

Social

ԵՄԵՆԱԿԱՆ

Entrepreneurship

and Youth Policy

ԳՐԱԿԱՆԱԿՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ ԵՄԵՆԱԿԱՆ ԵՎ ԵՐԱՅԻՄԱՆ ԳՐԱԿԱՆԱԿՆԵՐԻ ԿՈՄԻՏԵ



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Think Young
We lobby for young people



Youth Social Rights Network



—

INTERNATIONAL
CONFERENCE

“Social Entrepreneurship and Youth Policy”

September 27-28, 2019
Tbilisi, Georgia

PROCEEDINGS

საერთაშორისო
კონფერენცია

“სოციალური მენარეოგა და ახალგაზრდული პოლიტიკა”

27-28 სექტემბერი, 2019
თბილისი, საქართველო

მოსხენებების კრებული

TBILISI
2019
თბილისი

PUBLISHED BY:

The conference was organized by Georgian Heritage Crafts Association in the framework of EU Erasmus + funded Project “Social Entrepreneurship for Disadvantaged Youth Social Integration” which was being coordinated by Youth Agency (Georgia)

Project Leading Partner: Youth Agency (Georgia)

Project Partners: Think Young (Belgium), Youth Social Rights Network (YSRN), Georgian Heritage Crafts Association (Georgia), AEGEE-Yerevan (Armenia), Go On! (Ukraine),

PROJECT WAS COORDINATED BY:

Paata Gurgenidze, Youth Agency (Georgia)

CATALOGUE COORDINATION:

Paata Gurgenidze, Youth Agency (Georgia)
Irina Mania, Georgian Heritage Crafts Association

EDITOR AND TRANSLATOR:

Gvantsa Shengelia

DESIGN:

Gega Paksashvili

Publishing House: LTD BARSА GROUP



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



This project has been funded with the support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ISBN 978-9941-8-2208-7

კატალოგი გამოსცა:

საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციამ ახალგაზრდობის სააგენტოს (საქართველო) კოორდინაციით განხორციელებული პროექტის ფარგლებში – “სოციალური მეწარმეობა მოწყვლადი ახალგაზრდების სოცილური ინტეგრაციისათვის“ – რომელიც შედგა ევროკავშირის ერაზმუს + პროგრამის ფინანსური მხარდაჭერით.

პროექტის წამყვანი პარტნიორი: ახალგაზრდობის სააგენტო (საქართველო)

პროექტის პარტნიორები: Think Young (ბელგია), Youth Social Rights Network (დანია), Georgian Heritage Crafts Association (საქართველო), AEGEE-Yerevan (სომხეთი), Go On! (უკრაინა),

პროექტს კოორდინაციას უწევდა:

პაატა გურგენიძე, ახალგაზრდობის სააგენტო, საქართველო

კატალოგზე მუშაობდნენ:

პაატა გურგენიძე, ახალგაზრდობის სააგენტო, საქართველო
ირინა მანია, საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია

რედაქტორი და მთარგმნელი:

გვანცა შენგელია

დიზაინი:

გეგა პაქსაშვილი

გამოცემა: LTD BARSА GROUP



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



პროექტი დაფინანსებულია ევროკავშირის მხარდაჭერით. პუბლიკაციის შინაარსზე პასუხისმგებელი არიან პროექტის პარტნიორები და არ ნიშნავს, რომ იგი ასახავს ევროკავშირის შეხედულებებს.

CONTENT

6

PREFACE

10

YOUTH POLICY IN GEORGIA: AN OVERVIEW AND EVALUATION

Rati Cheishvili, Youth Policy Specialist, Regional Association of Youth Initiatives - AIRA

52

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN GEORGIA AND ITS IMPORTANCE

FOR YOUTH SOCIAL INTEGRATION. Giga Chitishvili, Youth Social Entrepreneurship Programme Coordinator. Center for the Strategic Research and Development of Georgia

82

YOUTH POLICY IN UKRAINE AND THE ROLE OF SOCIAL

ENTREPRENEURSHIP. Tetiana Gorokhova, PhD, Associate Professor, Marketing and Business-Administration Department SHEE "Priazovskyi State Technical University"

102

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND YOUTH POLICY IN THE REPUBLIC

OF ARMENIA. Davit Manukyan, President - European Youth Parliament Armenia, Social Entrepreneurship Projects Coordinator - OxYGen Foundation

118

SOCIAL INNOVATION, MOVING BEYOND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Nadia Millington, PhD, Department of Management, London School of Economics and Political Sciences

7

წინასიტყვაობა

29

ახალგაზრდული პოლიტიკა საქართველოში: მიმოხილვა

და შეფასება. რატი ჭეიშვილი, ახალგაზრდული პოლიტიკის სპეციალისტი, ახალგაზრდული ინიციატივების რეგიონალური ასოციაცია – აირა

66

სოციალური მენარმეობა საქართველოში და მისი

მნიშვნელობა ახალგაზრდების სოციალური

ინტეგრაციისთვის. გიგა ჩიტიშვილი, ახალგაზრდული სოციალური მეწარმეობის პროგრამების ხელმძღვანელი

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი

91

ახალგაზრდული პოლიტიკა უკრაინაში და სოციალური მენარმეობის როლი მის განვითარებაში.

ტეტიანა გოროხოვა, მეცნიერებათა დოქტორი, მარკეტინგისა და ბიზნეს ადმინისტრირების დეპარტამენტის ასოცირებული პროფესორი, პრიაზოვის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტი

109

სოციალური მენარმეობა და ახალგაზრდული პოლიტიკა სომხეთის რესპუბლიკაში.

დავით მანუკიანი, პრეზიდენტი, ევროპის ახალგაზრდული პარლამენტი-სომხეთი, სოციალური მეწარმეობის პროგრამის კოორდინატორი, OxyGen Foundation

132

სოციალური ინოვაცია, სოციალური მენარმეობის

შილმა. ნადია მილინგტონი, მეცნიერებათა დოქტორი, მენეჯმენტის დეპარტამენტი, ლონდონის ეკონომიკის და პოლიტიკური მეცნიერებათა სკოლა

PREFACE

The proceedings of the International Conference “Social Entrepreneurship and Youth Policy” presents the studies of various professionals working in the field of social entrepreneurship and youth policies in EU and project participant Eastern Partnership countries.

The International Conference is the part of the Erasmus+ funded project “Social Entrepreneurship for Disadvantaged Youth Social Integration”, which was being implemented in Georgia, Armenia, Ukraine, and Belgium. Overall objective of the project was to contribute to youth unemployment reduction through the sustainable development of work integration social enterprises (WISE) sector in Georgia and in other Eastern Partnership countries. For this to achieve the project purpose was to build/develop/ improve capacities of targeted youth organizations’ social enterprises so that they become able to improve their social objectives attainment, be a part of the school to work transition system, and share/exchange experience to other similar organizations in Georgia and the partner countries of the project.

Youth entrepreneurship is an important impetus for stimulating economic development through job creation, innovation and competitiveness in many countries; however its potential has yet to be fully leveraged. In some countries, this concept has existed for nearly half a century while in others it has only just recently become a part of the public discourse.

The Conference aimed to discuss WISE good practices and supportive public policies as well as the projects results. The conference participants have discussed work integration social enterprises (focusing on disadvantaged youth social integration through work) good practices, supportive public policies as well as other related topics.

The conference topics concerned, but were not limited to such issues as:

- What is the role of social economy, social enterprises, and social entrepreneurship to increase youth employment opportunities and to generate social development?
- What are the national youth policies and advocacy strategies for developing social entrepreneurship oriented on youth social integration through work?
- How to support the development of structures and mechanisms to increase the entrepreneurial competencies and transversal skills of young people, particularly of disadvantaged groups?
- What are networking opportunities and experience sharing in social entrepreneurship and youth related issues?

Paata Gurgenidze
Conference Coordinator

წინასწარმომადგომლობა

საერთაშორისო კონფერენციის “სოციალური მეწარმეობა და ახალგაზრდული პოლიტიკა” მასალები წარმოგიდგინებთ სოციალური მეწარმეობისა და ახალგაზრდული პოლიტიკის სფეროში მომუშავე სხვადასხვა პროფესიონალთა კვლევების შედეგებს ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში.

საერთაშორისო კონფერენცია განხორციელდა ერასმუს+ -ის მიერ დაფინანსებული პროექტის “სოციალური მეწარმეობა მოწყვლადი ახალგაზრდების სოციალური ინტეგრაციისთვის” ფარგლებში 5 პარტნიორ ორგანიზაციასთან ერთად საქართველოში, სომხეთში, უკრაინასა და ბელგიაში. პროექტის საბოლოო მიზანი იყო წვლილი შეეტანა ახალგაზრდობის უმუშევრობის დაძლევაში შრომით ინტეგრაციის სოციალური საწარმოების სექტორის მდგრადი განვითარების მხარდაჭერით საქართველოსა და ევროპის „აღმოსავლეთ პარტნიორობის“ სხვა ქვეყნებში. ამისათვის პროექტი უშუალო მიზნად ისახავდა სამიზნე ახალგაზრდული ორგანიზაციების სოციალური საწარმოების უნარების განვითარებას, რათა მათ გაეუმჯობესებინათ საკუთარი სოციალური მიზნების მიღწევა, გამხდარიყვნენ სკოლიდან სამუშაოზე გადასვლის პროცესის ნაწილი, და გაეცვალათ გამოცდილება მსგავს ორგანიზაციებთან საქართველოსა და პროექტის პარტნიორ სხვა ქვეყნებში.

ახალგაზრდული მეწარმეობა არაერთ ქვეყანაში ეკონომიკის განვითარების სტიმულირების, სამუშაო ადგილების შექმნის, ინოვაციისა და გარიყული/მოწყვლადი ახალგაზრდობის სოციალური ინტეგრაციის მნიშვნელოვან იმპულსს წარმოადგენს. მიუხედავად ამისა, მისი პოტენციალი ჯერ კიდევ არ არის სთანადლოთ ათვისებული. ზოგიერთ ქვეყანაში, ეს ტერმინი თითქმის ნახევარი საუკუნის განმავლობაში არსებობს, ზოგიერთში კი მხოლოდ ახლახან გახდა საზოგადოებრივი დისკურსის ნაწილი.

კონფერენცია შრომითი ინტეგრაციის სოციალური საწარმოების საუკეთესო გამოცდილების გაზიარებას, მხარდამჭერი სახელმწიფო პოლიტიკის განხილვასა და პროექტის შედეგების შეჯამებას ისახავდა მიზნად. კონფერენციის მონაწილეებმა განიხილეს შრომითი ინტეგრაციის სოციალური საწარმოები, წარმატებული მაგალითები, მხარდამჭერი საჯარო პოლიტიკა და სხვა შესაბამისი თემები.

კონფერენცია მოიცავს შემდეგ საკითხებს:

- სოციალური ეკონომიკის, სოციალური საწარმოების და მეწარმეობის როლი ახალგაზრდებისათვის დასაქმების შესაძლებლობების ზრდაში;
- სახელმწიფო პოლიტიკა და ადვოკატირების სტრატეგია სოციალური მეწარმეობის განვითარებისათვის;
- სტრუქტურების და მექანიზმების მხარდაჭერა ახალგაზრდების სამეწარმეო კომპეტენციების და ტრანსვერსული უნარების გაუმჯობესებისათვის;
- სოციალურ მეწარმეობასა და ახალგაზრდული საკითხებში ქსელური და გამოცდილების გაზიარების შესაძლებლობები;

პაატა გურგენიძე

კონფერენციის კოორდინატორი

INTERNATIONAL
CONFERENCE

“Social Entrepreneurship and Youth Policy”

September 27-28, 2019
Tbilisi, Georgia

PROCEEDINGS





მოსენებების
კრებული

საერთაშორისო
კონფერენცია

“სოციალური მენარეოვა და ახალგაზრდული პოლიტიკა”

27-28 სექტემბერი, 2019
თბილისი, საქართველო

Rati CheishviliYouth Policy Specialist,
Regional Association of Youth Initiatives- AIRA

YOUTH POLICY IN GEORGIA: AN OVERVIEW AND EVALUATION

PREFACE

The purpose of this article is to review and evaluate the current state of youth policy in Georgia. Youth policy can be defined as a combination of government commitments and actions at a national and local levels that serve the welfare and development of young people. A policy must respond to the challenges and problems that young people face, and create opportunities for the youths.

The present paper, “Youth Policy in Georgia: Overview and Evaluation”, is based on the Youth Wiki (a European online encyclopedia of youth policies) indicators on Youth Policy management, the Council of Europe’s European Steering Committee for Youth (CDEJ) document titled “Self-Assessment Tool for Youth Policy”, and the European Youth Forum manual “A Toolkit on Quality Standards for Youth Policy.”

YOUTH POLICY TARGET GROUP

According to the Georgian State Youth Policy Document, the age of youth is defined as 14 to 29 years. The policies and actions executed by the state cover precisely this segment of the population. Still, the State Policy Document stipulates that in order to implement its goals and objectives efficiently, and to ensure the comprehensive development of young people, youth policy resources, services and programs should also focus on children from school age up.

The State Youth Policy Document also provides for groups of young people with special needs:

1. Young people with disabilities;
2. Young people who do not attend school;
3. Underage pregnant women / parents;

4. Young people living and / or working on the street;
5. Young people deprived of parental care;
6. Young people who have entered and/or transitioned out of the state care;
7. Young people with severe and incurable diseases;
8. Youth victims of trafficking;
9. Young abusers of psychotropic and narcotic drugs;
10. Young people who consume excessive amounts of tobacco and alcohol;
11. Young people in conflict with the law;
12. Former convicts;
13. Young victims of violence;
14. Young people from IDP families;
15. Young people residing in the occupied territories of Georgia – in accordance with the “State Strategy of Georgia on Occupied Territories: Engagement through Cooperation and Action Plan for Engagement Strategy”;
16. Young people living in urban areas adjacent to the occupied territories;
 Young people living in mountainous regions;
17. Children of veterans of war heroes and disabled veterans.

