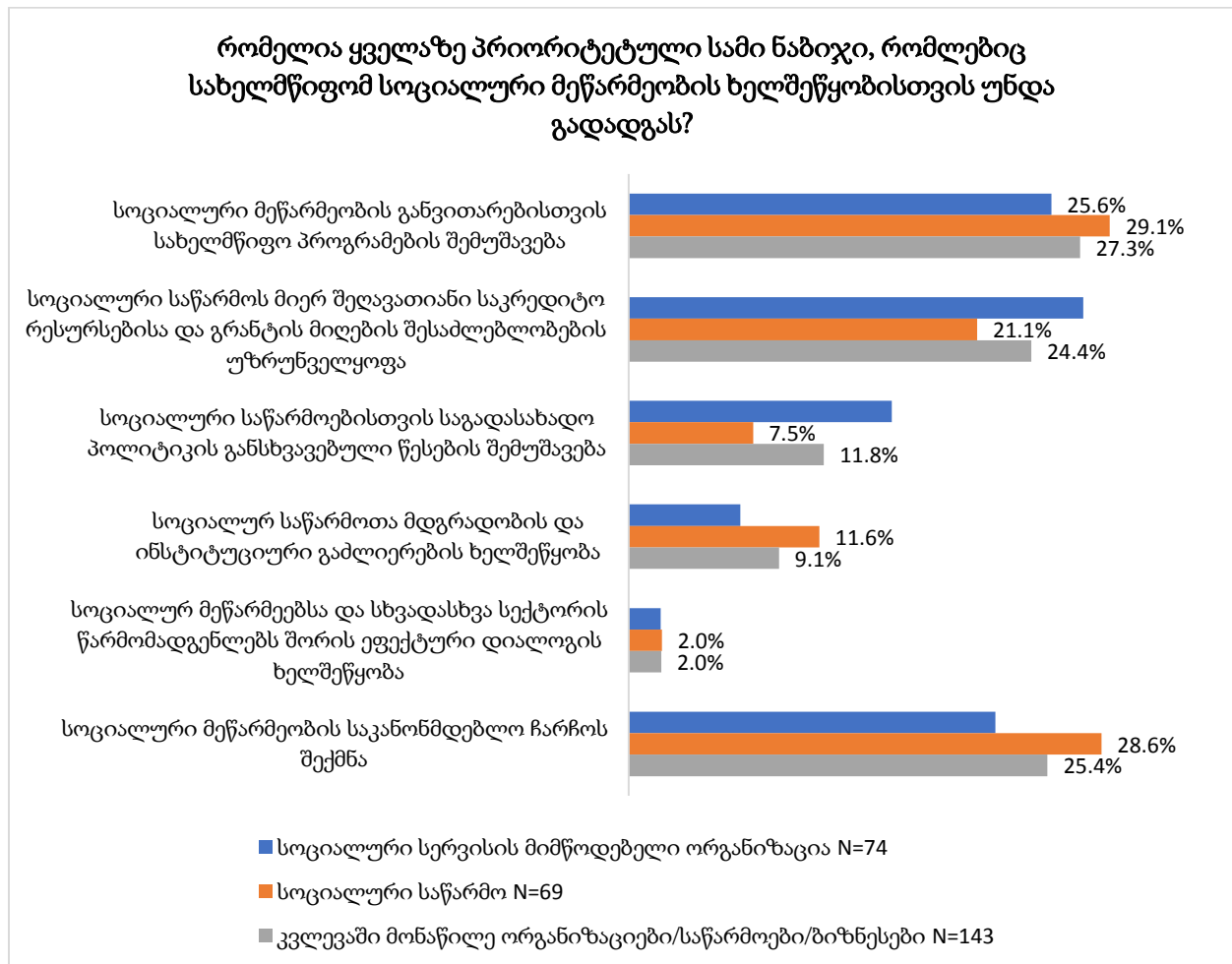
2.10.3. ყველაზე პრიორიტეტული ნაბიჯები სოციალური მენარეობის სექტორში

სოციალურ საწარმოთა და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა წარმომადგენლებმა დაასახელეს სამი ყველაზე პრიორიტეტული ნაბიჯი, რომლებიც სახელმწიფომ სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის უნდა გადადგას. გამოკითხულთა 27,3% სოციალური მეწარმეობისთვის სახელმწიფო პროგრამების შემუშავებას უსვამს ხაზს; 24,4% კი ფიქრობს, რომ შეღავათიანი საკრედიტო რესურსებისა და გრანტის მიღების შესაძლებლობის უზრუნველყოფაა მნიშვნელოვანი; გამოკითხულთა მეოთხედი სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო ჩარჩოს შექმნის აუცილებლობაზე ამახვილებს ყურადღებას.

მონაცემების საწარმოთა/ორგანიზაციათა ტრილში დამუშავების თანახმად, რესპონდენტთა ყველაზე მაღალი რაოდენობით ორივე სამიზნე ჯგუფის შემთხვევაში შემდეგი საკითხები იწვევს წინ:

- სოციალური მეწარმეობის განვითარებისთვის სახელმწიფო პროგრამების შემუშავება - სოციალური საწარმო - 29,1%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 25,6%;
- სოციალური მეწარმეობის საკანონმდებლო ჩარჩოს შექმნა - სოციალური საწარმო - 28,6%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 22,2%;
- სოციალური საწარმოს მიერ შეღავათიანი საკრედიტო რესურსებისა და გრანტის მიღების შესაძლებლობის უზრუნველყოფა - სოციალური საწარმო - 21,1%; სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაცია - 27,5% (იხ. დიაგრამა #35).

დიაგრამა 35: სახელმწიფოს მხრიდან პრიორიტეტული ნაბიჯები, რომელიც უნდა გადაიდგას სოციალური მეწარმეობის ხელშეწყობისთვის



სოციალურ საწარმოებს ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებთან თანამშრომლობის მდიდარი გამოცდილება არ აქვთ. ხელისუფლების მხარდაჭერა, ძირითადად, გამოფენებში მონაწილეობის დაფინანსებით გამოიხატება.

„საახალწლო გამოფენა-გაყიდვაში მონაწილეობას 2015 წლიდან აფინანსებს თბილისის მერია. ეს ტრადიცია არსებობს იმის მიუხედავად, რომ იცვლებიან თანამდებობის პირები. ძალიან კარგი ეკონომიკური შედეგი აქვს, სადღაც

120-მდე ოსტატი იღებს მონაწილეობას“ (სოციალური საწარმო „ეთნოდიზანის“ წარმომადგენელი).

კვლევის ფარგლებში თანამშრომლობის მხოლოდ რამდენიმე წარმატებული მაგალითი დასახელდა. კვლევაში მონაწილე ერთ-ერთმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ აჭარის ჯანდაცვის სამინისტრომ წლიური ბიუჯეტის განხილვა სოციალურ საწარმოში შშმ პირთა სარეაბილიტაციო ცენტრის თანამშრომლებთან გამართა. ეს ცალსახად დადებითი ნაბიჯი იყო სამინისტროს მხრიდან. რესპონდენტებმა სხვა შემთხვევებიც დაასახელეს, მაგ.: მუნიციპალიტეტის მერიამ საწარმოს უსასყიდლოდ, უზუფრუქტის უფლებით გადასცა კომერციული ფართი; დააფინანსა ინვენტარის (ლუმელი, დანადგარი და ა. შ.) შეძენა. სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა ნაწილი სახელმწიფო სოციალური პროგრამების პროვაიდერია და საქმიანობის განსახორციელებლად სახელმწიფო ვაუჩერს იღებს.

რესპონდენტები ხელისუფლებასთან თანამშრომლობის მწირ გამოცდილებას იმით ხსნიან, რომ სოციალური საწარმოს საქმიანობა კანონით დარეგულირებული არ არის. შესაბამისად, ბუნდოვანია, სახელმწიფო დაწესებულებებმა შეთანხმებულად როგორ იმუშაონ/იმოქმედონ სოციალურ საწარმოებთან. ერთ-ერთმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლების მხრიდან საზოგადოებრივი ორგანიზაციები და, მათ შორის, სოციალური მიზნის მქონე საწარმოები ხელისუფლების მიმართ ოპოზიციურ ძალასთან ასოცირდება. სწორედ ამიტომ, ხელისუფლების წარმომადგენლებში არსებული არასწორი წარმოდგენები ხელს უშლის თანამშრომლობას. რესპონდენტების ერთი ნაწილის შეფასებით, საწარმოები ადგილობრივ ხელისუფლებასთან შეთანხმებული მუშაობით სარგებელს ვერ ხედავენ და, შესაბამისად, თანამშრომლობის სურვილიც არ აქვთ.

სოციალური საწარმოების წარმომადგენელთა შეფასებით, მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა იქნებოდა, მაგ.: სახელმწიფო ტენდერის გამოცხადებისას სოციალური საწარმოებისთვის პრიორიტეტის მინიჭება, კომუნალურ გადასახადებზე შეღავათის დაწესება და სხვ.

ექსპერტული ინტერვიუების რესპონდენტებმა ისიც აღნიშნეს, რომ სოციალური მეწარმეობის სექტორის განვითარებისთვის უმნიშვნელოვანესია ინფორმაციის გავრცელების პროცესში დაინტერესებული მხარეების (ე.წ. „სტიქიქოლდერების“) აქტიური ჩართულობაც. ამასთანავე, ისინი აცხადებენ, რომ ბოლო წლებში ადგილობრივი პროდუქციის შექმნა სულ უფრო პოპულარული ხდება, საზოგადოებაში მკვიდრდება განწყობა, რომ ადგილობრივი წარმოების გასავითარებლად მნიშვნელოვანია ქართული პროდუქციის ხშირი მოხმარება. თუმცა განსხვავებული დამოკიდებულება არსებობს ადგილობრივ წარმოებაზე, რომელშიც სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის წევრები არიან დასაქმებული. რესპონდენტების შეფასებით, საზოგადოებაში გავრცელებული განწყობის თანახმად, სოციალური საწარმოები კონკურენტულ პროდუქციას ვერ ქმნიან და, ამდენად, მისი შექმნის წამყვანი მოტივაცია მაღალი ხარისხის ნაცვლად, მოწყვლადი ჯგუფებისთვის დახმარების/მხარდაჭერის სურვილია. საჭიროა მიდგომების შემუშავება, რათა სხვადასხვა მოწყვლადი ჯგუფის მიმართ არსებული სტიგმა და სტერეოტიპული დამოკიდებულება კი არ გაძლიერდეს, არამედ, პირიქით, მათ სოციალურ ინტეგრაციას შეეწყოს ხელი.

„საერთაშორისო მაგალითსაც რომ გადავხედოთ, ფეხსაცმლის მწარმოებელი საწარმო არის „ტომსი“, რომელსაც სოციალური მისია გააჩნია. თანხას რომ იხდი, იცი, რომ ამ თანხით კიდევ გარკვეულ მისიას ემსახურები. ეს კიდევ უფრო მეტი მოტივაციაა, რომ უფრო მეტი ლოიალური მომხმარებელი ყავდეს საწარმოს“ (საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).

2016 წელს დაფუძნებული „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი“ სოციალური მიზნის მქონე 40-მდე საწარმოს აერთიანებს. ალიანსის ამჟამინდელი საქმიანობის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია ერთიანი პლატფორმის შექმნა, რომლის მიხედვითაც, ერთი მხრივ, სოციალური საწარმოები

და სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციები ერთმანეთს საკუთარ გამოცდილებას გაუზიარებენ, ხოლო, მეორე მხრივ, მოსახლეობას მიაწვდიან ინფორმაციას სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის შესახებ.

*„სხვადასხვა პლატფორმის გამოყენებით ვცდილობთ სხვადასხვა მომხმარებელთან გასვლას. მაგალითად, მოვიაზრებთ, რომ პოდეკასტებით ახალგაზრდების ჯგუფს დავფარავთ, ლინკდინით ვცდილობთ, უფრო მეტად სახელმწიფო და კერძო სექტორის წარმომადგენლებთან ურთიერთობას“
(საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).*

„ახალგაზრდობის სააგენტო“ ამჟამად მუშაობს ახალგაზრდული სტრატეგიის დოკუმენტზე, რომელშიც ერთ-ერთ ამოცანად სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემის განვითარების მხარდაჭერაა განსაზღვრული. ამოცანის მისაღწევად დაგეგმილია საინფორმაციო კამპანიის ჩატარება.

„კამპანია შეეხება იმ საკითხებს, რაც არსებობს ზოგადად მეწარმეობის მიმართულებით. რა სარგებელი მოაქვს სოციალურ მეწარმეობას, რისთვის არის საჭირო, რა მექანიზმებით არის შესაძლებელი ახალგაზრდების ჩართულობა და ამაზე საპასუხოდ ჩვენ ვგეგმავთ განვახორციელოთ აქტიური საინფორმაციო კამპანია“ („ახალგაზრდობის სააგენტოს“ წარმომადგენელი).

„ახალგაზრდობის სააგენტო“ გეგმავს ახალგაზრდული მეწარმეობის კონცეფციის შემუშავებასაც, რომელშიც სახელმწიფოს ხედვა განისაზღვრება, თუ როგორ უნდა განვითარდეს სამეწარმეო კულტურა. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ სამეწარმეო უნარებისა და სამეწარმეო კომპეტენციების განვითარება საგანმანათლებლო სივრცეში უნდა დაინერგოს; სოციალური მეწარმეობის შესახებ განათლების მიღების არაფორმალური შესაძლებლობებიც უნდა არსებობდეს, რაც დაინტერესებულ პირებს საშუალებას მისცემს, საკუთარი ინტერესების მიხედვით ჩაერთონ და ადრეული ასაკიდანვე გაიაზრონ სოციალური მეწარმეობის როლი.

გემოთ განხილულ საკითხებთან ერთად ექსპერტულ ინტერვიუებში მონაწილე პირებმა ისაუბრეს მთავარ რგოლებზე, რომლებსაც სოციალური მეწარმეობის განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვლილი მიუძღვით. მიღებული პასუხების მიხედვით გამოვლინდა, რომ სოციალურ მეწარმეობაში მთავარი რგოლს წარმოადგენენ ადამიანები, რომლებსაც სოციალური მისია და იდეები, ანუ პრობლემის გადაჭრის გზები აქვთ. დანარჩენი აქტორები მხარდამჭერ რგოლს წარმოადგენენ, მაგ.: საერთაშორისო და ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციები.

მნიშვნელოვან რგოლს უნდა წარმოადგენდეს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. რესპონდენტების თქმით, სამწუხაროდ, ამ ეტაპზე სამინისტროსთვის სოციალური მეწარმეობის განვითარება ნაკლებად პრიორიტეტულია. ადამიანური კაპიტალის კუთხით განსაკუთრებული როლი აქვს საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს, რომელმაც სამეწარმეო უნარების განვითარება და სექტორით საგანმანათლებლო დაწესებულებების დაინტერესება უნდა უზრუნველყოს. სოციალური მეწარმეობის გასავითარებლად რაც შეიძლება მეტი მოტივირებული და შრომისმოყვარე ადამიანის დაინტერესებაა საჭირო. რაც შეიძლება მეტმა ადამიანმა უნდა დაინახოს სოციალურ მეწარმეობაში წარმატების მიღწევის შესაძლებლობა. ინტერესის გაჩენის მიზნით, მნიშვნელოვანია ახალგაზრდებთან ადრეული ასაკიდან სამეწარმეო უნარების განვითარების კუთხით მუშაობა.

„ახალგაზრდებთან უნდა იყოს მეტი მუშაობა, რომ სწორი უნარები, ცოდნა და, რაც მთავარია, დამოკიდებულებები განვითარდეს. შრომის ვარეშე არაფერი არ გამოდის, ამის გააზრებაც საჭიროა, რომ ადვილად არაფერი

*მოდის. ეს კულტურული წინაპირობა გასათვალისწინებელია“
(საზოგადოებრივი ორგანიზაციის წარმომადგენელი).*

აუცილებელია, სექტორში ხართული აქტორები (მეწარმეები, საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, სახელმწიფო უწყებები და ა. შ.) საერთო ხედვაზე შეთანხმდნენ. ეს საგრძნობლად გაადვილებს სოციალური მეწარმეობის ადვოკატირებას ყველა (სახელმწიფო, რეგიონულ და მუნიციპალურ) დონეზე.

მსგავსად თვისებრივ და რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილე სხვა რესპონდენტებისა, ფოკუსგუფის შეხვედრების მონაწილეებმა დისკუსიის ბოლოს მიმოიხილეს, თუ რას შეცვლიდნენ სოციალური საწარმოს ფუნქციონირების პროცესში. ამ საკითხთან დაკავშირებით გამოთქმული მოსაზრებების თანახმად, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ პირთათვის მნიშვნელოვანია სოციალური საწარმოების ცნობადობის გაზრდის მიზნით სპეციფიკური აქტივობების დაგეგმვა და განხორციელება. გარდა ამისა, მათი აზრით, ყურადსაღებია გამოვლენა ფსევდოსოციალური საწარმოებისა, რომლებიც რეალურად ტრადიციულ ბიზნესკომპანიებს წარმოადგენენ. რესპონდენტების აზრით, საჭიროა სოციალური საწარმოების განვითარების პროცესში აქტიურად იყოს ხართული თავად სახელმწიფოც: გამოხატავდეს ფინანსურ მხარდაჭერას და ქმნიდეს პროგრამებს, სტრატეგიებსა და სამოქმედო გეგმებს, რომლებშიც გათვალისწინებული იქნება სოციალური მეწარმეობა და მასთან დაკავშირებული საკითხები. ამასთანავე, მათ მნიშვნელოვნად მიაჩნიათ საგანმანათლებლო დაწესებულებების კურიკულუმებში სოციალური მეწარმეობის კურსის შეტანა.

„მეც ივივეს ვავიმეორებდი, რაც მეტი იქნება სოციალური საწარმო, მით მეტი იქნება სამსახური და, რა თქმა უნდა, სახელმწიფოც უნდა ჩაერთოს ამ პროგრამაში და უნდა დაეხმარონ საწარმოებს განვითარებაში, არამარტო არასამთავრობოებმა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „7R“).

ფოკუსგუფის შეხვედრებში მონაწილეებისთვის საყურადღებო აღმოჩნდა სოციალურ საწარმოთა გაფართოების საკითხიც და გამჭვირვალობის შენარჩუნებაც, რათა ბენეფიციარს ჰქონდეს ცხადი წარმოდგენა, საკუთარი საქმიანობით სოციალური საწარმო რამდენად სწორად პასუხობს თავდაპირველად დასახულ სოციალურ მიზანსა და მისიას.

„თვითონაც უნდა იყვნენ ღია და უნდა იყვნენ გამჭვირვალეები იმიტომ, რომ ჩვენ ვხედავდეთ, რომ ისინი ზუსტად პასუხობდეს თავიანთ მიზნებს და სწორად და მართებულად აკეთებდნენ, არჩევდნენ ბენეფიციარებს და არა სუბიექტური დამოკიდებულების გამო“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „რედო“).

2.11. სოციალური საწარმოს მიერ განხორციელებული პროექტები/აქტივობები

ზემოთ განხილული საკითხების გარდა, ფოკუსგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა ყურადღება გაამახვილეს სოციალურ საწარმოთა მიერ განხორციელებულ პროექტებსა და აქტივობებზე. აქ დასაქმებულმა პირებმა აღნიშნეს, რომ სოციალური საწარმოს მიერ დაგეგმილი პროექტები იმთავითვე ითვალისწინებს მომხმარებელთა საჭიროებებს. რესპონდენტთა ნაწილი აცხადებს, რომ მათთან დასაქმებისთვის არ არის აუცილებელი, პირს ჰქონდეს სამუშაო გამოცდილება, რადგან შესასრულებელ საქმეს ადგილზე ასწავლიან. დასაქმებული რესპონდენტები იმასაც აცხადებენ, რომ სიახლის დაგეგმვის პროცესში მეტ-ნაკლებად ყველა თანამშრომლის მოსაზრებაა გათვალისწინებულია და საბოლოო გადაწყვეტილებას სხვადასხვა იდეის შეჯერების საფუძველზე იღებენ. თანამშრომლების საჭიროებებისა და იდეების გათვალისწინებასთან ერთად სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, რომ საქმიანობის ფარგლებში მუდმივად ითვალისწინებენ მოსარგებლეთა საჭიროებებს, ვინაიდან

განხორციელებული პროექტები და აქტივობები სწორედ მათი ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებისა და განვითარების შესაძლებლობის ზრდისკენაა მიმართული. კერძოდ, ერთ-ერთი სოციალური საწარმოს წარმომადგენელი აცხადებს, რომ ზოგიერთ ახალგაზრდას ტრანსპორტთან დაკავშირებული პრობლემების გამო ურთულდებოდა სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობა და სოციალური საწარმოს საქმიანობის ფარგლებში საკუთარ მუნიციპალიტეტებში სხვადასხვა აქტივობის განხორციელება. სწორედ ამ ახალგაზრდების საჭიროებების გათვალისწინებით, სოციალურმა საწარმომ შექმნა მოძრავი სივრცე, რომელიც მათ საშუალებას აძლევს, უფრო მარტივად ჩაერთონ სოციალური საწარმოს პროექტებში და თემში დაგეგმილი აქტივობები შედარებით იოლად განახორციელონ.

„არის მუნიციპალიტეტები, საიდანაც ახალგაზრდებს უწევდათ ჩვენთან ჩამოსვლა სხვადასხვა პროექტიდან გამომდინარე და მათ არ აქვთ მსგავსი სივრცე, [...] ჩვენ ვიფიქრეთ, როგორ შეიძლებოდა ამ გამოწვევის საპასუხოდ რამე მოგვეფიქრებინა და შევქმენით მოძრავი სივრცე, რომელსაც „მეგობასი“ დავარქვით“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მეგობარი“).

აღსანიშნავია სოციალურ საწარმოთა საქმიანობა, რომელთაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ძალადობაგამოვლილი ქალებისა და ბავშვების საცხოვრებელი პირობების გაუმჯობესებაში. კერძოდ, ეს სოციალური საწარმოები დედათა და ბავშვთა თავშესაფრებში აწყობენ საბიბლიოთეკო სივრცეებს. აქვე აღსანიშნავია, მეორეული საბურავების გადამამუშავებელი კომპანიის იდეაც, რომელიც სოციალური საწარმოს რუსთავის კოლონიასთან გადატანას გულისხმობს იმ მიზნით, რომ დასაქმდნენ მსჯავრდებული პირები. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი იმასაც აცხადებენ, რომ კონკრეტული პროექტის ფარგლებში დაგეგმილი სამუშაოების შესასრულებლად ბენეფიციართა ეკონომიკური მდგომარეობის გათვალისწინებით უკავშირდებიან პირებს, რომელთაც არასახარბიელო ფინანსური მდგომარეობა აქვთ.