The National Statistics Office of Georgia (GeoStat), a state institution created for the explicit purpose of compiling and disseminating statistical information, does not group population in accordance with the Youth Policy Document; GeoStat data provides distribution across the age groups 10-14, 15-19, 20-24 and 25-29. As a result, information available in regard to young people is often far from perfect.

As per 2019 data provided by GeoStat, there are 688,792 youths aged 15-29 living in Georgia, comprising 18.5% of the total population. Out of that number, 51.9% (357,510 people) are male, and 48.1% (331,282 people) – female. According to the World Health Organization, the quantitative sex ratio at birth naturally comprises 105-106 male newborns per 100 female ones. By the age 15-29, this ratio increases in the favor of males, and stands at 108 men for every 100 women. The main cause of this trend is the gender-based sex selection, a widespread practice in Georgia, as the majority of the population shows bias towards having a male progeny.

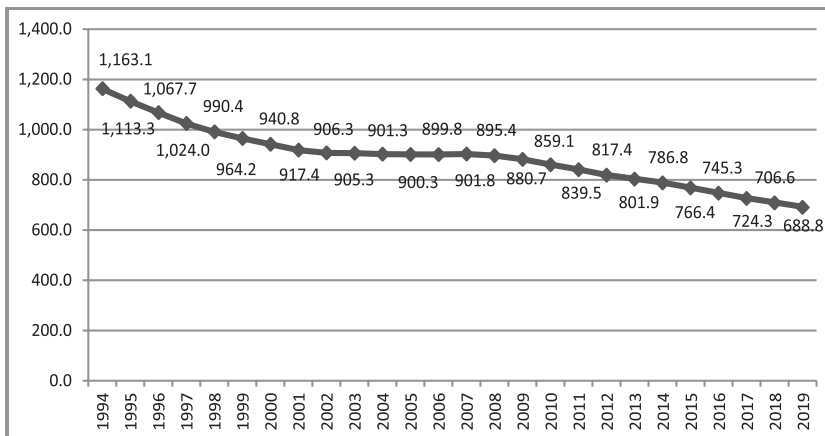
Table 1. Youths aged 15-29 as of January 1, 2019; distribution by age and gender, thousands

Age	2019		
	Both Genders	Male	Female
15-19	205.8	109.1	96.6
20-24	220.6	115.7	104.9
25-29	262.5	132.7	129.8
Total	688.8	357.5	331.3

Source: GeoStat

The number of young people has been steadily declining throughout the last decades; since 2014, it has decreased by 98,011 (12.5%). The current age distribution of the population and the decline in the number of young people are largely the result of a migration.

Table 2. Age group 15-29 as of January 1, 2019; thousands



Source: GeoStat

LEGISLATIVE FRAMEWORK AND NATIONAL STRATEGY

The Law on State Support for Children and Youth Unions (the other legislative acts serve to regulate youth-related matters only in the context of tangential areas) has been in force since 1999. Its main goal is to provide financial support to projects developed by the Children and Youth Unions; based on it, funding has been provided to various youth projects since 2000.

The Youth Policy Document was first signed into effect in 2001 by the President of Georgia, via an ordinance on “Adopting the Concept of State Youth Support,” but has never materialized in practice. In 2012, the Government of Georgia approved the Georgian State Youth Policy Document, and on April 2, 2014 – its amended and revised version, which is in force as of today. It is a conceptual document that should form the basis for government action on youth-related issues.

The vision developed by the Government of Georgia recognizes the special importance of youth for the democratic and socio-economic development of the country; it aims to support creation of an environment conducive to the comprehensive development of young people, where youths would be able to realize their full potential and actively engage in all areas of social life.

To achieve this, the Youth Policy ensures:

1. Opportunity for young people to be actively involved in social, economic, cultural and political life;
2. Opportunity for young people to receive proper high quality education, gainful employment and professional growth;
3. Promotion of a healthy lifestyle and improved access to medical services and their quality, in a youth-friendly environment;
4. Raising youth awareness of civil rights and obligations, creating a safe environment for young people, protecting their rights and supporting young people with special needs.

The policy document covers 4 strategic directions and corresponding scopes:

- Participation:
 - a. Civil rights and obligations;
 - b. Youth activities;
 - c. Decision-making abilities and skills;

- d. Youth initiatives;
- e. Volunteering;
- f. Culture, creative activities and recreation;
- g. Environmental protection.
- Education, Employment and Mobility:
 - a. Transitioning from educational institutions to workplace;
 - b. Equal opportunities for success in education;
 - c. Economic opportunities and living conditions For young people living in rural areas;
 - d. Mobility.
- Health:
 - a. Healthy lifestyle;
 - b. Sexual and reproductive health and rights;
 - c. Mental health;
 - d. Prevention of abuse of psychotropic substances.
- Social support and protection:
 - a. Welfare;
 - b. Crime prevention, resocialization and reintegration;
 - c. Violence, inhuman, degrading and demeaning treatment.

Strategic directions aim to achieve specific goals; consequently, the “State Youth Policy Development Action Plan of Georgia (2015-2020)” has been deliberated upon and approved. It comprises of more than 200 itemized and time-specific programs, projects and tasks that were to be achieved by various governmental agencies that were, in turn, expected to ensure the implementation of youth policy, its systematic and sustainable development and the problems and challenges that young people face.

However, young people still face many challenges and problems in all areas, including employment, education, engagement, health and healthy lifestyles, volunteering, crime prevention, etc. This is confirmed by numerous studies, among them, “Global Youth Development Index and Report 2016”, where Georgia ranks 104th in the world (among 183 countries).

In most cases, the conditions for the young people are much worse than those of the other population groups. The following dataset is incomplete but illustrates the alarming situation in which Georgian youths find themselves in:

- Youth unemployment rate is 24.6% (2018);
- 32.4% are not in education, employment or training (NEET youth) (2014);
- 9.4% dropped out of an educational institution prematurely (2013);
- Alcohol consumption rate is 63.4% (2015);
- 49.3% do not know of the ways to prevent HIV (2015);
- In 2016, 1,985 domestic violence cases were reported (investigations opened under Articles 11¹ and 126¹);
- Only 10.9% participated in the decision-making process concerning themselves (2013);
- In 2016, the number of administrative violations by young people was 125,165;
- 21% of young people express a strong desire to migrate (2016);
- 24% and 31% of youth, respectively (2016), experienced discrimination due to educational level and economic status;
- Financial support received from parents is the main source of income for 62% of Georgian youth (2016).

There are many factors that contributed to the fact that for many years, systematic and effective reform efforts have failed to fundamentally improve the situation of the young people. One of the main reasons was the non-implementation of the Youth Policy.

YOUTH POLICY IMPLEMENTATION

The State Youth Policy was developed on the basis of a partnership between the Ministry of Sport and Youth Affairs and UN agencies, which subsequently expanded to include other ministries, youth organizations, local authorities, international organizations and researchers. To ensure wider involvement of young people in Youth Policy Document, fifty-seven meetings were held with the participation of youths across the regions of Georgia. A special website - www.youth.gov.ge – was created, where all the up-to-date information on Youth Policy Document was published, and those interested in participation and debates, could visit the website at any time, receive useful information and submit their opinions. In addition, several national conferences and workshops with the participation of various stakeholders and the Forum of Georgian Youth Organizations were held to discuss the draft policy document. The process also included

the analysis of international best practices in the field, and research work. Finally, the State Youth Policy Document, adopted in 2012 and later revised in 2014, was developed in collaboration with youths and other stakeholders, reflecting the needs, challenges, interests and priorities that young people wanted to address.

In terms of context, Youth Policy covers two areas: integrated (multi-sectoral) youth policy and youth activities:

- Integrated youth policy means that the needs and interests of young people are taken into account in all areas of public policy that are important to them: education, employment, health care, engagement, etc.
- Youth activities is a specific field and entails an educational activity with young people and for young people, which goes beyond formal education, family and work contexts, is based on non-formal education and promotes the development and well-being of young people, their active participation and integration in the society.

The Action Plan, too – which should have been a key tool for achieving the goals and objectives set out in youth policy – includes programs in both of the above areas. However, their implementation is doubtful, as is an expectation of any large-scale results, since even the process of developing the Action Plan itself has had significant shortcomings:

- The results-oriented approach has not been used in the planning process. The Action Plan outlines, for each strategic direction, all the expected outcomes that should be expected upon the implementation of the plan, however, without quantifiable indicators to assess whether the result has, indeed, been achieved. In other words, there's been no defined scale of changes to be implemented in order for them to be considered a mission accomplished. Consequently, the plan was not aimed at initiating an effective change in the overall well-being of young people, ensuring sustainable and systemic change, and addressing the myriad of the long-term problems that youths face;
- For the reason above, it is difficult to determine to what extent the Action Plan programs aligned with the strategic directions are linked to the expected long-term results, and to what extent they contribute to the achievement of the policy goals and objectives;

- In the planning process, government agencies have largely copy-pasted the programs and projects that have been either already implemented, or being slated for it, regardless and independently of the policy document. For the most part, no new programs and initiatives have been developed to reflect the policy goals and objectives;
- Majority of the programs do not have quantifiable indicators. Most of them provide a description of an indicator, of what should be evaluated, but not specific results to be achieved in order for the program to be considered effectively executed, and to promote long-term outcomes. Consequently, the evaluation of specific programs is also complicated;
- No specific budget has been defined for the implementation of the Action Plan.

In addition to that:

- The Action Plan included specific monitoring activities and evaluation mechanisms: an annual review of the progress of the implementation of the Action Plan, and a bi-annual correlation analysis of the goals, objectives, activities and applicable indicators of the Youth Policy and the Action Plan. Based on the above, relevant changes and amendments should've been made on an ongoing basis, so that to enhance the Action Plan. However, no monitoring and evaluation activities have been carried out except for the final assessment of the status of implementation of the Action Plan;
- The policy document and, accordingly, the Action Plan itself envisaged the development of co-operation and coordination among the state agencies, as well as other stakeholders. However, none of these measures were properly implemented, either, and failed to consolidate the efforts of various actors and engage them in policy implementation.

All in all, fifty-one of the two hundred and seven Action Plan programs have been completed, with fifty-five more currently underway. Almost half of the programs have been either suspended (14), not implemented (28), or, with no information available regarding their status (59). More importantly, it has not been possible to determine the precise extent of a valuable and positive impact that state policies have (had) on the young people.

YOUTH ACTIVITIES

As already mentioned, one of the main areas of Youth Policy is youth activities. It is a specific field and has an educational function; through informal and beyond-formal educational methods it aids in developing multidimensional competences (knowledge, skills, attitude) in young people. Youth activities create a comfortable, safe, and enjoyable environment in which young people can identify their abilities, learn from each other, and develop.

Youth activities include a variety of activities (social, cultural, sports, etc.) carried out by professional or volunteer youth workers and young leaders. They have the appropriate qualifications and competencies to work with young people with different interests and needs, or with their groups. Youth workers have a strong professional identity and a clearly defined field of work with appropriate approaches.

In order to succeed in life, young people need far more opportunities and experience than they receive in formal education. There are many different environments that influence their formation and development: family, school, workplace, peers, media, etc. With this in mind, youth activities play a special role in youth development.

Youth activities complement the formal educational context (family, work, school, etc.) and offer young people tangible benefits of informal and beyond-formal learning with a variety of opportunities and relevant targeted approaches. Education in an informal environment mostly depends on personal motivations and learning abilities of the young people. The youngster independently and voluntarily chooses the appropriate learning environment. This type of education is more conducive to the development of different competences among young people as they need to build and maintain relationships with the learning environment. Therefore, we could say that an informal education has a greater potential for developing personal and social competences than a formal one.

Competence is more than knowledge. It entails the ability to cope with complex demands by mobilizing and utilizing psychological and social resources, including skills and attitudes. Effective communication, for example, is a competence that requires a young person to know the language, have certain information technology skills, and the proper attitude towards communication counterparties.

In 2014, at the behest of the Ministry of Sport and Youth Affairs, a team of experts prepared a Framework Document on the Key Competences of Youth Activities. Its purpose was to identify the key competencies that young people need to develop as a result of their youth activities.

These are:

- Civic competence that will help the youth to act with state interests in mind, also, recognize and protect the rule of law, human rights and freedoms;
- Environmental competence that ensures that young people take necessary actions to protect and preserve the environment;
- Analytical, technological, informational and scientific competence to assist young people in obtaining and analyzing information, as well as in the effective use of technological and scientific achievements for the benefit of their personal, professional and public life;
- Entrepreneurial and initiative competence that enables young people to lead their lives independently, generate and implement ideas, analyze problems and solve them effectively both in the business and in the personal space, and help them transform their ideas into action;
- Competence in creativity and critical thinking that will help young people apply their existing experiences and achievements towards creating new material, intellectual and spiritual values;
- Competence for self-study so that young people can determine their own learning needs, plan and manage their own learning process, continuously develop their abilities and interests throughout their lives;
- Relationship competence to establish collaborative relationships with individuals and groups, both domestically and abroad;
- Competence in cultural expression and intercultural relations that will help the youth in cultural expression, positive perception, appreciation, protection and development of cultural diversity;
- Competence in health care and healthy lifestyle that will enable the young person to take care of their own physical and mental health.

Development of youth activities also faces significant challenges. Despite the fact that the “Framework Document on Key Competencies in Youth Activities” has been agreed upon with various stakeholders and has received positive reviews, it has not been formally recognized in any form or shape. This recognition would’ve provided an opportunity for the Document to serve as a guide for youth workers and organizations working in the field in planning their programs. The Document also would’ve outlined main directions of projects and programs implemented and funded by the state institutions in the field of youth activities.

Recognition of the profession of youth workers and the field in general, as provided for by the Policy Document and the Association Agreement with the European Union, remains an unresolved problem to this day. Many organizations and individuals work with young people in this area, however, due to lack of recognition, there are no training programs that would provide vocational training / retraining and, therefore, offer high-quality reputable programs and services.