„თეთრეულზე ვმუშაობთ ძირითადად. საწოლის თეთრეულზე ვმუშაობთ და როცა შემოგვდის შეკვეთა, მაგალითად, ან სასტუმროდან, ან კერძო სექტორიდან, მაშინ ვიწვევთ ჩვენ კურსდამთავრებულებს, რომლებიც სოციალურად, აი, ვარჩევთ სოციალურად ნაკლებად უზრუნველყოფილს სტატუსით, რომ რაღაც შემოსავალი გაუჩნდეთ სოციალურად დაუცველებს“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ჭენდიქრაფთ სტუდიო“).

დასაქმებული რესპონდენტების მსგავსად სოციალური საწარმოების ბენეფიციარებმაც ისაუბრეს იმაზე, სოციალური საწარმოები რამდენად ითვალისწინებენ მათ საჭიროებებს. კერძოდ, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე მოსარგებლეთა შეფასებით, სოციალური საწარმოები საკუთარი საქმიანობის პროცესში ყოველთვის ითვალისწინებენ ბენეფიციართა საჭიროებებსა და შესაძლებლობებს. მაგ.: ტრადიციული რეწვის ასოციაციის მოსარგებლებმა განაცხადეს, რომ საკუთარი ნამუშევრების გამოფენა-გაყიდვაზე გატანამდე უტარდებოთ ტრენინგი და მათ სამომხმარებლო ბაზარზე არსებული მოთხოვნების შესახებ აკვლიანებენ.

„გამოფენის წინ გვიტარდება ტრენინგი, შემდეგ ვუგზავნი, ვის რა შეგვიძლია და ინდივიდუალურად ყველა ვამზადებთ რაღაც გარკვეულ ნივთებს და ვუგზავნი ფოტოებს, ვათანხმებთ“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“).

„ცოდნის კაფე“ ერთ-ერთი სოციალური საწარმოა, რომელიც ცდილობს მოსარგებლეთა საჭიროებებზე მორგებული აქტივობების დაგეგმვას. ამას ადასტურებს ამონარიდი ერთ-ერთი რესპონდენტის საუბრიდან:

„პანდემიის პირობებში, როცა ონლაინსწავლებაზე გადავედით, იყვნენ სოციალურად დაუცველი ოჯახები, რომლებსაც არ ქონდათ საშუალება, რომ

შემოსულიყვნენ და დასწრებოდნენ ონლაინგაკვეთილებს. ამიტომ „ცოდნის კაფემ“ წამოიწყო პროექტი, შემოწირულობებით ყიდულობდა „ცოდნის კაფე“ ტაბლეტებს და გარკვეული დროის ხანგრძლივობით ინტერნეტს ურთავდა მათ სახლში, რომ ბავშვებს შეძლებოდათ ონლაინგაკვეთილებზე დასწრება“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

რაც შეეხება სოციალური საწარმოს მოსარგებლეთა საჭიროებების მოკვლევას, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე დასაქმებული პირები აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოები მათ სამიზნე ჯგუფებთან პერიოდულად ატარებენ შეხვედრებს. აქ ისინი ისმენენ ბენეფიციართა სურვილებს, საჭიროებებს, პრობლემებსა და გამოწვევებს. ყოველდღიურად მიმდინარეობს სამუშაო პროცესზე დაკვირვებაც, რომელიც ცალსახად ნათელს ჰფენს, თუ რა საჭიროებები აქვთ საწარმოებში დასაქმებულ პირებს. გასათვალისწინებელია ზოგიერთი სოციალური საწარმოს პრაქტიკაც. კერძოდ, რესპონდენტთა ნაწილი აცხადებს, რომ ყოველი სამუშაო დღე იწყება გასაკეთებელი საქმეების დაგეგმვითა და განაწილებით; იქმნება დროის გრაფიკი, რომელშიც მითითებულია შესასრულებელი საქმეებისთვის გამოსაყოფი ოპტიმალური დრო. რესპონდენტების აზრით, ამგვარი მიდგომა ხელს უწყობს თანამშრომელთა/მოსარგებლეთა ემოციურ მდგრადობას და ამცირებს მოულოდნელი სიახლით შფოთვის რისკსაც. დღის გრაფიკის დაგეგმვის პროცესში ნებისმიერ ბენეფიციარს შეუძლია გამოთქვას საკუთარი პოზიცია, არის თუ არა მზად კონკრეტული საქმის შესასრულებლად, რომელსაც აუცილებლად ითვალისწინებს საორგანიზაციო ჯგუფის ხელმძღვანელი პირი.

„ჩვენი საქმიანობა მთლიანად მათზე არის ორიენტირებული. ჩვენ როდესაც პირველი შეხვედრები გვქონდა თავშესაფარში, ისინი შემოვიდნენ ჩვენთან კონტაქტში მათი მოთხოვნებიც გავიგეთ“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მირაბაღები“).

„ვიღაცა იტყვის, რომ მე დღეს ამ საქმისთვის არ ვარ მზად და მირჩევნია სხვა საქმე ვაკეთო და, რა თქმა უნდა, ვითვალისწინებთ მათ აზრს. მათი დღე არის მრავალფეროვანი და არა რუტინული“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „სოციალური თერაპიის სახლი“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე ბენეფიციარები ამ საკითხს დასაქმებულ პირთა მსგავსად აფასებენ. მათი ინფორმაციით, სოციალური საწარმოები საქმიანობის გეოგრაფიულ არეალში ატარებენ კვლევებს, რათა ცნობილი გახდეს სამიზნე ჯგუფების საჭიროებები/პრობლემები და მხოლოდ კვლევის მიგნებების გათვალისწინებით იგეგმება სამომავლო საქმიანობები. გარდა ამისა, სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები მოსარგებლეთთან კომუნიკაციის საფუძველზე იღებენ ინფორმაციას საჭიროებებისა და სასურველი ცვლილებების შესახებ.

„რომ ვითხარით 80-მდე ქალი გადამზადდა-თქო. მოხდა კვლევა რეგიონის მასშტაბით, არამარტო ონის, არამედ ამბროლაურის მუნიციპალიტეტიც მოიცვა, ხელსაქმის მოყვარული ვინ იყო, ვის რა გამოსდიოდა და ა. შ.“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ედენა“).

დასაქმებული რესპონდენტები აცხადებენ, რომ ისინი და სხვა მოსარგებლენი აქტიურად მონაწილეობენ სხვადასხვა აქტივობის განხორციელებაში. სწორედ თითოეულ მათგანზე დამოკიდებული საბოლოო შედეგის მიღწევა. ისინი არა მხოლოდ მათთვის დავალებულ საქმეს ასრულებენ, არამედ იღებენ შემუშავებაში აქტიურად მონაწილეობენ; ცდილობენ, საკუთარი წვლილი შეიტანონ არსებული პირობების გაუმჯობესებაში. რესპონდენტები აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოების ფუნქცია არა მხოლოდ ბენეფიციართა ფინანსური გაძლიერება და მათთვის დასაქმების შესაძლებლობის გაზრდაა, არამედ გადაწყვეტილების მიღებისას

გამოსაყენებელი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების გამომუშავებაც, რომლებიც უშუალოდ მათ საქმიანობაზე იმოქმედებს.

„ნებისმიერი საკითხი, რაც მნიშვნელოვანია სოციალური საწარმოსთვის, განიხილება მათთან ერთად. თუნდაც, როგორ შეიძლება, რომ ეს თანხა, რაც არის განკუთვნილი სოციალური მიზნებისთვის, დაიხარჯოს ან გაკეთდეს. მათ პირადად თუ აქვთ რაიმე საჭიროება. რაღაც კონკრეტული სახის გადაშვადება თუ აინტერესებთ“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თოლისკური“).

სოციალური საწარმოს ერთ-ერთი ბენეფიციარი აღნიშნავს, რომ ახალგაზრდებს აქვთ შესაძლებლობა, გარკვეული იდეებით მიმართონ სოციალურ საწარმოს და მათთან თანამშრომლობით განახორციელონ მათი ქალაქისა თუ სოფლისთვის სასიკეთო პროექტები.

„ნავის ურნები არ იყო, წყალი არ გვექონდა. ესეთ პრობლემებზე როცა ვფიქრობდით, მივდიოდით სოციალურ საწარმოში. ვცდილობთ, რამენაირად ეგ პრობლემები მოგვეგვარებინა. მოვაგვარეთ ეგ პრობლემა უკვე“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა შეაფასეს, სოციალური საწარმოები რამდენად ინოვაციურ პროექტებს ახორციელებენ. ისაუბრეს იმაზეც, თუ რაში გამოიხატება ინოვაცია/სიახლე. რესპონდენტები ამბობენ, რომ მათ საცხოვრებელ გარემოში, პირველ რიგში, სოციალური საწარმოს დაფუძნება იყო ინოვაცია. ერთ-ერთი რესპონდენტი აცხადებს, რომ სოციალური საწარმოს ბაზაზე არაფორმალური განათლების სივრცის დაარსებაც კი სიახლეა წნორის მოსახლეობისთვის, რადგან, ერთი მხრივ, მოსახლეობის მიერ თავმოყრილი და, მეორე მხრივ, ახალგაზრდებისთვის დაგეგმილი აქტივობის ფარგლებში შეგროვებული თანხით შენდება საგანმანათლებლო სივრცე. ეს აქტივობაც, თავის მხრივ, ინოვაციურია, რადგან გულისხმობდა სკოლის მოსწავლეებისთვის გარკვეული რაოდენობის თანხის მიცემას, რომელიც მათ სხვადასხვა სამეწარმეო აქტივობის განხორციელებით უფრო დიდ თანხად უნდა ექციათ. რესპონდენტი აღნიშნავს, რომ ახალგაზრდებმა განხორციელებული პროექტის ფარგლებში ძალიან დიდი გამოცდილება მიიღეს და რამდენიმე მათგანმა განაგრძო კიდევ სამეწარმეო საქმიანობა.

„ვისაც ქონდა სურვილი, მოსწავლეების გუნდებმა მიიღეს გარკვეული თანხა, თუ არ ვცდები 100 ლარი იყო, რომელიც უნდა ექციათ უფრო დიდ თანხად და ამით, ერთი, რომ წვლილი შეეტანათ კაფის მშენებლობაში და მეორე, რომ მიეღოთ თავიანთი სამეწარმეო ცოდნა და გამოცდილება, რომელსაც მომავალში გამოიყენებდნენ და ამას ჰქონდა ძალიან კარგი გამოხმაურება იმიტომ, რომ ზოგიერთმა გუნდმა შემდეგ მართლა გააგრძელა კიდევ თავისი საქმიანობა“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).

ჩოხატაურში არსებული სოციალური საწარმო „ჰენდიკრაფტ სტუდიოს“ წარმომადგენელი აღნიშნავს, რომ მათი მუნიციპალიტეტისთვის სიახლე იყო საქსოვი დაზღვით ქსოვის სწავლება, რადგან ანალოგიური გამოცდილება მათ მუნიციპალიტეტში არ არსებობდა. სოციალური საწარმოებისგან სხვადასხვა სერვისის მიღები პირები დასაქმებულთა მსგავსად ამბობენ, რომ მათ ყოველდღიურად შეაქვთ მცირე სიახლეები პროდუქტის შექმნის პროცესში. მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ მივიწყებული ორნამენტების აღდგენაშიც და ამ ორნამენტების თანამედროვე აქსესუარებში გამოყენებაშიც. გარემოს დაცვის კუთხით არსებულ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირებიც და მოსარგებლეებიც აღნიშნავენ, რომ ქართული საზოგადოებისთვის ნარჩენების მართვის პრაქტიკა ინოვაციურია, ვინაიდან მსგავსი გამოცდილება ქვეყანას არ აქვს.

„მე, მაგალითად, ლურჯ სუფრებს ვაკეთებ უფრო სხვა მეთოდით, აპლიკაციებით ვაკეთებ და ლურჯი სუფრის ორნამენტებს ვიყენებ შარფებში, ყაბალახებში, ვაფორმებ ქისებს და ვიყენებ ამ ლურჯი სუფრის ორნამენტებს“

(ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“).

კვლევის ფარგლებში ჩატარებული დისკუსიების ერთ-ერთ მთავარ მიზნებს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ რესპონდენტთა უმრავლესობა ძალზე კმაყოფილია სოციალური საწარმოს საქმიანობითა და განხორციელებული პროექტებით. საკუთარ კმაყოფილებასთან ერთად საუბრობენ სხვა დასაქმებულ პირთა და მოსარგებლეთა დადებით განწყობებზეც. როგორც ამბობენ, სოციალურ საწარმოში არსებული სამუშაო გარემო ურთიერთპატივისცემამა და დაფუძნებული და მუდმივად ითვალისწინებენ თანამშრომელთა და ბენეფიციართა საჭიროებებს. რესპონდენტები იმასაც დასძენენ, რომ მათთვის მეტად მნიშვნელოვანია ხარისხიანი პროდუქტის შექმნა და მომსახურების შეთავაზება.

*„70 კაცი ვართ და ყველასთვის ერთი დიდი ოჯახია ეს საწარმო. შშმ პირების პატარა წარმატებაც კი ჩვენთვის არის დიდი სიხარული და ბეიმი“
(დასაქმებული, სოციალური საწარმო „სოციალური თერაპიის სახლი“).*

*„ჩემთვის სასიცოცხლო კიდევ ის არის, რომ ნამდვილად კვალიფიკაციური კადრები არიან დასაქმებული, არიან კიდევ შშმ პირები დასაქმებული, რომლებიც თავისი უნარების მიხედვით, აი, ამ სერვისის შეკეთებაში იღებენ მონაწილეობას და მერე მე მაწვდიან გაკეთებულ ეტლს ისე, რომ ზოგჯერ კიდევ მიკითხავს, რომ „როგორ შეძელით ასე უმოკლეს ხანში?“ მოვა მანქანა, წაიყვანენ ამ ჩემს გაფუჭებულ ეტლს და მომიყვანენ გაკეთებულს“
(ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ასოციაცია გურია“).*

რესპონდენტთა აზრით, სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირების პროცესში უმნიშვნელოვანესია მოსარგებლეთა ჩართულობა, რადგან თითოეულ მათგანს საკუთარი პასუხისმგებლობა და საქმე აქვს. დიდია მათი როლი ინოვაციების შექმნის პროცესშიც. სოციალურ საწარმოთა დასაქმებულები და ბენეფიციარები აღნიშნავენ, რომ მათთვის მოტივაციის გაზრდის მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი მომხმარებელთა დადებითი შეფასებებია.

„იდეებს ერთმანეთში ყოველთვის ვაზიარებთ. სამუშაოს დროს ყველას ვკაქვს ჩვენ ჩვენი საქმე. ყოველთვის ის უნდა შევასრულოთ“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „რედო“).

2.12. მოლოდინები

ფოკუსჯგუფის შეხვედრების ფარგლებში რესპონდენტებმა განიხილეს, თუ რამდენად სწორი არჩევანია სოციალური მეწარმეობის წამოწყება მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთათვის. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულმა პირებმა აღნიშნეს, რომ სოციალური მეწარმეობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერება ძალზე დაბალია. საზოგადოებაში არ აქვთ ინფორმაცია, თუ რას გულისხმობს სოციალური მეწარმეობა, რა ტიპის მიზანი/მისია შეიძლება ჰქონდეს მას და სხვ. რესპონდენტების აზრით, სწორედ ინფორმაციის ნაკლებობა განაპირობებს იმას, რომ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები დიდად არ ინტერესდებიან სოციალური მეწარმეობის დაწყებით.

„ცნობიერება მართლაც დაბალია. ვერც წარმოუდგენიათ, ეს რა არის. რამდენიმეს ვუთხარი, ვისაც ჰქონდა შეხება ხელოვნებასთან და ვურჩიე, კარგია-მეთქი, მაგრამ რატომღაც მაინც იკავებენ თავს. ალბათ, იმის გამო, რომ არ იციან, რას ნიშნავს“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ფარშევანგი“).

რესპონდენტები იმასაც აღნიშნავენ, რომ სწორედ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებმა უნდა მიჰყონ ხელი სოციალურ მეწარმეობას, რადგან მათზე უკეთ არაა იცის მათივე თემის წარმომადგენელთა პრობლემები და საჭიროებები. ამიტომ, მათი აზრით, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებს შეუძლიათ სოციალური საწარმოს მისია და მიზანი დასახონ იმ კონკრეტული პრობლემების საფუძველზე, რომლებიც ყველაზე მნიშვნელოვან გამოწვევად მიიჩნევა მათ სოციალურში. რესპონდენტები აქვე დასძენენ, რომ სოციალური მეწარმეობის დაწყების მსურველ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელ პირებს აუცილებლად სჭირდებათ სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებით თეორიული თუ პრაქტიკული ცოდნის მიღება.

„ერთადერთი დასჭირდებათ პირველი ნაბიჯების გადასადგმელად ტრენინგები და რაღაც უნარების შესაძენად თავიდან ბიძგი. თუმცა ძალიან საინტერესო და კარგი იდეა იქნება, რომ თვითონ მოწყვლადმა ჯგუფებმა განახორციელონ ეს საჭირო პროექტები“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მირაბალდები“).

სოციალურ საწარმოთა ბენეფიციარებიც დასაქმებულების მსგავსად ფიქრობენ, რომ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა მიერ სოციალური მეწარმეობის წამოწყება მნიშვნელოვან სარგებელს მოუტანს მათ თემსაც და, ზოგადად, საზოგადოებასაც. აქვე აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოებში, რომლებთანაც ისინი თანამშრომლობენ, სხვადასხვა მოწყვლადი სტატუსის მქონე პირი იყო დასაქმებული. რესპონდენტების აზრით, მიღებული ცოდნისა და გამოცდილების საფუძველზე მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებს შეუძლიათ დამოუკიდებლად წამოიწყონ სოციალური მეწარმეობა.

„მატერიალურზე რომ არაფერი ვთქვათ, ძალიან დიდი სტიმულია, რომ თავისით იწყებენ და თავისით ცდილობენ, რომ ცხოვრება წინ წაიყვანონ და, ჩემი აზრით, ძალიან დიდი სტიმულია მათთვის, რომ თავიანთი პროფესია ქონდეთ და ოჯახში შემოსავალი შეიტანონ“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცე“).

ბენეფიციარები იმასაც ფიქრობენ, რომ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა მიერ სოციალური მეწარმეობის წამოწყებას ძალიან ბევრი დადებითი შედეგი შეიძლება ჰქონდეს. მათი აზრით, სოციალური საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის საჭიროა სწორი სამოქმედო გეგმისა და სტრატეგიის შემუშავება. ამასთანავე, ისინი ფიქრობენ, რომ სოციალურ საწარმოთა შექმნით მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები უფრო ადეკვატურ და საჭიროებებზე მორგებულ ნაბიჯებს გადადგამენ სამომავლო ცვლილებების მისაღწევად.

„ჩემი აზრით, ვფიქრობ, რომ საქართველოში უფრო უნდა მომრავლდეს მსგავსი საწარმოები და ეს უფრო განავითარებს საზოგადოების გარკვეულ მოწყვლად ჯგუფებს“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „ედენა“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირებიც და სხვადასხვა სერვისის მიმღები ბენეფიციარებიც აცხადებენ, რომ მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა მიერ სოციალური მეწარმეობის დაწყება სწორი არჩევანია არა მხოლოდ იმიტომ, რომ ეს მათ ფინანსურ სტაბილურობას შეუწყობს ხელს, არამედ იმიტომაც, რომ მსგავსი ტიპის საქმიანობა მნიშვნელოვნად მოქმედებს ადამიანის სოციალურ და ფსიქოემოციურ მდგომარეობაზე; რადგან ფართოვდება მათი სანაცნობო წრე, უმუშავდებათ ახალი უნარ-ჩვევები, იცვლება განწყობები და დამოკიდებულებები, თანდათანობით ყალიბდებიან თემის განვითარებისკენ მიმართული ცვლილებების აგენტებად და სხვ. ყოველივე ეს კი ადამიანს, განსაკუთრებით მოწყვლადი ჯგუფების წევრებს, თვითრწმენასა და თავდაჯერებულობას მატებს. ფოკუსჯგუფის შეხვედრების მონაწილე შშმ პირი აღნიშნავს, რომ მისთვის სოციალურ მეწარმეობას ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს, ვინაიდან მან საზოგადოებაში საკუთარი თავის დამკვიდრება შეძლო და ფინანსური დამოუკიდებლობაც მოიპოვა.

„თუნდაც ის ფაქტი, რომ ბენეფიციარი შემდგომ უკვე თვითონ გახდეს სოციალური საწარმოს დამფუძნებელი, ეს იქნება უფრო წინ გადადგმული ნაბიჯი იქედან გამომდინარე, რომ მაშინ, როდესაც საკუთარი გამოცდილებით და შრომით იწყებ რაღაც ახალს, ისეთს, რომელიც უკვე გამოიარე, ძალიან კარგი იქნება“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ცენტრი აფხაზეთი“).

რესპონდენტების მოლოდინი სოციალური საწარმოს საქმიანობასთან დაკავშირებით მცირედით განსხვავდება ერთმანეთისგან. კერძოდ, დასაქმებულ რესპონდენტთა ნაწილს აქვს მოლოდინი, რომ საკუთარ შესაძლებლობებს უფრო ფართოდ გამოიყენებენ. იმედოვნებენ იმასაც, რომ შეძლებენ საკუთარი ნამუშევრების პოპულარიზაციას და ექსპორტზე გატანას. ამასთანავე, მათთვის მეტად მნიშვნელოვანია საკუთარი ცოდნისა და გამოცდილების სხვათათვის გაზიარება. გარდა ამისა, აღნიშნავენ, რომ სოციალურ საწარმოსთან თანამშრომლობის დაწყების ძირითადი განმაპირობებელი ფაქტორი არ ყოფილა მხოლოდ ფინანსური სარგებლის მიღება, არამედ მათ ჰქონდათ მოლოდინი, რომ საკუთარი ჩართულობით დიდ წვლილს შეიტანდნენ სოციალური საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებაში. რესპონდენტებს აქვთ მოლოდინი, რომ თანდათანობით მეტად გაიზრდება სოციალური საწარმოების მიმართ ინტერესი და უფრო მეტი ადამიანი მიიღებს მონაწილეობას დაგეგმილ აქტივობებსა და პროექტებში.

„ჩემი მოლოდინი არის, რომ უფრო მეტად განვითარდეს და რასაც ვხედავ რომ ნელ-ნელა მიიწევს წინ და, ღვთის წყალობით, კიდევ უფრო მეტად რომ განვითარდეს“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „7R“).