DECISION-MAKING AND COORDINATION AMONG GOVERNMENTAL AGENCIES

Youth policy implies the active involvement of all governmental agencies, due to its multi-sectoral nature: the interests and needs of young people should be taken into account comprehensively, in all areas of public policy. State institutions and governmental agencies responsible for implementing youth policy within their respective areas of competency, and all strategies and programs implemented by them for the benefit of the young people should be aligned with the youth policy.

In 2012, the Ministry of Sport and Youth Affairs was created, which, in addition to fulfilling its own tasks and goals, coordinated the development of the State Youth Policy. Within its structure, there were functional units (LEPLs) working on youth issues: “Children and Youth Development Fund” ,and “Children and Youth National Center”. Subsequently, as a result of structural changes in government in 2017, the Ministry of Sport and Youth Affairs and its subordinate LEPLs merged into the Ministry of Education, Science, Culture and Sport, whereby it was tasked with youth policy development and coordination.

In order to improve coordination, in 2013 the GoG created an “Interagency Coordination Council of the State Youth Policy

Development of Georgia”, chaired by the Ministry of Sport and Youth Affairs.

The Council is composed of the representatives of every ministry at the level of First Deputy or Deputy Minister; also, a Chairman of the Parliament’s Sport and Youth Affairs Committee, a Public Defender, representatives of UNICEF and UNFPA – on terms of the consultative suffrage. Members of the Parliament of Georgia, representatives of state agencies and various organizations (including the EU Delegation to Georgia and the Council of Europe office), as well as the experts working in the field all may participate in the work of the Council, with the same consultative voting rights. The Coordination Council meets at least once a quarter.

The objectives of the Council are:

- Promoting the goals and objectives of state youth policy;
- Coordination of activities of state agencies in the field of youth;
- Amending and improving youth policy, development of an Action Plan and its periodic updates;
- Supporting the youth program continuity and monitoring its progress;
- Improving the legislative framework in the field of youth;
- Collaborating with various stakeholders;
- Identification of needs at the municipal level and promoting civic integration of young people.

The Coordination Council is partially credited with the amendments to the Youth Policy Document and drafting an Action Plan; however, it failed to perform its tasks in a comprehensive manner due to the following reasons:

- Even among government agencies and their representatives the level of awareness of the substance and importance of youth policy is low, and, therefore, so is their engagement in the matters of youth policy. Also, there hasn’t been a sufficient political will to prioritize youth policy, and this issue has not taken a significant place on the government agenda;
- The Ministry of Sport and Youth Affairs, and later, the Department of Youth Policy Management of the Ministry of Education, has failed to ensure a high level representation and

participation of decision-makers in the work of the Council, at all times. In addition, there has been a constant turnover among the Ministry representatives, which hampered the continuity of the Council's functioning;

- Under the auspices of the Council, lack of the mechanisms for the exchange of information and day-to-day cooperation, with full engagement of the ministries' structural units;
- Relevant ministries do not have adequate and/or qualified human and financial resources allocated to Youth Policy.

In recent years, the Coordination Council has no longer met, even as a formality, and completely ceased to perform its functions. Obviously, this has seriously hampered the implementation of an integrated youth policy, which, as shown above, covers all areas of public policy that carry importance for youth and embodies one of the youth policy areas where effective co-operation between the various government agencies is of crucial importance. A reform of the Council and creation of new coordination mechanisms and platforms are currently on the agenda.

COOPERATION AMONG THE STAKEHOLDERS

Many of the challenges youth face (such as crime prevention, unhealthy lifestyles, youth unemployment) cannot be overcome by the efforts of just one sector, even central government. It is imperative to put a comprehensive and inter-sectoral state youth policy in place, in order to coordinate the efforts of state agencies, youth, civil society and the private sector, as well as international, national and local actors on youth issues.

Georgian Youth Policy envisages cooperation with the following actors:

1. Sport and Youth Affairs Committee of the Parliament of Georgia;
2. Local governments;
3. Youth;
4. Youth organizations;
5. International organizations;
6. Media;
7. Scientists;
8. Other Stakeholders.

According to the Document, Georgian government was expected to develop mechanisms aimed at involving all stakeholders in decision-making, coordination and youth policy implementation. However, there has been no significant progress in this regard, either.

Involvement of international organizations in youth policy deserves a special mention. Almost every major project or reform has been implemented with their initiative and support, and they have made a great contribution to the development of the field.

The role and involvement of youth organizations is important, too. At present, the human resources and expertise in the field are mainly concentrated in this sector, and in this respect, it is reasonably strong. Although youth organizations do not have access to sufficient resources, their work is largely based on support from international and donor organizations and, therefore, both the coverage and the scope are small.

A good example of cooperation between NGOs and the public sector is the Forum of Georgian Youth Organizations. It has been taking place once or twice a year since 2007, at the behest of the youth organizations operating in Georgia. The 9th Forum was held in 2018 and had 182 organization participate in it. The purpose of the forum is to promote constructive structured dialogue between representatives of governmental and non-governmental youth organizations and to provide organizations with information on processes and challenges in the youth field. The following entities take part in the Forum: Youth NGOs operating in Georgia, governmental agencies working on youth issues, international organizations and experts working on youth policy development.

In addition, a strong umbrella organization - the National Council of Youth Organizations of Georgia (SAON), established in 1995 and uniting children's and youth NGOs in Georgia, has an important role in the development of the sector. SAON is a member of the European Youth Forum. The Council aims to promote development, coordination and co-operation between the non-governmental sector in the country and the state institutions, as well as advocacy of youth issues. The Council has been inactive for years and has failed to perform its duties, however, in recent years it has been regained strength and plays an important role in the development of youth policy.

LOCAL GOVERNMENT AND YOUTH POLICY

Local authorities have a special role in youth policy:

- As a rule, the rights and responsibilities of the state are exercised by the authority closest to the public (European Charter on Local Self-Government). Local authorities are the institutions closest to communities, including young people;
- Needs and interests of young people often vary across municipalities, so they may require different approaches and programs;
- Young people living in rural areas interact mostly with local authorities;
- Many services and obligations are under the local authorities control and supervision;
- In many cases, it is impossible for the central government to implement programs and services that would cover the youths living in the country (nearly 688.8 thousand) in their entirety.

One could posit that the youth policy is a largely local notion. Firstly, it is the local authorities that provide immediate and direct support and services to young people.

State Youth Policy of Georgia considers a dialogue with the local self-government bodies as a way of developing a permanent national / local mechanism, ensuring the involvement of local self-government bodies in the development of youth policy. However, there is no such permanent and institutionalized mechanism in place, and the participation of local authorities in youth policy is low.

Although municipalities have been endowed with many powers and opportunities in terms of important youth-related areas, including youth activities, there are very few examples of successful and effective local youth policy in Georgia. The overwhelming majority of municipalities face the following problems:

- There are no local Youth Policy Documents that would address the specific needs and interests of young people in the municipality, and develop appropriate approaches and programs in order to improve conditions for the young people;
- The work of local governments in the field of youth policy does not have a clear vision, goals and ways to achieve them. It is not clear what the implemented programs would achieve and how;

- The awareness of the field is low; there is no political will to make youth issues a local priority, and to give them proper attention;
- Pertinent resources need to be appropriated for youth policy planning, implementation, monitoring and evaluation;
- Youth participation in decision-making, youth policy shaping and implementation is low;
- There is a lack of proper coordination with various actors who may have any relevance to the youth issues;
- The policies implemented do not cover all areas of importance to young people: education, employment, health, culture, sports, etc. and are usually limited to sports and cultural events;
- The policies implemented are not based on credible evidence and a qualified analysis of the young people’s conditions;
- There are no adequate and qualified resources for youth activities development and coordination of integrated youth policy, as opposed to particular, one-off activities;
- The policies implemented do not apply comprehensively to all youths, including – and especially – to young people with special needs.

The problems with the local youth policy are the same as those encountered at a national level, but the former are even more prominent and numerous, given the specifics of the local government. Through municipal non-profit entities (youth centers, student youth houses, arts and sports schools) the local authorities create diverse services for youth activities (educational, extra-curricular education, informal education) with a variety of content and scope for young people; the problems arising in this area are as follows:

- Quality and effectiveness of programs and services, as the informal education approach is not properly utilized and educational outcomes aren’t planned. Also, as the local governments are the dominant players in providing youth activities services , the competition and accessibility are low;
- Effectiveness vs efficiency: the focus is usually placed on the number of youth involved (effectiveness), as opposed to the long-term positive impact that the programs and services might produce (efficiency);
- Qualifications and professionalism of the human resources that work directly with young people in a variety of programs and

services. It is also in direct correlation to the problem of youth activities and professional recognition of the youth workers.

Generally, there are very few examples of best practice Youth Policy implementations at the local level in Georgia, and in most cases, the policy fails to address the real needs, challenges and interests of young people.

EVIDENCE-BASED YOUTH POLICY

Youth policy should be subject to implementation, evaluation and review on the basis of credible evidence and the views and experiences of young people directly affected by it. According to the Youth Policy Document, the government shall provide research on youth issues in order to assess the performance indicators and priorities of youth policy on a regular basis.

In 2015, the web portal “Youth Policy Monitor” (youth.gov.ge) was created as a result of a joint initiative and effort of the Ministry of Sport and Youth Affairs of Georgia and the United Nations Population Fund Office in Georgia. Its purpose is to gather information and research on youth and to support the implementation of evidence-based youth policy. The “Youth Policy Monitor” should have been a continually updated web portal, which would’ve helped evaluate the progress achieved in different areas, and keep abreast of ongoing processes and current developments in the youth policy. The web portal, however, has never become fully operational.

Two large-scale studies have been conducted recently:

- “National Youth Survey in Georgia: The Youth Situation and Needs Analysis” (2014) – a report prepared by the National Statistics Office of Georgia (GeoStat), with technical support of the Ministry of Sports and Youth Affairs of Georgia, Georgian National Center for Disease Control and Public Health, United Nations Children’s Fund (UNICEF) and UN Population Fund (UNFPA);
- “Generation in Transition, Youth Survey 2016” – by Friedrich-Ebert-Stiftung South Caucasus Office.

Still, one of the biggest challenges in youth policy remains the lack of evidence and information. Information on many topics is deficient, and the quality of information obtained is in dire need of improvement.

ONGOING REFORMS AND DEBATES

Presently, there are two ongoing important processes that should contribute to the development and strengthening of youth policy:

- On August 26, 2019, LEPL “Youth Agency ” was established, directly subordinated to the Government of Georgia and incorporating the Youth Policy Management Department of the Ministry of Education, Science, Culture and Sport of Georgia, the “Children and Youth Development Foundation” and the “National Center for Children and Youth”. Such an institutional arrangement is in line with Europe-wide best practices and implementations, and will help promote the youth policy’s priority standing on the government agenda. At this stage, planning of the Agency’s further activities is underway in both directions: an improvement of coordination for implementation of integrated youth policy, and development of youth activities.
- Since May 2019, the Parliament of Georgia has started working on the concept of Youth Policy. “State Youth Policy Monitoring and Development Working Group” has been formed, as a collaborative effort of the Sport and Youth Affairs Committee of the Parliament of Georgia and the UN Agencies, with various stakeholders, including the non-governmental sector, actively involved in its works. The working group should review the current version of the Youth Policy Document, and prepare a draft concept defining the main directions of the State Policy regarding youth for the Parliament of Georgia.

BIBLIOGRAPHY:

“Youth Policy Governance”, The Youth Wiki - Europe’s online encyclopaedia in the area of national youth policies.

“Self-assessment Tool for Youth Policy”, European Steering Committee for Youth (CDEJ) of the Council of Europe (2018).

“A Toolkit on Quality Standards for Youth Policy”, European Youth Forum (2017).

საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 2 აპრილის N553 განკარგულება „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის“ დამტკიცების შესახებ, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

„ახალგაზრდები საქართველოში, 2014 წლის მოსახლეობის საყოველთაო აღწერის შედეგებზე დაფუძნებული მიმოხილვა“, ფრენკ ილენსი (2017), გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) საქართველოს ოფისი და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (საქსტატი).

კანონი „ბავშვთა და ახალგაზრდული კავშირების სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

საქართველოს მთავრობის 2015 წლის 5 მარტის N349 განკარგულება „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების სამოქმედო გეგმის (2015–2020 წწ.)“ დამტკიცების შესახებ, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

“Global Youth Development Index and Report 2016”, The Commonwealth, 2016

საქართველოს მთავრობის 2013 წლის 17 მაისის N112 დადგენილება „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების საკოორდინაციო საბჭოს შექმნისა და მისი დებულების დამტკიცების შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

„ახალგაზრდების ეროვნული კვლევა საქართველოში, საქართველოში ახალგაზრდების მდგომარეობისა და საჭიროებების ანალიზი“ (2014), ანგარიში მომზადებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატის) მიერ საქართველოს სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს, საქართველოს დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრის, გაეროს ბავშვთა ფონდისა (UNICEF) და გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) ტექნიკური მხარდაჭერით.

„თაობა გარდამავალ პერიოდში, ახალგაზრდობის კვლევა 2016 - საქართველო“, ფრიდრიხ ებერტის ფონდი.

„საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის სამოქმედო გეგმის განხორციელების სტატუსის შეფასება“, ნინა გოგოლაძე (2019), მომზადებულია საქართველოს პარლამენტის სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა კომიტეტის ინიციატივითა და გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) მხარდაჭერით.

„ადგილობრივი ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების სახელმძღვანელო“, ნინა გოგოლაძე, რატი ჭეიშვილი (2019).