ზოგად შეფასებასთან ერთად დასაქმებულებიც და ბენეფიციარებიც საკუთარი პროფესიული განვითარების თვალსაზრისითაც გამოთქვამენ მოლოდინს და იმედოვნებენ, რომ კონკრეტული საქმის ფარგლებში მათი უნარები და ცოდნა უფრო და უფრო გაიზრდება, სრულყოფილად და დამოუკიდებლად შეძლებენ ახალი საქმიანობის გაგრძელებას. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა ისიც აღნიშნეს, რომ სოციალურმა საწარმომ მათი მოლოდინი გაამართლა. ამასთან დაკავშირებით ისინი ხაზს უსვამენ შემდეგ საკითხებს: თავად სოციალური საწარმოს წარმატება და შედეგები; აქტივობები, რომლებითაც მოწყვლადი ჯგუფების წევრები უფრო მეტად აქტიური და საზოგადოებაში ინტეგრირებული ხდებიან. სოციალური კაფეების მოსარგებლე რესპონდენტები აცხადებენ, რომ საწარმოს საქმიანობასთან დაკავშირებით მათი მოლოდინი ნამდვილად გამართლდა. კერძოდ, სოციალური კაფეს საქმიანობა სრულიად გამჭვირვალეა, დაგეგმილი აქტივობები ითვალისწინებს ბენეფიციართა საჭიროებებს. თავად მოსარგებლეებსაც შეუძლიათ სასურველი და მიზანშეწონილი აქტივობების შესახებ საკუთარი იდეებისა და მოსაზრებების გამოთქმა.

„თუ რაღაც მოლოდინი გვაქვს ან გვაქვს სურვილი, რომ აქტივობა არის თუ სხვა სახის მომსახურება, ღიად შეგვიძლია ეს ანასთან გავაუღეროთ და ვისაუბროთ ამ თემაზე“ (მოსარგებლე, სოციალური საწარმო „კაფე მზიური“).

სოციალური საწარმოს საქმიანობის კომპონენტების შეფასებისას უმნიშვნელოვანესი აღმოჩნდა მოქნილი სამუშაო გრაფიკი, სახლიდან საჯარო სივრცეში გამოსვლა და საზოგადოებისთვის სასიკეთო საქმის კეთება, პროდუქტისა და მომსახურების შექმნაში მონაწილეობა. გარდა ჩამოთვლილისა, რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ მათთვის მეტად საყურადღებოა სოციალური მეწარმეობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ მიმართულ კამპანიებში მონაწილეობა, თავად მოწყვლადი ჯგუფების ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაზე ზრუნვა და შეთავაზება სხვადასხვა სერვისისა, რომლებიც მათი დამოუკიდებლობის ხარისხს ზრდის. ამასთანავე, სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები დასძენენ, რომ ძალიან საინტერესოა შესრულება საქმისა, რომელიც ძალიან ხიბლავთ. საწარმოსთან თანამშრომლობამდე კი არ ჰქონიათ შესაძლებლობა ამით დაკავებულიყვნენ.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეები იმასაც აღნიშნავენ, რომ მათთვის საგულისხმოა ნებისმიერი ასაკობრივი კატეგორიის ადამიანისთვის არაფორმალური განათლების სერვისების მიწოდება.

„ის მომწონს ყველაზე მეტად, რომ ჩემს რეჟიმს შემოიღო შევუფარდო მისი მუშაობა. ეს არის ჩემთვის ძალიან მნიშვნელოვანი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ფარშევანი“).

სოციალურ საწარმოთა სხვადასხვა სერვისის მიმღები რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ უმნიშვნელოვანესია გარემო, რომელშიც ისინი იღებენ პროფესიულ განათლებასა თუ სხვა ტიპის მომსახურებას. აღსანიშნავია დადებითი დამოკიდებულება და განწყობა სწავლების პროცესში მონაწილე პირებისა. გარდა ამისა, აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოს საქმიანობის სამიზნე ჯგუფის წარმომადგენელ ნებისმიერი სტატუსის მქონე ადამიანს შეუძლია მისთვის სასურველი მომსახურების მიღება.

„წინა წლებში იყო 22 მოსწავლე, წელს ყავდათ 30 აბიტურიენტი. ასევე, დადიან სხვადასხვა ეთნიკური წარმომადგენლები. წალკაში არიან ბერძნები, სომხები არიან, ქართველები ვართ. რაც ერთგვარი კავშირია. ერთმანეთთან გვაახლოებს ბავშვებს“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

დასაქმებულებიც და სოციალური საწარმოს მოსარგებლეებიც აღნიშნავენ, რომ არ შეუძლიათ გამოყონ სოციალური საწარმოს საქმიანობის კომპონენტები, რომლებიც მათგან უარყოფით შეფასებას დაიმსახურებს.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა ისაუბრეს ძირითად ფაქტორებზე, რომლებიც უმნიშვნელოვანესად მოქმედებს სოციალური საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებაზე. კერძოდ, დასაქმებულ რესპონდენტთა შეფასებით, ერთ-ერთია ინოვაციური მიდგომით ახალი პროდუქტის შექმნა და მომსახურების შეთავაზება, გადაწყვეტილების მიღებისას თანამშრომელთა და მოსარგებლეთა აზრისა და საჭიროებების გათვალისწინება. რესპონდენტთა აზრით, საყურადღებოა ბენეფიციართა ჯგუფების გაფართოებაც, ვინაიდან, რაც უფრო მეტი ადამიანი შეიძენს ახალ ცოდნასა და გამოცდილებას, მით უფრო გაიზრდება სოციალური საწარმოს გავლენა საზოგადოებაზე.

„ჩემთვის უფრო მეტი ინოვაციური გეგმების შედგენა არის აუცილებელი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ფარშევანი“).

ზემოთ ჩამოთვლილის გარდა, რესპონდენტები აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის მნიშვნელოვანია ცნობადობის გაზრდა და მისი საქმიანობის მიზნებისა და ამოცანების შესახებ საზოგადოებისთვის ინფორმირებულობის დონის ამაღლება. საზოგადოებაში ინფორმირებულობის დონის გაზრდაზე მიუთითებენ გარემოს დაცვის სფეროში არსებული სოციალურ საწარმოთა წარმომადგენლები. მათი აზრით, მხოლოდ საწარმოს მცდელობა, შექმნას უფრო ჯანსაღი გარემო და სწორად მართოს ნარჩენები, არ არის საკმარისი მასშტაბური ცვლილებების განსახორციელებლად. მათი შეფასებით, ამ თვალსაზრისით საყურადღებოა მოსახლეობის ჩართულობა და აქტიური მონაწილეობა. ისინი მიუთითებენ ფულადი რესურსების მნიშვნელობაზეც, ვინაიდან სოციალური საწარმოსთვის საჭირო დაზგა-დანადგარების შექმნა ძალიან დიდ თანხას უკავშირდება, დაფინანსების არარსებობის პირობებში კი მათ ურთულდებათ ყველა საჭირო ღონისძიების დაგეგმვა და ეფექტურად განხორციელება.

„იმისთვის, რომ წარმატებულად იფუნქციონიროს სოციალურმა საწარმომ, ამისთვის უნდა იყოს ცნობადი, უნდა ქონდეს გაპიარება. ბევრმა უნდა იცოდეს ამ სახელოსნოს შესახებ“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თემი ქედელი“).

„აღბათ, უფრო მეტად კარგი იქნებოდა საზოგადოების უკეთესი ინფორმირება მეორეული ქალაქის დამუშავებასთან დაკავშირებით. ის, რასაც ვაკეთებთ ხელით სამუშაოების დროს, დროის დაზოგვის მიზნით მანქანის მუშაობაზე გადაერთოს, თუმცა აქ ფინანსების საკითხი არის და გაზრდის თემა. [...] ჩვენ კი გვინდა 10 კაცს, რომ სამყარო შევცვალოთ, მაგრამ ჩვენი ძალისხმევა არ არის საკმარისი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი“).

რესპონდენტები ყურადღებას ამახვილებენ წარმოებული პროდუქტის არა მხოლოდ ადგილობრივ ბაზარზე რეალიზაციის საკითხზე, არამედ, მათი აზრით, აუცილებელია პროდუქტის საერთაშორისო ბაზარზე ექსპორტის ხელშეწყობა, რაც თავისთავად სოციალური საწარმოს ფინანსურ მდგრადობას დაეხმარება. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები აცხადებენ, რომ ქვეყანაში აუცილებლად უნდა შეიქმნას ორგანო, რომელიც სოციალურ საწარმოთა მხარდამჭერ ღონისძიებებს ჩაატარებს, იქნება ეს მატერიალურ-ტექნიკური ბაზით მომარაგება, საჭირო ფინანსების მოძიებაში/მოპოვებაში დახმარება თუ - სხვა. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეთა აზრით, მნიშვნელოვანია თავად სოციალური მეწარმეების კვალიფიკაცია, ვინაიდან მათ სწორი გათვლითა და შედეგის გაზომვით უნდა დაგეგმონ ახალი აქტივობები. ამასთანავე, სწორად უნდა გაანაწილონ ფინანსური რესურსი და მოგება კვლავ სოციალური საწარმოს საქმიანობებში უნდა რეინვესტირდეს.

სოციალურ საწარმოთა მომხმარებლების აზრით, წარმატებით ფუნქციონირებისთვის აუცილებელია წინასწარ გაწერილი სამოქმედო გეგმისა და სტრატეგიის არსებობა. გარდა ამისა, ის ბენეფიციარები, რომლებიც სოციალურ საწარმოებთან მათ მიერ შექმნილი პროდუქტის გაყიდვაში ხელშეწყობის მიზნით თანამშრომლობენ, აცხადებენ, რომ უმნიშვნელოვანესია რეალიზებაში მუდმივი ხელშეწყობა, ვინაიდან სწორედ ეს განსაზღვრავს მათ მოტივაციასა და შემდგომში ახალი პროდუქტის შექმნის სტიმულს.

„არა მხოლოდ სოციალური საწარმოს წარმატებისთვის, ნებისმიერი რამის წარმატებისთვის აუცილებელია კარგი გეგმა და შემდეგ მისი სწორად შესრულება. სამოქმედო გეგმა უნდა იყოს სწორად შერჩეული და კარგად გათვლილი“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „ჩირიგე“).

აღსანიშნავია, რომ სოციალური კაფეების მოსარგებლენი სოციალური საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებისთვის საყურადღებოდ თავად მომხმარებელთა დაინტერესებას მიიჩნევენ. მიუხედავად იმისა, სოციალური საწარმო, შესაძლოა, მაქსიმალურად ცდილობდეს ბენეფიციართათვის კომფორტული და საჭიროებებზე მორგებული გარემოს შექმნას, საზოგადოების მხრიდან საწარმოს განვითარების თაობაზე დაბალი ინტერესის გამო მაინც არ აღმოჩნდეს სიცოცხლისუნარიანი და დაიხუროს. დასაქმებული რესპონდენტებიც და ბენეფიციარებიც აცხადებენ, რომ სოციალურ საწარმოთა წარმატებისთვის განსაზღვრელია ფინანსური რესურსიც, რომელიც სხვადასხვა ღონისძიებისა თუ პროექტის დასაგეგმად და განსახორციელებლად სჭირდებათ. მათი აზრით, აუცილებელია როგორც სახელმწიფოს მხარდაჭერა, ისე კერძო ბიზნესკომპანიების დაინტერესება და მხარდაჭერა.

„ძალისხმევას არ იშურებს, რომ მრავალმხრივ ყველას ინტერესი იყოს დაცული და თითოეული ადამიანისთვის საინტერესო გარემო იყოს. სურვილს რაც შეეხება, მართლა ძალიან დიდი სურვილი მაქვს და წელანაც აღვნიშნე, რომ ჩვენც, ადგილობრივებმაც უნდა შევუწყოთ ხელი იმაში, რომ კაფემ აუცილებლად იმუშაოს, არ უნდა დაიკეტოს“ (მომხმარებელი, სოციალური კაფე „ქეთოსთან“).