რადი ჟიჟვილი

ახალგაზრდული პოლიტიკის სპეციალისტი,
ახალგაზრდული ინიციატივების რეგიონალური ასოციაცია „აირა“

ახალგაზრდული პოლიტიკა საქართველოში: მიმოხილვა და შეფასება

შესავალი

წინამდებარე სტატიის მიზანია ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების კუთხით საქართველოში არსებული მდგომარეობის მიმოხილვა და შეფასება. ახალგაზრდული პოლიტიკა შეიძლება განვმარტოთ, როგორც ხელისუფლების ვალდებულებებისა და ქმედებების ერთობლიობა ეროვნულ და ადგილობრივ დონეზე, რომლებიც ახალგაზრდების კეთილდღეობასა და განვითარებას ემსახურება. პოლიტიკა უნდა პასუხობდეს გამოწვევებსა და პრობლემებს, რომელთა წინაშეც ახალგაზრდები დგანან და ქმნიდეს მათთვის სხვადასხვა შესაძლებლობებს.

ახალგაზრდული პოლიტიკის მიმოხილვა და შეფასება ეფუძნება ახალგაზრდული პოლიტიკის ევროპული ონლაინ ენციკლოპედიის (Youth Wiki) ინდიკატორებს ახალგაზრდული პოლიტიკის მართვის შესახებ, ევროპის საბჭოს ახალგაზრდობის ევროპული კომიტეტის (CDEJ) დოკუმენტს - „თვითშეფასების ინსტრუმენტი ახალგაზრდული პოლიტიკისთვის“ და ევროპის ახალგაზრდული ფორუმის სახელმძღვანელოს - „ახალგაზრდული პოლიტიკის ხარისხის სტანდარტი“.

ახალგაზრდული პოლიტიკის სამიზნე ჯგუფი

საქართველოს „სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტით“ ახალგაზრდობის ასაკი განსაზღვრულია 14-29 წლით. სწორედ მოსახლეობის ამ სეგმენტს მოიცავს ხელისუფლების მიერ ახალგაზრდობასთან დაკავშირებით განხორციელებული პოლიტიკა და ქმედებები. თუმცა სახელმწიფო პოლიტიკის დოკუმენტი ითვალისწინებს, რომ მისი მიზნებისა და ამოცანების ეფექტური განხორციელებისა და ახალგაზრდების სრულფასოვანი განვითარების უზრუნველსაყოფად,

ახალგაზრდული პოლიტიკით გათვალისწინებული რესურსები, მომსახურებები და პროგრამები ფოკუსირებული უნდა იყოს ბავშვებზე სასკოლო ასაკიდან.

„სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტი“ ასევე ითვალისწინებს სპეციალური საჭიროების მქონე ახალგაზრდების ჯგუფებს:

1. შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ახალგაზრდები;
2. ახალგაზრდები, რომლებიც არ დადიან სკოლაში;
3. არასრულწლოვანი ორსულები/მშობლები;
4. ქუჩაში მცხოვრები და/ან ქუჩაში მომუშავე ახალგაზრდები;
5. მშობელთა მზრუნველობას მოკლებული ახალგაზრდები;
6. სახელმწიფო ბრუნვაში მყოფი და სახელმწიფო ბრუნვიდან გამოსული ახალგაზრდები;
7. მძიმე და განუკურნებელი დაავადებების მქონე ახალგაზრდები;
8. ტრეფიკინგის მსხვერპლი ახალგაზრდები;
9. ფსიქოტროპული და ნარკოტიკული ნივთიერებების უკანონოდ მომხმარებელი ახალგაზრდები;
10. თამბაქოსა და ალკოჰოლის ჭარბი რაოდენობით მომხმარებელი ახალგაზრდები;
11. კანონთან კონფლიქტში მყოფი ახალგაზრდები;
12. ყოფილი მსჯავრდებულები;
13. ძალადობის მსხვერპლი ახალგაზრდები;
14. ახალგაზრდები იძულებით გადაადგილებულ პირთა ოჯახებიდან;
15. საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიებზე მცხოვრები ახალგაზრდები – საქართველოს სახელმწიფო სტრატეგიის „ჩართულობა თანამშრომლობის გზით და ჩართულობის სტრატეგიის სამოქმედო გეგმის შესაბამისად“;
16. ოკუპირებული ტერიტორიების მიმდებარე დასახლებულ პუნქტებში მცხოვრები ახალგაზრდები;
17. მაღალმთიან რეგიონებში მცხოვრები ახალგაზრდები;
18. ომში დაღუპულთა და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ვეტერანთა შვილები.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ (საქსტატი), რომელიც წარმოადგენს სტატისტიკის წარმოებისა და სტატისტიკური ინფორმაციის გავრცელების მიზნით შექმნილ სახელმწიფო ინსტიტუტს, არ ხდება მოსახლეობის ასაკობრივი დაყოფა ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის შესაბამისად; საქსტატის მონაცემები მოიცავს 10-14, 15-19, 20-24 და 25-29 წლების ასაკობრივ ჯგუფებს. გამომდინარე აქედან, ახალგაზრდების შესახებ ხელმისაწვდომი ინფორმაცია ხშირად არასრულყოფილია.

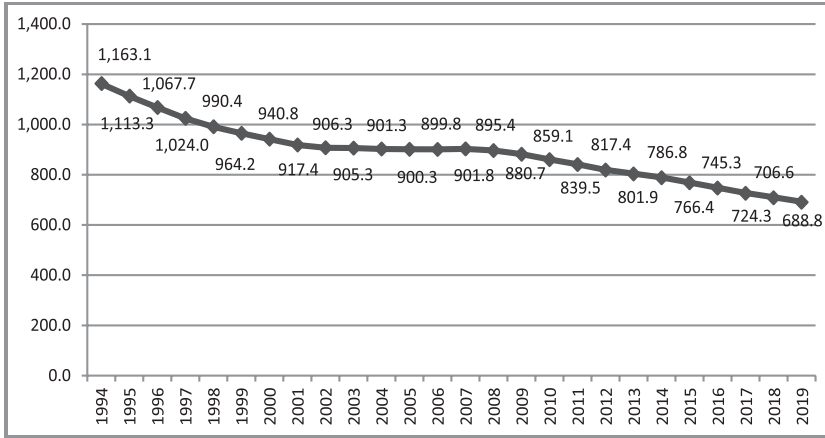
საქსტატის 2019 წლის მონაცემებით საქართველოში 688,792 ათასი 15-29 წლის ახალგაზრდა ცხოვრობს, რაც მოსახლეობის 18.5%-ს შეადგენს. აქედან 51.9% (357,510 ათასი) მამაკაცია, ხოლო 48.1% (331,282 ათასი) - ქალი. ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციის მიხედვით, დაბადებისას სქესთა რაოდენობრივი თანაფარდობის ბუნებრივი ნორმაა 105-106 ახალშობილი მამაკაცი ყოველ 100 მდედრობითი სქესის ახალშობილზე. 15-29 წლის ასაკობრივ ჯგუფში ეს თანაფარდობა მამაკაცთა სიჭარბით ხასიათდება და შეადგენს 108 მამაკაცს ყოველ 100 ქალზე. ამგვარი ტენდენციის მთავარი გამომწვევი ფაქტორია გენდერული ნიშნით სქესის შერჩევის პრაქტიკა, რომელიც გავრცელებულია საქართველოში, რადგან მოსახლეობის უმრავლესობა ვაჟის ყოლას ამჯობინებს.

ტაბ.1. 15-29 წლის ახალგაზრდების რიცხოვნობა 2019 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით ასაკის და სქესის მიხედვით, ათასი კაცი

ასაკი	2019		
	ორივე სქესი	მამაკაცი	ქალი
15-19	205.8	109.1	96.6
20-24	220.6	115.7	104.9
25-29	262.5	132.7	129.8
სულ	688.8	357.5	331.3

წყარო: საქსტატი

უკანსკნელ ათწლეულებში ახალგაზრდების რიცხოვნობა მუდმივად კლებულობდა, ხოლო 2014 წლიდან - 98,011 ათასით (12.5%-ით) შემცირდა. მოსახლეობის დღევანდელი ასაკობრივი გადანაწილება და ახალგაზრდების რიცხოვნობის შემცირება, მეტწილად, მიგრაციის შედეგია.



ტაბ. 2 15-29 წლის რიცხოვნობა 2019 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით, ათასი კაცი

წყარო: საქსტატი

კანონმდებლობა და ეროვნული სტრატეგია

ახალგაზრდობის მიმართულებით მოქმედებს კანონი „ბავშვთა და ახალგაზრდული კავშირების სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის შესახებ“ (დანარჩენი საკანონმდებლო აქტები ახალგაზრდობასთან დაკავშირებულ საკითხებს არეგულირებს მხოლოდ სხვა სფეროების კონტექსტში), რომელიც 1999 წელს იქნა მიღებული. მისი მთავარი მიზანია ბავშვთა და ახალგაზრდული კავშირების მიერ შემუშავებული პროექტების ფინანსური მხარდაჭერის უზრუნველყოფა და მის საფუძველზე 2000 წლიდან ხდება სხვადასხვა ახალგაზრდული პროექტების დაფინანსება.

ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტი პირველად მიღებულ იქნა 2001 წელს საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულებით „ახალგაზრდობის სახელმწიფო მხარდაჭერის კონცეფციის დამტკიცების შესახებ“, თუმცა მისი პრაქტიკაში განხორციელება ვერ მოხერხდა.

2012 წელს საქართველოს მთავრობის მიერ დამტკიცდა „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტი“, ხოლო

2014 წლის 2 აპრილს – მისი შესწორებული და გადამუშავებული რედაქცია, რომელიც დღემდე მოქმედებს ის წარმოადგენს კონცეპტუალურ დოკუმენტს, რომელიც საფუძვლად უნდა დაედოს მთავრობის მიერ ახალგაზრდობასთან დაკავშირებით განხორციელებულ ქმედებებს.

საქართველოს ხელისუფლების მიერ შემუშავებული ხედვა აღიარებს ახალგაზრდების განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ქვეყნის დემოკრატიული და სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისთვის და მისი მიზანია, ხელი შეუწყოს ახალგაზრდების სრულფასოვანი განვითარებისათვის შესაბამისი გარემოს შექმნას, სადაც ახალგაზრდები შეძლებენ საკუთარი პოტენციალის სრულად რეალიზებას და საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში აქტიურად ჩართვას.

ამ მიზნის მისაღწევად ახალგაზრდული პოლიტიკა უზრუნველყოფს:

1. საზოგადოებრივ, ეკონომიკურ, კულტურულ და პოლიტიკურ ცხოვრებაში ახალგაზრდების აქტიური ჩართვის შესაძლებლობას;
2. ახალგაზრდებისათვის შესაბამისი და მაღალხარისხიანი განათლების მიღების, დასაქმებისა და პროფესიული ზრდის შესაძლებლობას;
3. ცხოვრების ჯანსაღი წესის დანერგვასა და სამედიცინო სერვისების ხელმისაწვდომობისა და ხარისხის გაუმჯობესებას ახალგაზრდებისადმი კეთილგანწყობილ გარემოში;
4. სამოქალაქო უფლებებისა და ვალდებულებების შესახებ ახალგაზრდების ცოდნის ამაღლებას, ახალგაზრდებისათვის უსაფრთხო გარემოს შექმნას, მათი უფლებების დაცვას და სპეციალური საჭიროების მქონე ახალგაზრდების მხარდაჭერას.

პოლიტიკის დოკუმენტი ფარავს 4 სტრატეგიულ მიმართულებას და შესაბამის სფეროებს:

1. მონაწილეობა:
 - a. სამოქალაქო უფლებები და ვალდებულებები;
 - b. ახალგაზრდული საქმიანობა;
 - c. გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობები და უნარ-ჩვევები;
 - d. ახალგაზრდული ინიციატივები;
 - e. მოხალისეობა;
 - f. კულტურა, შემოქმედებითი საქმიანობა და დასვენება;
 - g. გარემოს დაცვა.

2. განათლება, დასაქმება და მობილობა:
 - a. საგანმანათლებლო დაწესებულებიდან სამსახურზე გადასვლის სისტემა;
 - b. განათლების სფეროში წარმატების მიღწევის თანაბარი შესაძლებლობები;
 - c. ეკონომიკური შესაძლებლობები და ცხოვრების პირობები რეგიონებში
 - d. მცხოვრები ახალგაზრდებისათვის;
 - e. მობილობა.
3. ჯანმრთელობა:
 - a. ცხოვრების ჯანსაღი წესი;
 - b. სქესობრივი და რეპროდუქციული ჯანმრთელობა და უფლებები;
 - c. ფსიქიკური ჯანმრთელობა;
 - d. ფსიქოაქტიური ნივთიერებების ავადმომხარების პრევენცია.
4. სპეციალური მხარდაჭერა და დაცვა:
 - a. სოციალური დახმარება;
 - b. დანაშაულის პრევენცია, რესოციალიზაცია და რეინტეგრაცია;
 - c. უფლებები, ძალადობა და არაადამიანური, დამამცირებელი და ღირსების შემლახავი მოპყრობა.

სტრატეგიული მიმართულებებით გათვალისწინებულია კონკრეტული ამოცანების მიღწევა, მათ შესაბამისად კი შემუშავდა და დამტკიცდა „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების სამოქმედო გეგმა (2015-2020)“. ის მოიცავს 200-ზე მეტ კონკრეტულ და დროში გაწერილ პროგრამას, პროექტსა და ღონისძიებას, რომლებიც სხვადასხვა სახელმწიფო უწყებებს უნდა განეხორციელებინათ და რომელთაც უნდა უზრუნველყო ახალგაზრდული პოლიტიკის შესრულება, მისი სისტემური და მდგრადი განვითარება და ახალგაზრდების წინაშე არსებული პრობლემებისა და გამოწვევების დაძლევა.

მიუხედავად ამისა, ახალგაზრდები დღემდე მრავალი პრობლემისა და გამოწვევის წინაშე დგანან ყველა სფეროში, იქნება ეს დასაქმება, განათლება, მონაწილეობა, ჯანმრთელობა და ცხოვრების ჯანსაღი წესი, მოხალისეობა, დანაშაულის პრევენცია თუ სხვა. ამას ადასტურებს არაერთი კვლევა, მათ შორის „ახალგაზრდობის გლობალური განვითარების ინდექსი და ანგარიში 2016“, სადაც საქართველო გლობალურ რეიტინგში 104-ე ადგილს იკავებს (183 ქვეყანას შორის).

უმეტეს შემთხვევაში, ახალგაზრდების მდგომარეობა გაცილებით უარესია, ვიდრე მოსახლეობის სხვა ჯგუფებისა. ქვემოთ მოყვანილი მონაცემები არასრულია, მაგრამ იმ საგანგაშო მდგომარეობას ასახავს, რომელშიც საქართველოს ახალგაზრდები არიან:

- ახალგაზრდებში უმუშევრობის დონე 24.6%-ია (2018 წელი);
- 32,4% არ სწავლობს, არ მუშაობს და არ გადის ტრენინგს (NEET ახალგაზრდები) (2014 წელი);
- 9,4%-მა ნაადრევად შეწყვიტა სწავლა (2013 წელი);
- ალკოჰოლის მავნე მოხმარების რაოდენობა 63,4%-ია (2015 წელი);
- 49,3%-მა არ იცის აივ ინფექციის პრევენციის გზები (2015 წელი);
- 2016 წელს ოჯახში ძალადობის 1985 შემთხვევა დაფიქსირდა (სსკ 11¹ და სსკ 126¹ მუხლებით გამოძიების დაწყებასთან დაკავშირებით);
- მხოლოდ 10,9%-ს მიუღია მონაწილეობა მათთან დაკავშირებული გადაწყვეტილების მიღების პროცესში (2013 წელი);
- 2016 წელს ახალგაზრდების მიერ ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა რაოდენობა იყო 125 165;
- ახალგაზრდების 21%-ს აქვს მიგრაციის ძლიერი სურვილი (2016 წელი);
- განათლების დონისა და ეკონომიკური მდგომარეობის გამო დისკრიმინაცია განუცდია ახალგაზრდების 24% და 31%-ს (2016 წელი);
- მშობლებისგან მიღებული ფინანსური მხარდაჭერა შემოსავლის ძირითად წყაროს წარმოადგენს საქართველოს ახალგაზრდების 62%-სთვის (2016 წელი).

ის ფაქტი, რომ წლების განმავლობაში ვერ მოხერხდა სისტემური და ეფექტიანი რეფორმების გატარება, რომლებიც ახალგაზრდების მდგომარეობის ძირეულ გაუმჯობესებას შეუწყობდა ხელს, მრავალი ფაქტორით არის გამოწვეული. ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი ახალგაზრდული პოლიტიკის პრაქტიკაში განხორციელება იყო.

ახალგაზრდული პოლიტიკის იმპლემენტაცია

სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკა შემუშავდა სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროსა და გაეროს სააგენტოებს შორის არსებული პარტნიორობის საფუძველზე, რომელიც შემდგომში გაფართოვდა და მოიცვა სხვა სამინისტროები, ახალგაზრდული

ორგანიზაციები, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები, საერთაშორისო ორგანიზაციები და მკვლევარები. პოლიტიკის დოკუმენტის შემუშავებაში ახალგაზრდების ფართო ჩართულობის უზრუნველყოფის მიზნით, 57 შეხვედრა ჩატარდა საქართველოს რეგიონებში ახალგაზრდის მონაწილეობით. შეიქმნა სპეციალური ვებ-გვერდი - www.youth.gov.ge, სადაც განთავსებული იყო ახალგაზრდულ პოლიტიკასთან დაკავშირებული უახლესი ინფორმაცია და განხილვასა და დისკუსიაში მონაწილეობის მსურველებს, ნებისმიერ დროს, შეეძლოთ ვებ-გვერდის სტუმრობა, სასარგებლო ინფორმაციის მიღება და საკუთარი მოსაზრებების დაფიქსირება. გარდა ამისა, პოლიტიკის დოკუმენტის პროექტის განხილვის მიზნით, გაიმართა რამდენიმე ეროვნული კონფერენცია და სამუშაო შეხვედრა სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობით და საქართველოს ახალგაზრდული ორგანიზაციების ფორუმი. პროცესი ასევე მოიცავდა სფეროში არსებული საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის ანალიზსა და კვლევით სამუშაოებს. საბოლოო ჯამში, სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტი, რომელიც 2012 წელს იქნა მიღებული და მოგვიანებით 2014 წელს შესწორებული რედაქციით დამტკიცდა, ახალგაზრდებისა და სხვა დაინტერესებული მხარეების თანამშრომლობით შეიქმნა და ის რეალურად ასახავდა იმ საჭიროებებს, გამოწვევებს, ინტერესებსა და პრიორიტეტებს, რომელთა გადაწყვეტაც ახალგაზრდებს სურდათ.

შინაარსობრივი თვალსაზრისით ახალგაზრდული პოლიტიკა ორ მიმართულებას მოიცავს: ინტეგრირებული (მულტისექტორული) ახალგაზრდული პოლიტიკა და ახალგაზრდული საქმიანობა:

- ინტეგრირებული ახალგაზრდული პოლიტიკა გულისხმობს, რომ ახალგაზრდების საჭიროებები და ინტერესები გათვალისწინებული იყოს საჯარო პოლიტიკის ყველა სფეროში, რაც მათთვის მნიშვნელოვანია: განათლება, დასაქმება, ჯანმრთელობის დაცვა, მონაწილეობა, დასაქმება და ა.შ.
- ახალგაზრდული საქმიანობა სპეციფიკური სფეროა და წარმოადგენს საგანმანათლებლო საქმიანობას ახალგაზრდებთან და ახალგაზრდებისთვის, რომელიც ხორციელდება ფორმალური განათლების, ოჯახური და სამსახურებრივი კონტექსტის მიღმა, ეფუძნება არაფორმალურ განათლებას და ხელს უწყობს ახალგაზრდების განვითარებასა და კეთილდღეობას, საზოგადოებაში მათ აქტიური მონაწილეობას და ინტეგრაციას.

სამოქმედო გეგმაც, რომელიც ახალგაზრდული პოლიტიკით განსაზღვრული მიზნებისა და ამოცანების მიღწევის მთავარი ინსტრუმენტი

უნდა ყოფილიყო, ითვალისწინებს პროგრამებს ორივე ზემოაღნიშნული მიმართულებით. თუმცა, მისი შესრულება დიდი კითხვის ნიშნის ქვეშ დგას, ისევე როგორც რაიმე მასშტაბური შედეგის მიღწევა, რადგან თვითონ სამოქმედო გეგმის შემუშავების პროცესიც კი მნიშვნელოვანი ხარვეზებით წარიმართა:

- დაგეგმვის პროცესში არ იყო გამოყენებული შედეგზე ორიენტირებული მიდგომა. სამოქმედო გეგმაში ყველა სტრატეგიული მიმართულებისთვის აღწერილია მოსალოდნელი შედეგი, რომელიც გეგმის შესრულების შემდეგ უნდა დადგეს, თუმცა გაზომვადი ინდიკატორების გარეშე, რომლითაც მოხდებოდა შეფასება, დადგა თუ არა ეს შედეგი. სხვაგვარად რომ ითქვას, არ იყო განსაზღვრული, რა მასშტაბის ცვლილებების დადგომა იგულისხმებოდა იმისთვის, რომ შედეგი მიღწეულად ჩათვალიყო. შესაბამისად, გეგმა არ იყო ორიენტირებული, რომ ეფექტიანი გავლენა მოეხდინა ახალგაზრდების საერთო მდგომარეობაზე, მდგრადი და სისტემური ცვლილებების განხორციელება უზრუნველყო და გრძელვადიან პერსპექტივაში მოეგვარებინა ის მრავალი პრობლემა, რომელთა წინაშეც ახალგაზრდები დგანან;
- ზემოაღნიშნული მიზეზის გამო, რთული დასადგენია, სამოქმედო გეგმაში სტრატეგიული მიმართულებების შესაბამისად გათვალისწინებული პროგრამები რამდენად არის კავშირში მოსალოდნელი გრძელვადიანი შედეგების მიღწევასთან და რამდენად უწყობს ხელს პოლიტიკის მიზნებისა და ამოცანების მიღწევას;
- დაგეგმვის პროცესში სახელმწიფო უწყებებმა, უმეტესწილად, გეგმაში მექანიკურად შეიტანეს ის პროგრამები და პროექტები, რომელთაც ახორციელებდნენ ან უკვე დაგეგმილი ჰქონდათ განხორციელება პოლიტიკის დოკუმენტისგან დამოუკიდებლად. როგორც წესი, არ მომხადარა ახალი პროგრამებისა და ინიციატივების შემუშავება პოლიტიკის მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისად;
- პროგრამების დიდ ნაწილს არ აქვს გაზომვადი ინდიკატორები. მათი უმეტესობა წარმოადგენს ინდიკატორის აღწერას, რა უნდა შეფასდეს და არა კონკრეტულ შედეგებს, რა უნდა იქნას მიღწეული, რომ პროგრამა შესრულებულად და ეფექტიანად ჩაითვალოს და გრძელვადიანი შედეგების დადგომას შეუწყოს ხელი. შესაბამისად, გართულებულია სპეციფიკური პროგრამების შეფასებაც;

- არ განისაზღვრა კონკრეტული ბიუჯეტი, რომელიც სამოქმედო გეგმის შესრულებისთვის დაიხარჯებოდა.

გარდა ამისა:

- სამოქმედო გეგმა ითვალისწინებდა მონიტორინგისა და შეფასების კონკრეტულ აქტივობებს და მექანიზმებს: ყოველწლიურად უნდა ჩატარებულიყო კვლევა სამოქმედო გეგმის განხორციელების მიმდინარეობის შესახებ, ხოლო ყოველ 2 წელიწადში – ახალგაზრდული პოლიტიკის და სამოქმედო გეგმის მიზნების, ამოცანების, საქმიანობების და შესაბამისი ინდიკატორების თანხვედრის ანალიზი. მათ საფუძველზე მუდმივად უნდა მომხდარიყო შესაბამისი ცვლილებებისა და დამატებების მომზადება და სამოქმედო გეგმის სრულყოფა. თუმცა მონიტორინგისა და შეფასების არცერთი აქტივობა არ შესრულებულა, გარდა სამოქმედო გეგმის განხორციელების სტატუსის საბოლოო შეფასებისა;
- პოლიტიკის დოკუმენტი და შესაბამისად, სამოქმედო გეგმა ითვალისწინებდა თანაშემრომლობისა და კოორდინაციის განვითარებას როგორც სახელმწიფო უწყებებს შორის, ასევე სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. თუმცა სათანადოდ ვერც აღნიშნული ღონისძიებები განხორციელდა და ვერ მოხერხდა სხვადასხვა აქტორების ძალისხმევის კონსოლიდირება და მათი ჩართვა პოლიტიკის განხორციელებაში.

საბოლოო ჯამში, სამოქმედო გეგმის 207 პროგრამიდან დასრულებულია 51, ხოლო მიმდინარეა 55. პროგრამების თითქმის ნახევარი შეჩერებულია (14), არ განხორციელდა (28) ან ვერ მოხერხდა ინფორმაციის მოპოვება მათი სტატუსის შესახებ (59). რაც უფრო საყურადღებოა, შეუძლებელია ზუსტად განისაზღვროს, რა ღირებული და პოზიტიური გავლენა მოახდინა (ან ახდენს) ახალგაზრდების მდგომარეობაზე სახელმწიფოს მიერ განხორციელებული პოლიტიკა.

ახალგაზრდული საქმიანობა

როგორც უკვე აღინიშნა, ახალგაზრდული პოლიტიკის ერთ-ერთი მთავარი მიმართულება არის ახალგაზრდული საქმიანობა. ის სპეციფიკურ სფეროს წარმოადგენს და აქვს საგანმანათლებლო ფუნქცია, არაფორმალური და ფორმალურს გარე განათლების მეთოდებით ის ხელს უწყობს ახალგაზრდებში მრავალმხრივი კომპეტენციების განვითარებას (ცოდნა, უნარი, დამოკიდებულება). ახალგაზრდული საქმიანობა ქმნის კომფორტულ, უსაფრთხო და სასიამოვნო გარე-

მოს, რომელშიც ახალგაზრდებს შეუძლიათ გამოავლინონ საკუთარი შესაძლებლობები, ისწავლონ ერთმანეთისგან და განვითარდნენ.

ახალგაზრდული საქმიანობა მოიცავს მრავალფეროვან აქტივობებს (სოციალური, კულტურული, სპორტული და სხვა), რომლებიც ხორციელდება პროფესიონალი ან მოხალისე ახალგაზრდული მუშაკების და ახალგაზრდა ლიდერების მიერ. ისინი ფლობენ შესაბამის კვალიფიკაციას და კომპეტენციებს, რათა იმუშავონ განსხვავებული ინტერესებისა და საჭიროებების მქონე ახალგაზრდებთან ან მათ ჯგუფებთან. ახალგაზრდულ მუშაკებს აქვთ ძლიერი პროფესიული იდენტობა და მკაფიოდ განსაზღვრული მუშაობის სფერო შესაბამისი მიდგომებით.

ცხოვრებაში წარმატების მისაღწევად ახალგაზრდებს ბევრად უფრო მეტი შესაძლებლობები და გამოცდილება სჭირდებათ, ვიდრე ფორმალურ საგანმანათლებლო ინსტიტუტებში იღებენ. მათ ჩამოყალიბებასა და განვითარებაზე მრავალი ურთიერთგანსხვავებული გარემო მოქმედებს: ოჯახი, სკოლა, სამუშაო ადგილი, თანატოლები, მედია და ა.შ. ამის გათვალისწინებით, ახალგაზრდების განვითარებაში განსაკუთრებულ როლს თამაშობს ახალგაზრდული საქმიანობა.