სოციალური საწარმო „რედოს“ ბენეფიციარის აზრით, წარმატების მისაღწევად საჭიროა საქმიანობის ყველა ეტაპის წინასწარ დაგეგმვა. აუცილებელია მოსარგებლეთა საჭიროებების მუდმივი კვლევა, მიღწეული შედეგებისა და გავლენის გაზომვა/მონიტორინგი.

რესპონდენტთა აზრით, საყურადღებოა არსებული კანონმდებლობის გადახედვაც და მოდიფიცირებაც.

სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები და სხვადასხვა სერვისის მიმღები ბენეფიციარები აღნიშნავენ, რომ სოციალური მიზნის მქონე საწარმოთა როლი ქვეყნის, წინსვლის, აღორძინებისა და განვითარების პროცესში უმნიშვნელოვანესია. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებისას მიღებული ინფორმაციის თანახმად, სოციალური საწარმო სიახლისა და ცვლილებების შემომტანი რგოლია. მათი აზრით, სოციალურ საწარმოთა არსებობა საყურადღებოა ცალკეული რეგიონისთვის. რეგიონებში მცხოვრები მოწყვლადი ჯგუფების საჭიროებები უნდა შეფასდეს ლოკალურად და სწორედ მიკრო დონეზე, რათა მათი შესაძლებლობების ფარგლებში. დაიგეგმოს განსახორციელებელი აქტივობები.

„ძალიან საჭიროა ზოგადად კონკრეტული რეგიონისთვის. იმ რეგიონში ამ კონკრეტული საქმიანობის რესურსების ათვისებისთვის, სხვადასხვა ბენეფიციარის დასაქმებისთვის“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „გავაძლიეროთ სოფლად ახალგაზრდები“).

სოციალური საწარმოები დიდ როლს ასრულებენ ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარების კუთხითაც, ვინაიდან იქმნება სამუშაო ადგილები, მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლები ეუფლებიან ახალ პროფესიებს, რაც მათთვის შრომის ბაზარზე საკუთარი თავის დამკვიდრების შესაძლებლობას ქმნის. სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული პირები სოციალურ მეწარმეობას განიხილავენ მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესად. მათი აზრით, რაც უფრო მეტი სოციალური საწარმო დაარსდება, მით უფრო გაიზრდება კონკურენცია მათსა და სხვა ბიზნესკომპანიებს შორის, რომლებიც ბოლოს და ბოლოს გაიაზრებენ, რომ დაგეგმილ პროექტებში აუცილებლად უნდა გაითვალისწინონ მოწყვლადი ჯგუფების საჭიროებები და ინტერესები.

„სოციალური საწარმო არის პასუხისმგებლიანი ბიზნესი. ჩემთვის ასე ასოცირდება. რაც უფრო მეტი სოციალური საწარმო იქნება და რაც უფრო მეტად ისაუბრებს საზოგადოება სოციალურ მეწარმეობაზე, შესაბამისად, სხვა ბიზნესებს, რომლებიც ამჟამად არ არიან სოციალური საწარმოები, სოციალური პასუხისმგებლობა რასაც ჰქვია, მაგას აიღებენ, მგონია“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თოლისკური“).

რესპონდენტები იმასაც აცხადებენ, რომ სოციალური საწარმოები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ეკოლოგიურ საკითხებზე სამოქალაქო ცნობიერებისა და თვითშეგნების ამაღლების კუთხით. სწორედ მათი საქმიანობა და გარემოს დაცვის კუთხით ჩატარებული კამპანიები უბიძგებს მოსახლეობას, იყვნენ მეტად ეკომეგობრული.

„ბევრი რაღაცები შეგვიძლია გავაკეთოთ, აქედან გამომდინარე, შესაბამისად, გარემოსაც არ მივაყენოთ ზიანი“ (დასაქმებული, მეორეული საბურავების გადამამუშავებელი სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანია „TRC“).

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილე ბენეფიციარები აცხადებენ, რომ სოციალურ საწარმოთა არსებობა ქვეყნის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც მათ სამიზნე ჯგუფებს სწორედ ის ადამიანები წარმოადგენენ, რომლებიც მოწყვეტილი არიან განვითარების შესაძლებლობებს, აქვს სოციალიზაციისა და საზოგადოებაში ინტეგრაციის პრობლემები, დგანან ეკონომიკური თუ სოციალური პრობლემების წინაშეც. სოციალური საწარმოები საკუთარი საქმიანობით მოწყვლადი ჯგუფების წარმომადგენლებს, რომლებიც სახელმწიფოს ყურადღების მიღმა რჩებიან, აწვდიან მათთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან მომსახურებას, იქნება ეს საგანმანათლებლო და ჯანდაცვის სერვისები, მათთვის დაგეგმილი კულტურული და სოციალური ღონისძიებები, თუ - სხვა. მსგავსი პროექტების შედეგად ბენეფიციარები ხდებიან

შრომისუნარიანი, მათ საკუთარი თავისა და შესაძლებლობის რწმენა უბრუნდებათ. საბოლოოდ, შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური საწარმოები მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს განვითარების პროცესში, ვინაიდან მათი საქმიანობის შედეგად მცირდება მოწყვლადი ადამიანების/ოჯახების წილი ქვეყნის მოსახლეობაში.

*„ის სეგმენტი, რომელზეც სოციალური საწარმოები მუშაობენ, უნდა იყოს განვითარებული, მათი ხელშეწყობა და საზოგადოებაში დამკვიდრება ძალიან მნიშვნელოვანია სახელმწიფოსთვის. ამ მხრივ, ნამდვილად მნიშვნელოვანი როლი აქვს სოციალურ საწარმოს. იმიტომ, რომ ბენეფიციარები, რომლებიც არიან სოციალური საწარმოს სამიზნე ბენეფიციარები, ქვეყნისთვის ძალიან მნიშვნელოვანი ნაწილია“
(ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „რედო“).*

2.13. სოციალური საწარმოს შექმნის შესაძლებლობა

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა ისაუბრეს მათ მუნიციპალიტეტებში სოციალური მეწარმეობის/სოციალური მიზნის მექონე ბიზნესის წამოწყების შესაძლებლობაზე. მათი შეფასებით, სოციალური საწარმოს დაფუძნების შესაძლებლობა არსებობს, თუმცა გამოყოფენ რამდენიმე მნიშვნელოვან ფაქტორს, რომლებიც აუცილებლად უნდა გაითვალისწინონ. კერძოდ, პირველ რიგში, რესპონდენტები ყურადღებას ამახვილებენ სოციალური მეწარმეობის შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის დონის ამაღლების საჭიროებაზე. მათი თქმით, აუცილებელია, სახელმწიფოში შეიქმნას სოციალური მეწარმეობის მარეგულირებელი საკანონმდებლო ჩარჩო, შემუშავდეს სოციალური საწარმოს ოფიციალური განმარტება და იურიდიული ფორმა. ამასთან ერთად, საყურადღებოა სოციალური მეწარმეობისთვის შესაფერისი ეკონომიკური პოლიტიკის შექმნა, რომელშიც სოციალური საწარმოებისთვის გათვალისწინებული იქნება გარკვეული საგადასახადო შეღავათი. მათი აზრით, აუცილებელია სტაბილური ფინანსური მხარდაჭერაც როგორც სახელმწიფოს, ისე ადგილობრივი საფონდო ორგანიზაციებისგან.

*„დაარსება, რა თქმა უნდა, შესაძლებელია. [...] თუმცა, ძალიან რთულია განვითარება და გადარჩენა საბოლოო ჯამში. ადრე თუ გვიან, გრანტი ამოიწურება და დგები იმ რისკის ქვეშ, რომ შეიძლება არ გეყოს ხელფასებისთვის და თავის შენახვისთვის ის თანხა, რასაც გამოიმუშავებ“
(დასაქმებული, სოციალური საწარმო „მწვანე საჩუქარი“).*

რესპონდენტთა ნაწილი იმასაც აცხადებს, რომ სოციალური მეწარმეობის წამოწყება შესაძლებელია. ამ მიზნის მექონე ადამიანს აუცილებლად სჭირდება სპეციფიკური ცოდნა და გამოცდილება. სოციალური საწარმოს მართვა განსხვავდება სხვა ტრადიციული ბიზნესკომპანიებისგან, ვინაიდან საწარმოს შემოსავლის დიდი ნაწილი კვლავ სოციალური მისიის შესრულებისა და უფრო მასშტაბური სოციალური გავლენის მისაღწევად უნდა გამოიყენონ. ამასთანავე, მათი აზრით, აუცილებელია მოხალისეების ბაზის არსებობა, რადგან ხშირად სოციალურ საწარმოს მწირი ფინანსური და ადამიანური რესურსის გამო უჭირს გარკვეული აქტივობის განხორციელება.

*„ეს წმინდა მოგებაზე გათვლილი არ არის სოციალური საწარმო. მისი მთავარი მისია სოციალური მისიაა და ეს მოგებაც იმისთვის არის ხოლმე ძირითადად, რომ ეს სოციალური მისია შესრულდეს და, ვფიქრობ, რომ ცოტა ისეთი ადამიანები არიან საჭირო, ვისაც მოხალისეობა არ ეზარება“
(დასაქმებული, სოციალური საწარმო „ცოდნის კაფე“).*

სოციალურ საწარმოთა ბენეფიციარები აღნიშნავენ, რომ უნდა არსებობდეს ჯგუფი, რომელიც სოციალური მეწარმეობის კუთხით მუნიციპალიტეტების მოსახლეობის ინფორმირებულობის დონის ამაღლებაზე იბრუნებს. კერძოდ, მიაწვდის მათ ინფორმაციას სოციალურ საწარმოთა

მიზნების, მისიის, სამიზნე ჯგუფებისა და სხვა სპეციფიკური დეტალების შესახებ; როგორ შეუძლიათ დაფინანსების მოპოვება; როგორ უნდა გამოიყენონ საქმიანობის შედეგად მიღებული მოგება და სხვ. მოსარგებლეთა ნაწილმა აღნიშნა, რომ მათ მუნიციპალიტეტში მცხოვრებმა ქალებმა სხვადასხვა პროგრამაში მონაწილეობით შეძლეს სოციალური მეწარმეობის წამოწყება.

*„შარშანაც გამოცხადდა გარკვეული გრანტები და პროგრამები ამ კუთხით განვითარებისთვის და არა მარტო ბათუმში, მაღალმთიან სოფლებშიც არის ქალ მეწარმეთა დახმარებისთვის რალაც გარკვეული პროგრამები“
(ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „თავისუფალი სივრცე“).*

რამდენიმე რესპონდენტი ყურადღებას ამახვილებს სოფლად მცხოვრები მოწყვლადი ჯგუფების დამოკიდებულებებზე. როგორც აღნიშნეს, მათ არ აქვთ იმის რწმენა, რომ სოციალური საწარმო ცხოვრებაში მნიშვნელოვანი ცვლილების განხორციელებას შეუწყობს ხელს, სკეპტიკურად აფასებენ სოციალური საწარმოს იდეას. მათი აზრით, აუცილებელია, მოსახლეობას მათთვის გასაგებ ენაზე მიეწოდოს ინფორმაცია. ნდობის მოსაპოვებლად საჭიროა წარმატებული მაგალითების, ზოგადად, სოციალური საწარმოების სასიკეთო გავლენისა და შედეგის გაზიარებაც.