ახალგაზრდული საქმიანობა ავსებს ფორმალურ საგანმანათლებლო კონტექსტს (ოჯახი, სამსახური, სკოლა და ა.შ.) და სთავაზობს ახალგაზრდებს ხელშესახებ უპირატესობებს არაფორმალური და ფორმალურს გარე სწავლების მრავალფეროვანი შესაძლებლობებით და შესაბამისი მიზნობრივი მიდგომებით. განათლება არაფორმალურ გარემოში უმეტესწილად დამოკიდებულია ახალგაზრდის პიროვნულ მორტივაციასა და სწავლის შესაძლებლობებზე. ახალგაზრდა დამოუკიდებლად და ნებაყოფლობით ირჩევს შესაბამის სასწავლო გარემოს. ასეთი ტიპის განათლება უფრო მეტად უწყობს ხელს სხვადასხვა კომპეტენციების განვითარებას ახალგაზრდებში, ვინაიდან მათ უნდა შექმნან და შეინარჩუნონ ურთიერთობები სასწავლო გარემოსთან. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ არაფორმალურ განათლებას უფრო დიდი პოტენციალი აქვს პიროვნული და სოციალური კომპეტენციების განვითარებისთვის, ვიდრე ფორმალურს.

კომპეტენცია უფრო მეტია ვიდრე ცოდნა. ის გულისხმობს კომპლექსურ მოთხოვნებთან გამკლავების შესაძლებლობას ფსიქოლოგიური და სოციალური რესურსების მობილიზებითა და გამოყენებით - მათ შორის, უნარებისა და დამოკიდებულებების. მაგალითად, ეფექტიანი კომუნიკაცია არის კომპეტენცია, რომელიც მოითხოვს ახალგაზრდისგან ენის ცოდნას, ინფორმაციული ტექნოლოგიების ფლობის უნარს და დამოკიდებულებას მათ მიმართ, ვისთანაც ახალგაზრდა ახდენს კომუნიკაციას.

2014 წელს, სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს ინიციატივით, ექსპერტთა ჯგუფმა მოამზადა „ახალგაზრდული საქმიანობის საკვანძო კომპეტენციების ჩარჩო დოკუმენტი“. მისი მიზანია იმ საკვანძო კომპეტენციების განსაზღვრა, რომლებიც ახალგაზრდებს ახალგაზრდული საქმიანობის შედეგად უნდა განუვითარდეთ. ესენია:

- მოქალაქეობრივი კომპეტენცია, რომელიც ახალგაზრდას დაეხმარება სახელმწიფოებრივი ინტერესების შესაბამისად მოქმედებაში, ასევე კანონის უზენაესობის, ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლებების აღიარებასა და დაცვაში;
- გარემოსდაცვითი კომპეტენცია, რომელიც განაპირობებს ახალგაზრდის მიერ გარემოს დაცვისა და შენარჩუნებისათვის აუცილებელი მოქმედებების განხორციელებას;
- ანალიტიკური, ტექნოლოგიური, ინფორმაციული და სამეცნიერო კომპეტენცია, რომელიც ახალგაზრდას დაეხმარება ინფორმაციის მოპოვებასა და ანალიზში, ასევე ტექნოლოგიური და სამეცნიერო მიღწევების ეფექტურ გამოყენებაში პირადი, პროფესიული და საზოგადოებრივი ცხოვრების საკეთილდღეოდ;
- სამეწარმეო და ინიციატივის კომპეტენცია, რომელიც უზრუნველყოფს ახალგაზრდის მიერ საკუთარი ცხოვრების დამოუკიდებლად წარმართვას, იდეების გენერირებასა და განხორციელებას, პრობლემების ანალიზსა და მათ ეფექტიან გადაწყვეტას როგორც საქმიან, ასევე პირად სივრცეში და დაეხმარება მას, რათა იღეა აქციოს საქმედ;
- შემოქმედებითობისა და კრიტიკული აზროვნების კომპეტენცია, რომელიც დაეხმარება ახალგაზრდას უკვე არსებული გამოცდილების და მიღწევების გამოყენებაში ახალი მატერიალური, ინტელექტუალური და სულიერი ღირებულებების შესაქმნელად;
- დამოუკიდებლად სწავლის კომპეტენცია, რათა ახალგაზრდამ შეძლოს საკუთარი სასწავლო საჭიროებების განსაზღვრა, საკუთარი სწავლის პროცესის დაგეგმვა და წარმართვა, საკუთარი შესაძლებლობებისა და ინტერესების უწყვეტი განვითარება მთელი ცხოვრების განმავლობაში;
- ურთიერთობის კომპეტენცია ინდივიდებსა და ჯგუფებთან თანამშრომლობითი ურთიერთობების დასამყარებლად როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე მის ფარგლებს გარეთ;
- კულტურული გამოხატვის და კულტურათაშორისი ურთიერთობის კომპეტენცია, რომელიც ახალგაზრდას დაეხმარება კულ-

ტურულ გამოხატვაში, კულტურული მრავალფეროვნების პოზიტიურ აღქმაში, დაფასებაში, დაცვასა და განვითარებაში;

- ჯანმრთელობის დაცვისა და ჯანსაღი ცხოვრების კომპეტენცია, რომელიც ახალგაზრდას საშუალებას მისცემს, იზრუნოს საკუთარ ფიზიკურ და ფსიქიკურ ჯანმრთელობაზე.

ახალგაზრდული საქმიანობის განვითარებაც მნიშვნელოვანი გამოწვევების წინაშე დგას. მიუხედავად იმისა, რომ „ახალგაზრდული საქმიანობის საკვანძო კომპეტენციების ჩარჩო დოკუმენტი“ შეთანხმებული იქნა სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან და დადებითი შეფასებით სარგებლობს, არ მოხდა მისი ოფიციალურად აღიარება რაიმე ფორმით. ეს შესაძლებლობას შექმნიდა, რომ დოკუმენტი ყოფილიყო ერთგვარი გზამკვლევი სფეროში მომუშავე ახალგაზრდული მუშაკებისა და ორგანიზაციებისთვის, რომლის მიხედვითაც დაგეგმვადნენ პროგრამებს. დოკუმენტი ასევე განსაზღვრავდა ახალგაზრდული საქმიანობის სფეროში სახელმწიფოს ინსტიტუტების მიერ განხორციელებული და დაფინანსებული პროექტებისა და პროგრამების ძირითად მიმართულებებს.

ამ დრომდე გადაუჭრელი პრობლემაა ახალგაზრდული მუშაკების პროფესიის და ზოგადად სფეროს აღიარება, რასაც ითვალისწინებს პოლიტიკის დოკუმენტი და ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმებაც. არაერთი ორგანიზაცია და პიროვნება მუშაობს ახალგაზრდებთან ამ სფეროში, თუმცა არაღიარების გამო არ არსებობს სასწავლო პროგრამები, რომლებიც უზრუნველყოფდა პროფესიული კადრების მომზადებას/გადამზადებას და შესაბამისად, ხარისხიანი და კვალიფიციური პროგრამების და სერვისების შეთავაზებას.

ბადაწყვეტილებების მიღება და კოორდინაცია სამთავრობო უწყებებს შორის

ახალგაზრდული პოლიტიკა გულისხმობს ფაქტიურად ყველა სამთავრობო უწყების აქტიურ ჩართულობას, ვინაიდან ის მულტისექტორულია - ახალგაზრდების ინტერესები და საჭიროებები გათვალისწინებული უნდა იყოს საჯარო პოლიტიკის ყველა სფეროში. სახელმწიფო დაწესებულებები და სამთავრობო უწყებები პასუხისმგებელი არიან ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელებაზე მათი კომპეტენციის ფარგლებში და მათ მიერ ახალგაზრდებთან დაკავშირებით განხორციელებული ყველა სტრატეგია და პროგრამა შესაბამისობაში უნდა იყოს ახალგაზრდულ პოლიტიკასთან.

2012 წელს შეიქმნა სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო, რომელიც ნაკისრი ვალდებულებების შესრულების გარდა,

კოორდინაციას უწევდა სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარებას. მის შემადგენლობაში ფუნქციონირებდა ასევე ახალგაზრდობის მიმართულებით მომუშავე სსიპ-ები: „ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდი“ და „ბავშვთა და ახალგაზრდობის ეროვნული ცენტრი“. მოგვიანებით, 2017 წელს განხორციელებული მთავრობის სტრუქტურული ცვლილებების შედეგად, სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო და მასზე დაქვემდებარებული სსიპ-ები განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს შეუერთდა და ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარება და კოორდინაციაც მისი ფუნქცია გახდა.

კოორდინაციის გაუმჯობესების მიზნით 2013 წელს მთავრობამ შექმნა „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების უწყებათაშორისი საკოორდინაციო საბჭო“, რომელსაც თავმჯდომარეობდა სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო.

საბჭოს შემადგენლობაში შედიან ყველა სამინისტროს წარმომადგენლები მინისტრის პირველი მოადგილის ან მოადგილის დონეზე, ასევე სათათბირო ხმის უფლებით - პარლამენტის სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა კომიტეტის თავმჯდომარე, სახალხო დამცველი, გაეროს ბავშვთა ფონდისა და გაეროს მოსახლეობის ფონდის წარმომადგენლები. საბჭოს საქმიანობაში შეიძლება მონაწილეობდნენ საქართველოს პარლამენტის წევრები, სახელმწიფო უწყებათა და სხვადასხვა ორგანიზაციის (მათ შორის, საქართველოში ევროკავშირის წარმომადგენლობისა და ევროპის საბჭოს ოფისის) წარმომადგენლები და სფეროში მომუშავე ექსპერტები სათათბირო ხმის უფლებით. საკოორდინაციო საბჭო იკრიბება არანაკლებ კვარტალში ერთხელ.

საბჭოს მიზნებია:

- სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის მიზნების და ამოცანების განხორციელების ხელშეწყობა;
- ახალგაზრდობის სფეროში სახელმწიფო ორგანოების საქმიანობის კოორდინაცია;
- ახალგაზრდული პოლიტიკის რევიზია და სრულყოფა, სამოქმედო გეგმის შემუშავება და პერიოდული განახლება;
- ახალგაზრდული პროგრამების უწყვეტობის ხელშეწყობა და მიმდინარეობის მონიტორინგი;
- ახალგაზრდობის სფეროში არსებული საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა;
- თანამშრომლობა სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან;

- მუნიციპალურ დონეზე არსებული საჭიროებების იდენტიფიცირება და ახალგაზრდების სამოქალაქო ინტეგრაციის ხელშეწყობა.

ნაწილობრივ, საკოორდინაციო საბჭოს ფარგლებში განხორციელდა ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის რევიზია და სამოქმედო გეგმის შემუშავება, თუმცა მისი ფუნქციების ჯეროვნად და სრულყოფილად შესრულება ვერ მოხდა, რადგან:

- სამთავრობო უწყებებს და მის წარმომადგენლებს შორისაც კი დაბალია ცნობადობა ახალგაზრდული პოლიტიკის რაობისა და მნიშვნელობის შესახებ და შესაბამისად, მათი ჩართულობა ახალგაზრდულ პოლიტიკაში. ასევე, ზოგადად არ იყო საკმარისი პოლიტიკური ნება ახალგაზრდული პოლიტიკის პრიორიტეტულობის შესახებ და ეს საკითხი არ იკავებდა მნიშვნელოვან ადგილს სამთავრობო დღის წესრიგში;
- სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო, ხოლო მოგვიანებით განათლების სამინისტროს ახალგაზრდული პოლიტიკის მართვის დეპარტამენტი ყველა შემთხვევაში ვერ უზრუნველყოფდა მაღალი დონის წარმომადგენლობას და გადაწყვეტილებების მიმღებ პირთა მონაწილეობას საბჭოს მუშაობაში. გარდა ამისა, სამინისტროს წარმომადგენლები მუდმივად იცვლებოდნენ, რაც აფერხებდა საბჭოს უწყვეტ რეჟიმში ფუნქციონირებას;
- საბჭოს ფარგლებში არ არსებობდა ინფორმაციის გაცვლისა და ყოველდღიურ რეჟიმში თანამშრომლობის მექანიზმები, სადაც სამინისტროების სტრუქტურული ერთეულები იქნებოდნენ ჩართული;
- სხვადასხვა სამინისტროებში არ არის გამოყოფილი სათანადო და კვალიფიციური ადამიანური და ფინანსური რესურსები ახალგაზრდული პოლიტიკის მიმართულებით.

ბოლო წლებში, საკოორდინაციო საბჭო ფორმალურადაც აღარ იკრიბებოდა და საერთოდ ვერ ასრულებდა მის ფუნქციებს. ცხადია, ეს სერიოზულად აფერხებდა ინტეგრირებული ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელებას, რომელიც, როგორც ზემოთ ითქვა, საჯარო პოლიტიკის ახალგაზრდებისთვის მნიშვნელოვან ყველა სფეროს მოიცავს და ახალგაზრდული პოლიტიკის ერთ-ერთი მიმართულებაა და სადაც ეფექტიან თანამშრომლობას სხვადასხვა სამთავრობო უწყებებს შორის გადამწყვეტი როლი აქვს. ამჟამად დღის წესრიგში დგას საბჭოს რეფორმირება და ახალი საკოორდინაციო მექანიზმებისა და პლატფორმების შექმნა.

თანამშრომლობა დაინტერესებულ მხარეებთან

ახალგაზრდობის წინაშე არსებულ ბევრ გამოწვევათა (მაგალითად, დანაშაულის პრევენცია, არაჯანსაღი ცხოვრების წესი, ახალგაზრდების დასაქმება) დაძლევა შეუძლებელია მხოლოდ ერთი სექტორის, თუნდაც ხელისუფლების ცენტრალური ორგანოების ძალისხმევით. აუცილებელია, მოქმედებდეს ყოვლისმომცველი და სექტორთაშორისი სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკა, რათა შესაძლებელი გახდეს ახალგაზრდობის საკითხებზე მომუშავე სახელმწიფო სტრუქტურების, ახალგაზრდების, სამოქალაქო საზოგადოებისა და კერძო სექტორის, ასევე, საერთაშორისო, ეროვნული და ადგილობრივი აქტორების ძალისხმევის კოორდინაცია.

საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკა ითვალისწინებს თანამშრომლობას შემდეგ აქტორებთან:

1. საქართველოს პარლამენტის სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა კომიტეტი;
2. ადგილობრივი თვითმმართველობები;
3. ახალგაზრდები;
4. ახალგაზრდული ორგანიზაციები;
5. საერთაშორისო ორგანიზაციები;
6. მედია;
7. მეცნიერები;
8. სხვა დაინტერესებული მხარეები.

დოკუმენტის თანახმად საქართველოს მთავრობას უნდა შეემუშავებინა მექანიზმები, რომელთა მიზანი იქნებოდა ყველა დაინტერესებული მხარის ჩაბმა გადაწყვეტილებების მიღების, კოორდინაციისა და ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელების პროცესში. თუმცა ამ მხრივაც არ ჰქონია ადგილი მნიშვნელოვან პროგრესს.

ცალკე აღნიშვნის ღირსია საერთაშორისო ორგანიზაციების ჩართულობა ახალგაზრდულ პოლიტიკაში. მათი ინიციატივითა და მხარდაჭერით განხორციელდა თითქმის ყველა მნიშვნელოვანი პროექტი თურეთში და მათ განსაკუთრებით დიდი წვლილი მიუძღვით სფეროს განვითარებაში.

მნიშვნელოვანია ახალგაზრდული ორგანიზაციების როლი და ჩართულობა. დღეის მდგომარეობით ძირითადად ამ სექტორშია თავმოყრილი სფეროში არსებული ადამიანური რესურსები და ექსპერტიზა და ამ თვალსაზრისით, ის საკმაოდ ძლიერია. თუმცა ახალგაზრდულ

ორგანიზაციებს არ გააჩნიათ წვდომა საკმარის რესურსებთან, მათი საქმიანობა მეტწილად საერთაშორისო და დონორი ორგანიზაციების მხარდაჭერას ემყარება და შესაბამისად, მცირეა მათი მოქმედების არეალი და მასშტაბები.

არასამთავრობო და სახელმწიფო სექტორის თანამშრომლობის კარგი მაგალითია საქართველოს ახალგაზრდული ორგანიზაციების ფორუმი. ის ხორციელდება 2007 წლიდან დღემდე ერთ ან ორ წელიწადში ერთხელ საქართველოში მოქმედი ახალგაზრდული ორგანიზაციების ინიციატივით. მე-9 ფორუმი 2018 წელს ჩატარდა და მასში 182 ორგანიზაცია მონაწილეობდა. ფორუმის მიზანია სამთავრობო და არასამთავრობო ახალგაზრდული ორგანიზაციების წარმომადგენლებს შორის კონსტრუქციული სტრუქტურირებული დიალოგის ხელშეწყობა და ორგანიზაციებისათვის ინფორმაციის მიწოდება ახალგაზრდულ სფეროში არსებული პროცესებისა და გამოწვევების შესახებ. ფორუმის მუშაობაში მონაწილეობას იღებენ საქართველოში მოქმედი ახალგაზრდული არასამთავრობო ორგანიზაციები, ახალგაზრდობაზე პასუხისმგებელი სამთავრობო უწყებები, საერთაშორისო ორგანიზაციები და ასევე ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების მიმართულებით მომუშავე ექსპერტები.

გარდა ამისა, სექტორის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია ძლიერი ქოლგა ორგანიზაცია - საქართველოს ახალგაზრდულ ორგანიზაციათა ნაციონალური საბჭო (საონს), რომელიც 1995 წელს დაფუძნდა და აერთიანებს საქართველოში არსებულ ბავშვთა და ახალგაზრდულ არასამთავრობო ორგანიზაციებს. საონს-ი არის ევროპის ახალგაზრდული ფორუმის წევრი. საბჭოს მიზანია, ხელი შეუწყოს ქვეყანაში არასამთავრობო სექტორის განვითარებას, კოორდინაციას და თანამშრომლობას სახელმწიფო ინსტიტუტებთან და ახალგაზრდობის საკითხების ადვოკატირებას. წლების განმავლობაში საბჭო უმოქმედო იყო და ვერ ასრულებდა დაკისრებულ ფუნქციებს, თუმცა ბოლო წლებში აქტიურად დაიწყო მისი გაძლიერება და ის მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარებაში.

ადგილობრივი თვითმმართველობები და ახალგაზრდული პოლიტიკა

ხელისუფლების ადგილობრივ ორგანოებს განსაკუთრებული როლი ენიჭებათ ახალგაზრდულ პოლიტიკაში:

- როგორც წესი, სახელმწიფო უფლება-მოვალეობების განხორციელება ხდება ხელისუფლების იმ ორგანოს მიერ, რომელიც ყველაზე ახლოს არის მოქალაქეებთან (ევროპული ქარტია

„ადგილობრივი თვითმმართველობის შესახებ“). ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოები კი მოქალაქეებთან და მათ შორის, ახალგაზრდებთან ყველაზე დაახლოებული ინსტიტუტები არიან;

- ახალგაზრდების საჭიროებები და ინტერესები ხშირად განსხვავდება მუნიციპალიტეტების მიხედვითაც კი და ისინი განსხვავებული მიდგომებისა და პროგრამების განხორციელებას საჭიროებენ;
- ის ახალგაზრდები, რომლებიც ცხოვრობენ რეგიონებში, უმეტესწილად ხელისუფლების ადგილობრივ ორგანოებთან ურთიერთქმედებენ;
- არსებობს ბევრი ისეთი მომსახურება და ვალდებულება, რომელთა კონტროლს და განხორციელებას ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოები უზრუნველყოფენ;
- ბევრ შემთხვევაში შეუძლებელია ცენტრალური ხელისუფლების მიერ ისეთი პროგრამების და სერვისების განხორციელება, რომლებიც სრულად მოიცავს ქვეყანაში მცხოვრებ ახალგაზრდებს (688,792 ათასი).

შეიძლება ითქვას, რომ ახალგაზრდული პოლიტიკა დიდწილად ადგილობრივია. პირველ რიგში, სწორედ ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოები უზრუნველყოფენ ახალგაზრდების მყისიერ და პირდაპირ მხარდაჭერას და სერვისების მიწოდებას მათთვის.

საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკა ითვალისწინებს ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებთან დიალოგის გამართვას ეროვნული/ადგილობრივი მუდმივმოქმედი მექანიზმის შემუშავების მიზნით, რომელიც უზრუნველყოფს ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების ჩართვას ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარებაში. თუმცა ასეთი მუდმივმოქმედი და ინსტიტუციონალიზებული მექანიზმი არ არსებობს და დაბალია ადგილობრივი თვითმმართველობების მონაწილეობაც ახალგაზრდულ პოლიტიკაში.

მიუხედავად იმისა, რომ მუნიციპალიტეტებს საკმაოდ ბევრი უფლებამოსილებები და შესაძლებლობები გააჩნიათ ახალგაზრდებისთვის მნიშვნელოვან სფეროებში, მათ შორის ახალგაზრდულ საქმიანობაშიც, საქართველოში წარმატებული და ეფექტიანი ადგილობრივი ახალგაზრდული პოლიტიკის ძალიან ცოტა მაგალითი არსებობს. ქვემოთ ჩამოთვლილი პრობლემები მუნიციპალიტეტების აბსოლუტურ უმრავლესობაში ფიქსირდება:

- არ არსებობს ადგილობრივი ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტები, სადაც გათვალისწინებული იქნება მუნიციპალიტეტ-

ში მცხოვრები ახალგაზრდების სპეციფიკური საჭიროებები და ინტერესები და შემუშავდება შესაბამისი მიდგომები და პროგრამები, რომლებიც ახალგაზრდების მდგომარეობის გაუმჯობესებას შეუწყობს ხელს;

- ადგილობრივი თვითმმართველობების საქმიანობას ახალგაზრდული პოლიტიკის მიმართულებით არ აქვს მკაფიოდ ჩამოყალიბებული ხედვა, მიზნები და მათი მიღწევის გზები. არ არის ნათლად განსაზღვრული, რის მიღწევას უზრუნველყოფს განხორციელებული პროგრამები და როგორ;
- დაბალია სფეროს ცნობადობა და არ არის პოლიტიკური ნება, რომ ახალგაზრდობის საკითხები იყოს ადგილობრივი პრიორიტეტი და სათანადო ყურადღება ეთმობოდეს;
- საჭირო რესურსები უნდა იქნას გამოყოფილი ახალგაზრდული პოლიტიკის დაგეგმვისთვის, განხორციელებისთვის, მონიტორინგისა და შეფასებისთვის;
- დაბალია ახალგაზრდების მონაწილეობა გადაწყვეტილებების მიღებაში და ახალგაზრდული პოლიტიკის ჩამოყალიბებასა და განხორციელებაში;
- არ ხდება სათანადო კოორდინაცია სხვადასხვა აქტორებთან, რომელთაც რაიმე სახის შეხება გააჩნია ახალგაზრდობასთან დაკავშირებულ საკითხებზე;
- განხორციელებული პოლიტიკა არ მოიცავს ახალგაზრდობისთვის მნიშვნელოვან ყველა სფეროს: განათლება, დასაქმება, ჯანმრთელობა, კულტურა, სპორტი და სხვა და როგორც წესი, სპორტული და კულტურული ღონისძიებებით შემოიფარგლება;
- განხორციელებული პოლიტიკა არ ეფუძნება სარწმუნო მტკიცებულებებს და ახალგაზრდების მდგომარეობის კვალიფიციურ ანალიზს;
- არ არის სათანადო და კვალიფიციური რესურსი, რომელიც უზრუნველყოფს ახალგაზრდული საქმიანობის განვითარებას და ინტეგრირებული ახალგაზრდული პოლიტიკის კოორდინაციას, და არა კონკრეტული, ერთჯერადი ღონისძიებების განხორციელებას;
- განხორციელებული პოლიტიკა არ ვრცელდება ახალგაზრდობის ყველა ჯგუფზე, მათ შორის და განსაკუთრებით, სპეციალური საჭიროებების მქონე ახალგაზრდებზე.

ადგილობრივი ახალგაზრდული პოლიტიკის კუთხით იგივე პრობლემები არსებობს, რაც ეროვნულ დონეზე, მაგრამ, ისინი კიდევ უფრო

თვალსაჩინო და თვალშისაცემია და ადგილობრივი ხელისუფლების სპეციფიკიდან გამომდინარე, გაცილებით მეტია. მუნიციპალური ა(ა)იპ-ების (ახალგაზრდული ცენტრები, მოსწავლე-ახალგაზრდობის სახლები, სახელოვნებო და სასპორტო სკოლები) მეშვეობით ადგილობრივი თვითმმართველობები ახალგაზრდებისთვის ქმნიან ახალგაზრდული საქმიანობის (საგანმანათლებლო, სკოლისგარეშე განათლების, არაფორმალური განათლების) კონკრეტულ, სხვადასხვა შინაარსისა და მასშტაბის სერვისებს და ამ მიმართულებითაც მნიშვნელოვანი პრობლემები იკვეთება:

- პროგრამების და სერვისების ხარისხი და ეფექტიანობა, ვინაიდან არ ხდება არაფორმალური განათლების მიდგომის სათანადოდ გამოყენება და საგანმანათლებლო შედეგების დაგეგმვა. გარდა ამისა, ადგილობრივი თვითმმართველობები არიან მთავარი აქტორები ახალგაზრდული საქმიანობის სერვისების მიწოდებაში და დაბალია კონკურენცია და ხელმისაწვდომობა;
- ეფექტურობა vs ეფექტიანობა, ვინაიდან, როგორც წესი, აქცენტი კეთდება ჩართული ახალგაზრდების რაოდენობაზე (ეფექტურობა) და ყურადღება არ ექცევა, რომ პროგრამებმა და სერვისებმა გრძელვადიანი პოზიტიური გავლენა მოახდინოს ახალგაზრდებზე (ეფექტიანობა);
- ადამიანური რესურსის კვალიფიკაცია და პროფესიონალიზმი, რომლებიც უშუალოდ მუშაობენ ახალგაზრდებთან სხვადასხვა პროგრამებისა და სერვისების ფარგლებში. ეს ასევე კავშირშია ახალგაზრდული საქმიანობის სფეროსა და ახალგაზრდული მუშაკების პროფესიის აღიარების პრობლემასთან.

ზოგადად უნდა ითქვას, რომ საქართველოში ადგილობრივ დონეზე ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელების კარგი პრაქტიკის ძალიან ცოტა მაგალითი არსებობს და უმეტეს შემთხვევაში, პოლიტიკა ვერ პასუხობს ახალგაზრდების რეალურ საჭიროებებს, გამოწვევებსა და ინტერესებს.

მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ახალგაზრდული პოლიტიკა

ახალგაზრდული პოლიტიკა უნდა ექვემდებარებოდეს განხორციელებას, შეფასებასა და გადასინჯვას სარწმუნო მტკიცებულებების საფუძველზე და იმ ახალგაზრდების შეხედულებებისა და გამოცდილების გათვალისწინებით, რომელთაც უშუალოდ ეხებათ ის. ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის თანახმად, მთავრობა უზრუნველყოფს ახალგაზრდობის საკითხებზე კვლევების ჩატარებას, რათა რეგულა-

რულად შეფასდეს ახალგაზრდული პოლიტიკით განსაზღვრული პრიორიტეტებისა და მიმართულებების შესრულების ინდიკატორები და მაჩვენებლები.

2015 წელს, საქართველოს სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს და გაეროს მოსახლეობის ფონდის საქართველოს ოფისის ერთობლივი ინიციატივით და ძალისხმევით, შეიქმნა ვებპორტალი „ახალგაზრდული პოლიტიკის მონიტორი“ (youth.gov.ge). მისი მიზანია, თავი მოუყაროს ახალგაზრდების შესახებ არსებულ ინფორმაციას და კვლევებს და ხელი შეუწყოს მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელებას. „ახალგაზრდული პოლიტიკის მონიტორი“ მუდმივად განახლებადი ვებპორტალი უნდა ყოფილიყო, რაც ხელს შეუწყობდა სხვადასხვა მიმართულებით მიღწეული პროგრესის შეფასებას და არსებული ვითარების გათვალისწინებას ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების პროცესში. თუმცა ვებპორტალის სრულფასოვნად ამოქმედება ვერ მოხერხდა.