„ადგილობრივებს არ სჯეროდათ იმის, რომ ამ საწარმოს შეეძლო მათი ცხოვრება რამით შეეცვალა და რამე ახალი შემოეტანა მათ ცხოვრებაში და ძალიან რთულია რამე გააკეთო, როცა სხვას არ სჯერა“ (ბენეფიციარი, სოციალური საწარმო „გუმბათი“).

რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ მათ მუნიციპალიტეტებში სოციალური მეწარმეობის წამოწყება ძალიან ბევრი მიმართულებითაა შესაძლებელი. ყველაზე პრიორიტეტულ სფეროებად კი სოფლის მეურნეობას, ტრადიციულ რეწვას, განათლებისა და მომსახურების სექტორს ასახელებენ. ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეები აცხადებენ, რომ მათ რეგიონში ძალიან ბევრი რესურსია იმისთვის, რომ სოფლის მეურნეობა უფრო მეტად განვითარდეს და მოსახლეობამ ამ სფეროს ამუშავებით უფრო მეტი სარგებელი მიიღოს. მათთვის მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა პროფესიული განათლების მისაღები სერვისების არსებობაც. კერძოდ, რესპონდენტები სურვილს გამოთქვამენ, შეისწავლონ ტრა-კერვა, ქარგვა, ქსოვა, თექაზე, მატყლზე, გობელენზე, თიხაზე მუშაობის პრინციპები. ერთ-ერთი რესპონდენტი აღნიშნავს, რომ საყურადღებოა ადგილობრივი ტრადიციების გაცოცხლება და სწორედ ამ კუთხით უნდა დაიწყონ სოციალურმა საწარმოებმა საქმიანობა.

„საწარმო მატყლის გადამამუშავებელი რომ შეიქმნას. იმიტომ, რომ ძალიან ბევრი მატყლი იკარგება. მუშახელი მეტი დასაქმდებოდა, მეცხვარის საქმესაც წაადგებოდა და ჩვენც“ (დასაქმებული, სოციალურის საწარმო „მზემოე“).

რესპონდენტების აზრით, სოციალური მეწარმეობის წამოწყების შემთხვევაში განსაკუთრებით აუცილებელია სახელმწიფოს მხარდაჭერა შემდეგ საკითხებთან დაკავშირებით: წარმოებისთვის საჭირო დაზგა-დანადგარების შეძენა, საწარმოს საქმიანობისთვის საჭირო სივრცის გამოყოფა, წარმოებული პროდუქტის როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო ბაზარზე გატანაში ხელშეწყობა. მათი აზრით, უმნიშვნელოვანესია მარკეტინგული საკითხების მოგვარებაც. უპირველეს საკითხად მიიჩნევენ სოციალური საწარმოების შესახებ სარეკლამო კამპანიის ჩატარებას, რათა საზოგადოებამ უფრო მკაფიო და ვრცელი ინფორმაცია მიიღოს სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანიების შესახებ. სოციალური მეწარმეობის დაწყების მსურველთათვის უნდა არსებობდეს გადასამზადებელი კურსებიც, სადაც ისინი მიიღებენ თეორიულ ცოდნასა და პრაქტიკულ გამოცდილებას. სახელმწიფოს უნდა ჰქონდეს სოციალური მეწარმეობის მხარდამჭერი პროგრამები, გრანტები, ფონდები.

ზოგადი შეფასების გარდა, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილეებმა განიხილეს, რა შეიძლება იყოს სოციალური მეწარმეობის წამოწყებისას ხელშემწყობი ან შემაფერხებელი ფაქტორები. ამასთან დაკავშირებით რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ, პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია სოციალური მიზნისა და მისიის ჩამოყალიბება, შემდეგ ამ მიზნის ფარგლებში სამიზნე აუდიტორიის საჭიროებების კვლევა. ამასთანავე, საგულისხმოა დაინტერესებულ მხარეთა მოძიება და მათთან დროული კომუნიკაცია, რომლებიც მიზნის მიღწევისას დამხმარებლად მოიაზრებიან.

„მთავარი არის იდეა. შემდეგ უკვე ამ იდეის ფორმირება და პროექტად ქცევა და შესაბამისი პირების მოძიება. მათი, ვინც დაგეხმარებიან ამ იდეის სისრულეში მოსაყვანად“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თოლისკური“).

ყოველივე ზემოთქმულთან ერთად, რესპონდენტები მნიშვნელოვან საკითხებად ასახელებენ დაფინანსების მოპოვების წყაროებისა და გზების შესახებ მათთვის ინფორმაციის მიწოდებას.

რაც შეეხება სოციალური მეწარმეობის წამოწყების პროცესში შესაძლო შემაფერხებელ ფაქტორებს, ფოკუსჯგუფის შეხვედრებში მონაწილენი აცხადებენ, რომ მთავარი პრობლემა მათზე მორგებული საგადასახადო სისტემის არარსებობაა. მიიჩნევენ, რომ სივრცის დაქირავებისას ძალიან დიდ თანხას უნდა მოუყარონ თავი, რაც საწყის ეტაპზე გაუჭირდებათ. ფიქრობენ, რომ, თუ საზოგადოება არ გაიგებს და გაიაზრებს სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობას, სოციალურ საწარმოთა ფუნქციონირება ძალიან დიდი საფრთხის წინაშეც დადგება. რესპონდენტები იმასაც აღნიშნავენ, რომ მათ არ აქვთ საკმარისი ცოდნა სოციალური მეწარმეობის შესახებ და ამიტომ სურთ ამ კუთხით განვითარება.

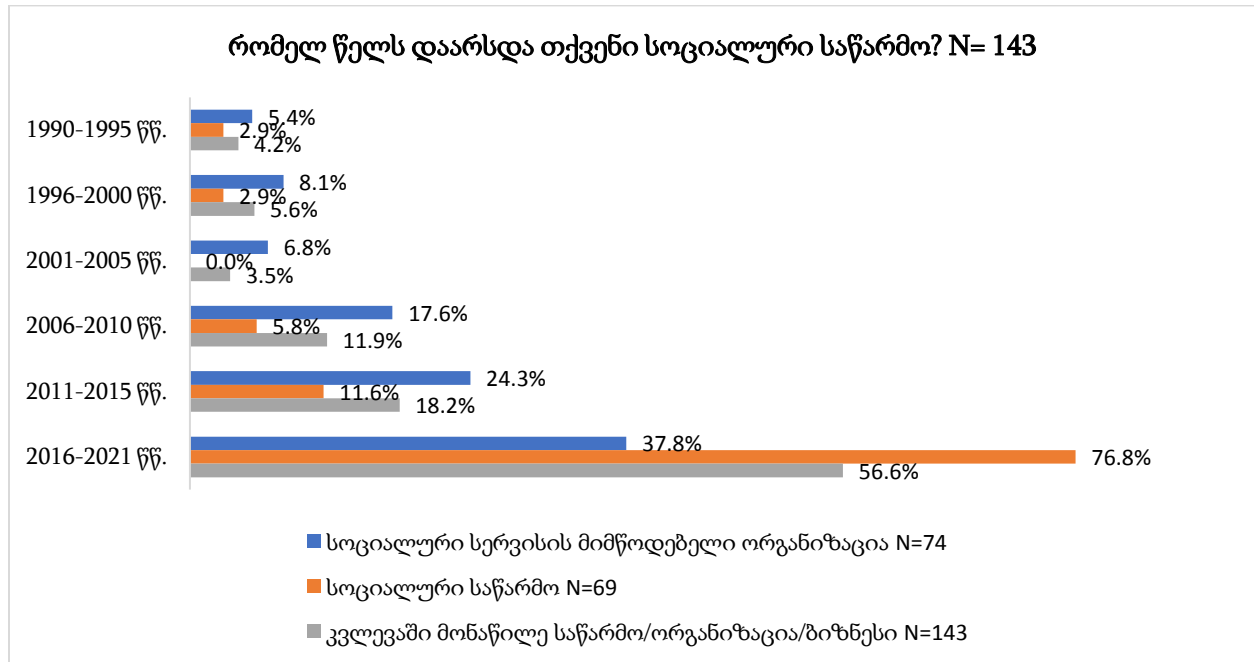
„მაღაზიაში როდესაც შეგვაქვს ვასაყიდად, მათთან მოლაპარაკების დროსაც ვერ ხვდებიან, რა არის სოციალური საწარმო და ესეც რაღაც ერთგვარი გამოწვევა არის, რომ რა არის სოციალური საწარმო, ან რაღაც ასეთი“ (დასაქმებული, სოციალური საწარმო „თოლისკური“).

„მიფიქრია ხშირად და სურვილიც მქონია, უბრალოდ ერთადერთი დამაბრკოლებელი რაც იყო, არ ვიცი, როგორ უნდა გავაკეთო და ინფორმაციული ვაკუუმი მაქვს“ (მომხმარებელი, სოციალური საწარმო „კაფე მზიური“).

2.14. თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევის რესკონდენდითა სოციალურ-დემოგრაფიული პროფილი

კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ ორგანიზაციათა დიდი ნაწილი (56,6%) 2016-2021 წლებშია დაარსებული, 18,2% კი - 2011-2015 წლებში. შედარებით მცირეა 2000-იან წლებამდე დაარსებულ საწარმოთა წილი კვლევაში. სოციალური საწარმოს/სოციალური სერვისების მიმწოდებელი ორგანიზაციის ტრილში მონაცემთა დაყოფა აჩვენებს, რომ სოციალურ საწარმოთა 76,8% და სოციალური სერვისების მიმწოდებელ ორგანიზაციათა 37,8% 2016-2021 წლებშია დაფუძნებული (იხ. დიაგრამა #36).

დიაგრამა 36: კვლევაში მონაწილე სუბიექტების დაარსების წელი



ფოკუსჯგუფის შეხვედრების მონაწილეებს წარმოადგენდნენ საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა ბენეფიციარები (პირები, რომლებიც უფასოდ, ან თანაგადახდით იღებენ სხვადასხვა სახის მომსახურებას. მაგ.: საგანმანათლებლო, ჯანდაცვის, სოციალური დაცვის სერვისები და სხვ.) და სოციალურ საწარმოებში დასაქმებული ადამიანები. რესპონდენტები საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის მაცხოვრებლები იყვნენ. რაც შეეხება დისკუსიის მონაწილეთა განათლების დონეს, რესპონდენტთა ნაწილს საშუალო განათლება ჰქონდა მიღებული, ზოგი სტუდენტი ან მოსწავლე იყო, ნაწილი კი - პროფესიული ან უმაღლესი განათლების მქონე. აღსანიშნავია ისიც, რომ სოციალურ საწარმოებში დასაქმებულ რესპონდენტთა ნაწილი სწორედ საკუთარი პროფესიით ავრძელებს მუშაობას.

ფოკუსჯგუფის შეხვედრებისთვის შერჩეული დასაქმებული მონაწილენი შემდეგ სოციალურ საწარმოებთან თანამშრომლობენ: „თავისუფალი სივრცე“, „ფარშევანი“, „აფხაზეთი“, „რედო“, „ედენა“, „მბეკო“, „თოლისკური“, „თემი ქედელი“, „მეგობარი“, „მირაბალდები“, „თერაპიის სახლი“, „ეტლების საწარმო“, „მწვანე საჩუქარი“, მეორეული საბურავების გადამამუშავებელი სოციალური მიზნის მქონე ბიზნესკომპანია „TRC“, „კავკასიური სოჭის სანერგე“, „ცოდნის კაფე“, „რობოლაბი“, „ჰენდიქრაფტ სტუდიო“, „გუმბათი“, „ანდამატი“, სოციალური საწარმო/სახელოსნო „მზემოე“.

სოციალურ საწარმოთა მომსახურების მიმღები ბენეფიციარები, ძირითადად, შემდეგი სოციალური საწარმოების მოსარგებლენი არიან: „რედო“, „აფხაზეთი“, „იკორთა“, „თავისუფალი სივრცე“, „ჩირიგე“, „ედენა“, „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“, „ქეთოსთან“, საქველმოქმედო ორგანიზაცია „გურია“, „კაფე მზიური“, „7R“, „რობოლაბი“, „ჰენდიქრაფტ სტუდიო“, „გუმბათი“, „ცოდნის კაფე“.

ბემოთქმულის გარდა, რესპონდენტებმა თავიანთ სოციალურ სტატუსზეც მიუთითეს. კერძოდ, ფოკუსჯგუფის შეხვედრების მონაწილეთა შორის იყვნენ სოციალურად დაუცველი, ხანგრძლივად უმუშევარი და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები, პენსიონერები, დევნილები, ახალგაზრდები, მრავალშვილიანი დედები.

გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხა

- Association Disabled for the Environment. 2022. *Waste Collection System*.
<https://www.ekon.org.pl/system-zbiorki-en>.
- British Council. 2021. *Supporting Social Enterprises in Indonesia*. International Labor Organization, 1-30. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/meetingdocument/wcms_815538.pdf.
- British Council. 2020. "The state of social enterprise in Hong Kong." 1-111. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_hong_kong_social_enterprise_web_final.pdf.
- British Council. 2018. "The state of social enterprise in Malaysia." 1-114. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_malaysia_british_council_low_res.pdf.
- British Council. 2021. "The state of social enterprise in South East Asia." 1-54. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_south_east_asia_0.pdf.
- British Council. 2019. "The State Of Social Enterprise In Turkey." 1-112. https://www.britishcouncil.org.tr/sites/default/files/20190702_se_research_report_the_state_of_social_enterprise_in_turkey_eng_single_page.pdf.
- Collins, Ben. 2020. *Social enterprises in health and care*. Kings Fund, 1-22. <https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-report/social-enterprises-in-health-and-care/>.
- Dees, J. Gregory, and Beth Battle Anderson. 2015. *Scaling for Social Impact: Exploring Strategies for Spreading Social Innovations*. https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/Presentation_Deese_ScalingforSocialImpactExploringStrategiesforSpreadingSocialInnovations_2003.pdf.
- Department of Business Innovation and Skills UK. 2011. "A Guide to Legal Forms for Social Enterprise." 1-5. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf.
- European Commission. n.d. *Social Enterprises*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en.
- European Commission. 2020. "Social enterprises and their eco-systems in Europe." *Comperative Synthesis Report*, 1-192. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8274>.
- European Economic and Social Committee. n.d. "Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union." Study, 1-124. <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf>.
- European Research Network (EMES). n.d. "Social Enterprise In Europe: Recent Trends And Developments." https://base.socioeco.org/docs/wp_08_01_se_web.pdf.

- European Union & OECD. 2016. "Policy Brief on Scaling the Impact of Social Enterprises." 1-24. <https://www.oecd.org/employment/leed/Policy-brief-Scaling-up-social-enterprises-EN.pdf>.
- Fi-compass. 2021. *Poland's National Fund for Social Entrepreneurship helps social economy enterprises in difficult times*. <https://www.fi-compass.eu/news/2021/01/polands-national-fund-social-entrepreneurship-helps-social-economy-enterprises>.
- Forfás. 2013. "Social Enterprise In Ireland Sectoral Opportunities And Policy Issues." The national policy advisory board for enterprise, trade, science, technology and innovation in Ireland, 1-94. <https://enterprise.gov.ie/en/publications/publication-files/forf%C3%A1s/social-enterprise-in-ireland-sectoral-opportunities-and-policy-issues.pdf>.
- Foundation for Social and Economic Initiatives. n.d. "The Social Economy in Poland." 1-30. http://www.socialni-inovace.cz/pripadove-studie/social_economy_Polsko.pdf.
- Global Entrepreneurship Monitor. 2019-2020. "GEM UAE Social Entrepreneurship Report." 1-32. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50673>.
- Harvard Business School: Social Business Initiative. 2018. "Understanding our social impact: 25 Years of Social Enterprise at HBS." 1-38. <https://www.hbs.edu/socialenterprise/wp-content/uploads/2021/09/SEI25-Impact-Report.pdf>.
- Indego Africa. 2022. <https://indegoafrica.org/>.
- Institut de la statistique du Québec. 2016. "L'économie sociale au Québec." 1-226. <https://statistique.quebec.ca/en/fichier/economie-sociale-au-quebec-portrait-statistique-an-2016.pdf>.
- McKinsey & Company. 2016. "Scaling the impact of the social enterprise sector." https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/scaling-the-impact-of-the-social-enterprise-sector#/.
- Mercado Global. 2022. <https://www.mercadoglobal.org/>.
- Miller Center for Social Entrepreneurship. 2017. "Turning On The Lights: Transcending Energy Poverty Through The Power Of Women Entrepreneurs." 1-31. <https://solarsister.org/wp-content/uploads/2017/06/Turning-on-the-Lights-Miller-Center-2017.pdf>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2018. "Job Creation and Local Economic Development 2018: Preparing for the Future of Work." 1-278. https://read.oecd-ilibrary.org/employment/job-creation-and-local-economic-development-2018_9789264305342-en#page2.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2020. "Regional Strategies for the Social Economy." 1-44. https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/regional-strategies-for-the-social-economy_76995b39-en.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2020. "Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles." 1-25. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135367-031kjiq7v4&title=Social-economy-and-the-COVID-19-crisis-current-and-future-roles&_ga=2.57327978.1363896940.1636369364-910946860.1633297775.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). 2013. "Job Creation Through The Social Economy and Social Entrepreneurship." 1-166.

- https://www.oecd.org/cfe/leed/130228_Job%20Creation%20through%20the%20Social%20Economy%20and%20Social%20Entrepreneurship_RC_FINALBIS.pdf.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). 2022. "Social entrepreneurship & Social enterprises." <https://www.oecd.org/cfe/leed/social-economy/social-entrepreneurship.htm>.
- Pioneers Post. 2018. *UK social enterprises contribute 3% of GDP, claims SEUK research.* <https://www.pioneerspost.com/news-views/20180920/uk-social-enterprises-contribute-3-of-gdp-claims-seuk-research>.
- Piper, Kelsey. 2020. *What Kenya can teach its neighbors — and the US — about improving the lives of the “unbanked”.* Vox.com. <https://www.vox.com/future-perfect/21420357/kenya-mobile-banking-unbanked-cellphone-money>.
- Rangan, V. Kasturi. 2009. "Aravind Eye Hospital, Madurai, India: In Service for Sight." (Harvard Business School publications). <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=19682>.
- Rijpens, Julie, and Antonella Noya. 2022. "Social entrepreneurship, a global phenomenon that unfolds at the local level." <https://www.convergences.org/en/social-entrepreneurship-a-global-phenomenon-that-unfolds-at-the-local-level/>.
- Social Enterprise Alliance US. 2022. "What is social enterprise?" <https://socialenterprise.us/>.
- Social Enterprise Mark CIC. 2022. "What is Social Enterprise?" <https://www.socialenterprisemark.org.uk/WHAT-IS-SOCIAL-ENTERPRISE/#TOGGLE-ID-1>.
- Social Enterprise UK & European Village. 2017. *Greece Social And Solidarity Economy Report.* British Council, 1-116. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/greece_social_and_solidarity_economy_report_english_british_council_0.pdf.
- Social Enterprise UK. 2019. "Capitalism In Crisis? Transforming Our Economy For People And Planet." 1-56. <https://www.socialenterprise.org.uk/seuk-report/capitalism-in-crisis-state-of-social-enterprise-survey-2019/>.
- Social Finance Foundation & Department of Rural and Community Development of Ireland. 2018. "Social Enterprise in Ireland." Research Report to support the development of a National Social Enterprise Policy. <https://www.gov.ie/pdf/?file=https://assets.gov.ie/40297/74afae66c14d4d738e1a76b77d7a61c9.pdf#page=1>.
- The Adventure Project. 2022. <https://www.theadventureproject.org/>.
- United States Environmental Protection Agency. 2021. "Urban Waters Federal Partnership: Program Progress Report." 1-31. https://www.epa.gov/system/files/documents/2021-10/uw-progress-report_10.8.21_508.pdf.
- Vanclay, Frank. 2003. "International Principles For Social Impact Assessment." *SIA principles* (Beech Tree Publishing) 5-11. https://www.socialimpactassessment.com/documents/0303%20Vanclay%20IAPA%20V21N1%20SIA%20International%20Principles_1.pdf.
- ეკა დათუაშვილი, გიგა ჩიტიშვილი, ქრისტინე კანდელაკი, სალომე კუსიანი, ალექსი ჩიქოვანი, შოთა მურღულია, ალექსანდრე რაიბული, სალომე ხუციშვილი. 2019. *სოციალური მეწარმეობის სახელმძღვანელო*. Edited by ეკა დათუაშვილი. Vol. III გამოცემა. თბილისი:

- საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი (CSRDG).
<https://www.segeorgia.org/storage/files/doc/Manual%202018.pdf>.
- მსოფლიო ბანკი. 2021. "მთლიანი ადრეული სტადიის სამეწარმეო საქმიანობა."
https://tcdata360.worldbank.org/indicators/aps.ea.total?country=BRA&indicator=3116&viz=line_chart&years=2001,2020.
- მხეიძე, ირაკლი. 2017. *სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკა და გამოწვევები საქართველოში*. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი (CSRDG), 1-75.
<https://www.segeorgia.org/storage/files/doc/SE%20Desk%202017.pdf>.
- სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი (CSI). 2020. "სოციალური მეწარმეობა, სოციალური საწარმოები და მათი ეკოსისტემა ევროპული პრაქტიკის მიმოხილვა." სამაგიდო კვლევის ანგარიში, თბილისი.
http://seageorgia.ge/uploads/files/csi_research_1_5f74522a2f813.pdf.
- სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი (CSI). 2022. "სოციალური მეწარმეობის განმახორციელებელი სუბიექტებისთვის."
<https://civilin.org/activities/consultation/entrepreneurship/?fbclid=IwAR2C8--jsI75N3qbzPBHjK1uaQwV6z2i0mijn8LVEiuVTARpk2-XqfANuIA>.
- საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი (CSRDG). 2015. *საქართველოს კანონი სოციალური მეწარმეობისა და მისი მხარდაჭერის შესახებ*. საქართველოს კანონის პროექტი, საქართველოს პარლამენტი, 1-4.
<https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/132460>.
- სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (საქართველო). 2022. <https://www.seageorgia.ge/>.
2022. *სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამა*. <https://www.seageorgia.org/>.
- უნივერსიტეტი, ილიას სახელმწიფო. 2019. *სოციალური მეწარმეობის პრაქტიკული კურსის შესახებ*. <https://iliauni.edu.ge/ge/iliauni/AcademicDepartments/bte/siaxeebi-273/socialurimewarmeobis-praktikuli-kursis-shesaxeb.page>.



თბილისი 0177, ჯებაშვილის | გასასვლელი N.5
(ყოფილი დელისის | შესახვევი, 5ა)

office@csrdg.ge | www.csrdg.ge | www.segeorgia.org