ბოლო პერიოდში ჩატარდა ორი ფართომასშტაბიანი კვლევა:

- ახალგაზრდების ეროვნული კვლევა საქართველოში, საქართველოში ახალგაზრდების მდგომარეობისა და საჭიროებების ანალიზი (2014) - ანგარიში მომზადებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატის) მიერ საქართველოს სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს, საქართველოს დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრის, გაეროს ბავშვთა ფონდისა (UNICEF) და გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) ტექნიკური მხარდაჭერით;
- თაობა გარდამავალ პერიოდში, ახალგაზრდობის კვლევა 2016 - საქართველო - ფრიდრიხ ებერტის ფონდი.

მიუხედავად ამისა, ახალგაზრდულ პოლიტიკაში ერთ-ერთი ყველაზე დიდი გამოწვევა მტკიცებულებებისა და ინფორმაციის ნაკლებობაა. ბევრ საკითხზე ინფორმაცია არ არის დამაკმაყოფილებელი, ხოლო მოპოვებული ინფორმაციის ხარისხი საჭიროებს გაუმჯობესებას.

მიმდინარე რეფორმები და დებამები

ამჟამად მიმდინარეობს ორი მნიშვნელოვანი პროცესი, რომელთაც ხელი უნდა შეუწყონ ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარებასა და გაძლიერებას:

- 2019 წლის 26 აგვისტოს დაფუძნდა სსიპ „ახალგაზრდობის სააგენტო“, რომელიც უშუალოდ საქართველოს მთავრობას დაექ-

ვემდებარა და სადაც გაერთიანდა განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს ახალგაზრდობის პოლიტიკის მართვის დეპარტამენტი, „ბავშვთა და ახალგაზრდობის განვითარების ფონდი“ და „ბავშვთა და ახალგაზრდობის ეროვნული ცენტრი“. ასეთი ინსტიტუციონალური მოწყობა შეესაბამება ევროპის მასშტაბით არსებულ პრაქტიკასა და კარგ გამოცდილებას და ხელს შეუწყოს, რომ ახალგაზრდული პოლიტიკა იყოს უფრო მეტად პრიორიტეტული სამთავრობო დღის წესრიგში. ამ ეტაპზე მიმდინარეობს სააგენტოს შემდგომი საქმიანობის დეტალური დაგეგმვა ორივე მიმართულებით: კოორდინაციის გაუმჯობესება ინტეგრირებული ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელებისა და ახალგაზრდული საქმიანობის განვითარებისთვის.

- 2019 წლის მაისიდან საქართველოს პარლამენტმა დაიწყო მუშაობა ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფციის მომზადების მიზნით. საქართველოს პარლამენტის სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა კომიტეტისა და გაეროს სააგენტოების თანამშრომლობით შეიქმნა „სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის მონიტორინგის და განვითარების სამუშაო ჯგუფი“, რომლის მუშაობაშიც ჩართული არიან სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების, მათ შორის არასამთავრობო სექტორიდანაც. სამუშაო ჯგუფის ფარგლებში უნდა მოხდეს ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის მოქმედი რედაქციის გადახედვა და ახალგაზრდობის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრის მიზნით, მომზადდეს პარლამენტის კონცეფციის პროექტი.

ბიბლიოგრაფია

„Youth Policy Governance“, The Youth Wiki - Europe’s online encyclopaedia in the area of national youth policies.

„Self-assessment Tool for Youth Policy“, European Steering Committee for Youth (CDEJ) of the Council of Europe (2018).

„A Toolkit on Quality Standards for Youth Policy“, European Youth Forum (2017).

საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 2 აპრილის N553 განკარგულება „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის“ დამტკიცების შესახებ, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

„ახალგაზრდები საქართველოში, 2014 წლის მოსახლეობის საყოველთაო აღწერის შედეგებზე დაფუძნებული მიმოხილვა“, ფრენკ ილენსი (2017), გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) საქართველოს ოფისი და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (საქსტატი).

კანონი „ბავშვთა და ახალგაზრდული კავშირების სახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

საქართველოს მთავრობის 2015 წლის 5 მარტის N349 განკარგულება „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების სამოქმედო გეგმის (2015-2020 წწ.)“ დამტკიცების შესახებ, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

„Global Youth Development Index and Report 2016“, The Commonwealth, 2016

საქართველოს მთავრობის 2013 წლის 17 მაისის N112 დადგენილება „საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების საკოორდინაციო საბჭოს შექმნისა და მისი დებულების დამტკიცების შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

„ახალგაზრდების ეროვნული კვლევა საქართველოში, საქართველოში ახალგაზრდების მდგომარეობისა და საჭიროებების ანალიზი“ (2014), ანგარიში მომზადებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატის) მიერ საქართველოს სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტროს, საქართველოს დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრის, გაეროს ბავშვთა ფონდისა (UNICEF) და გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) ტექნიკური მხარდაჭერით.

„თაობა გარდამავალ პერიოდში, ახალგაზრდობის კვლევა 2016 - საქართველო“, ფრიდრიხ ებერტის ფონდი.

„საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის სამოქმედო გეგმის განხორციელების სტატუსის შეფასება“, ნინა გოგოლაძე (2019), მომზადებულია საქართველოს პარლამენტის სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა კომიტეტის ინიციატივითა და გაეროს მოსახლეობის ფონდის (UNFPA) მხარდაჭერით.

„ადგილობრივი ახალგაზრდული პოლიტიკის განვითარების სახელმძღვანელო“, ნინა გოგოლაძე, რატი ჭეიშვილი (2019).

Giga ChitishviliYouth Social Entrepreneurship Programme Coordinator,
Center for the Strategic Research and Development of Georgia

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN GEORGIA AND ITS IMPORTANCE FOR YOUTH SOCIAL INTEGRATION

ABSTRACT

The following paper, “Social Entrepreneurship in Georgia and Its Importance for Youth Social Integration”, reviews Social Entrepreneurship development trends, through historical and economic lens. The paper further analyzes the basics of the concept development worldwide, with a particular focus on Georgia. We also examine a well-established Georgian practice regarding the role of civil society organizations in the development of the field.

Social Entrepreneurship is viewed as a concept of changes that provide disadvantaged youth with integration opportunities, creating the grounds for their economic empowerment and social inclusion. Further, we discuss the cases of successful social enterprises in order to focus on their role in taking on a challenge, until the solution is found.

The paper summarizes Georgian experience in different sector engagement in order to highlight deficiencies and advantages of Social Entrepreneurship ecosystems, and to compare them to their European counterparts.

Additionally, the paper emphasizes the role of youth engagement in supporting Social Entrepreneurship through boosting positive changes, in advancing the ecosystems in which Social Enterprises operate, and in raising awareness about the concept among larger audiences.

1. SOCIAL ENTREPRENEURSHIP CONCEPT – THEORETICAL APPROACHES AND DEVELOPMENT TRENDS

Social Entrepreneurship (SE) in Europe, United States and Canada has been developing since 1970s. In 1990s, various countries started to shape and formalize the concept in order to give it a further boost. As a result of this joint effort, the criteria and approaches to support this concept were developed.

Italy has been the pioneer state where Social Entrepreneurship development has started within the framework of legally defined entity of Social Cooperation. Afterwards, the trend has spread and other European countries have joined the field as well.

There are two major approaches regarding Social Entrepreneurship:

- Earned Income SEs;
- Social Innovation SE;

Generally, the “earned income” approach is well established across the European Union (EU) states as well as in Georgia, while the “Social Innovation” approach is mainly spread in the United States. However, these two aren’t mutually exclusive: some organizations combine certain aspects of both approaches to maintain the balance and to ensure success of the business development.

Since the field of social entrepreneurship has not been able to come to a complete consensus on its basic definition, Social Enterprises are viewed as a combination of **social, entrepreneurial and governance dimensions**¹. European Union adopted the Social Enterprise Initiative² in 2011, defining **Social Enterprises as organizations combining social goals with an entrepreneurial spirit, focus on achieving wider social, environmental or community objectives.**

In order to have a meaningful discussion about the criteria of Social Enterprises, we should focus on these three pivotal aspects/dimensions:

Social Dimension – a primary and explicit social purpose, which distinguishes social enterprises from mainstream (for-profit) enterprises;

1. *Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth – European Social Enterprise Law Association, 2015, page 16.* Electronic, Available: https://esela.eu/wp-content/uploads/2015/11/legal_mapping_publication_051015_web.pdf

2. *Webpage of the European Union*, Electronic, Available: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

Entrepreneurial Dimension – a continuous economic activity (in a normal course of business), which translates into the consideration, that social enterprises should produce products or services. An entrepreneurial dimension also means regular trading activity, an engagement to sell products manufactured, or services offered to the customers, in order to have an economic turnover and fulfil a social mission.;

Governance dimension - the existence of mechanisms to ‘lock in’ the social goals of the organisation and not distribute the profit to the shareholders. It also implies collective rather than individual decision-making, and participatory management. The governance dimension, thus, further distinguishes social enterprises from mainstream companies and traditional non-profit organisations/social economy entities.

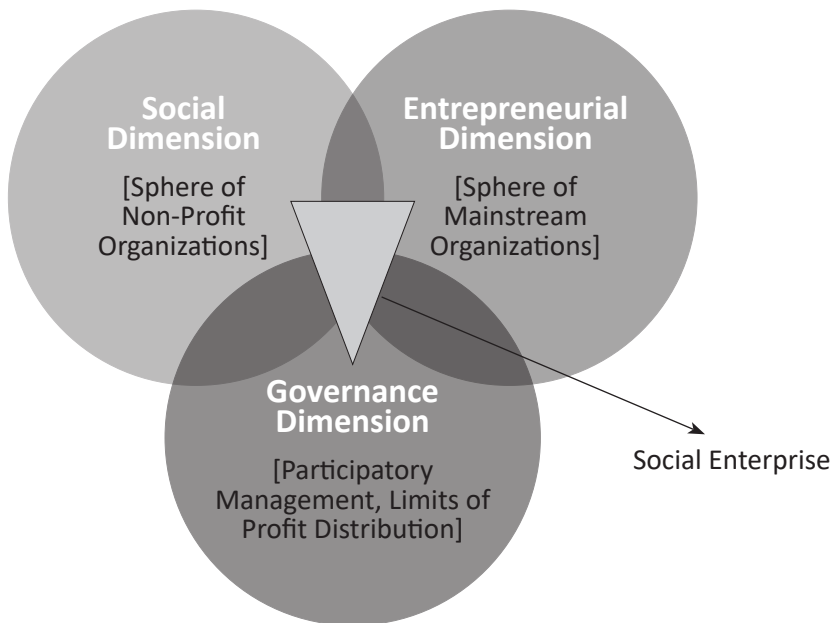


Chart #1.1. Three Dimensions³

As mentioned above, EU has adopted the definition of Social Enterprise. The operational definition, however, represents the “ideal” type of social enterprise, which should meet the following core criteria:

3. *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169, Page 12, Electronic, Available: [:https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en](https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en)*

- The organisation must engage in economic activity: this means that it must engage in a continuous activity of production and/or exchange of goods and/or services;
- It must pursue an explicit and primary social aim: a social aim is one that benefits society;
- It must have limits on distribution of profits and/or assets: the purpose of such limits is to prioritise the social aim over profit making;
- It must be independent i.e. organisational autonomy from the State and other traditional for-profit organisations;
- It must have inclusive governance i.e. characterised by participatory and/ or democratic decision-making processes.

Entities meeting the above criteria, can be considered Social Enterprises. Organisations falling under the EU definition of a social enterprise can be found in all 29 member states, yet, there are differences in legal framework and local definitions, from one jurisdiction to another.

Let's do a side-by-side comparison of the UK vs US understanding of the concept, on a state policy level.

Starting from the lack of efficiency of the governmental programs in UK, continuing with the challenges of labour market and inappropriate economic policy, the development of Social Entrepreneurship has become the core priority for the decision makers in the country. In 1998, Social Enterprise UK has been established. In 2002, the government of UK has adopted a 3-year strategic plan regarding the concept development, in which, Social Enterprises were defined as **“businesses with primarily social objectives whose surpluses are principally reinvested for that purpose in the business or in the community, rather than being driven by the need to maximize profit for shareholders and owners”**.

UK Government: Department of Trade and Industry (2002).

In the United States, a Social Entrepreneur was seen as an Agent of Change, who finds innovative solutions to the social challenges. From the very beginning of the concept development, non-governmental organizations got involved in the economic activities in order to support the problem-solving via trading activities. Since 1970, the term

Social Entrepreneurship has surfaced in the field with the narrow and limited scope of entities (mostly, NGOs), that addressed the challenge of vulnerable people's and/or groups' employment. Afterwards, the concept kept developing, and in 1998, Social Enterprise Alliance US was established, defining Social Enterprises as **“organizations that address a basic unmet need or solve a social problem through a market-driven approach”**.

Social Enterprise Alliance United States of America.⁴

Considering the trends of the concept development in EU member states, Georgian experience stands out among the countries of the Eastern Partnership region as a decidedly successful one.

In Georgia, the origins of the Social Entrepreneurship development can be traced to the joint initiative of the Center for Strategic Research and Development of Georgia (CSRDG), British Council and Europe Foundation (formerly known as Eurasia Partnership Foundation). In 2009, concurrently with the term being translated into the native language, the first social entrepreneurship project has been implemented; it aimed at testing the concept in practice and raising awareness about it on the national level.

“By that time, we considered Social Entrepreneurship, as one of the ways for civil society organizations to reach and maintain the sustainability. But later on, we realized that this was not the only benefit we could gain from the concept. Furthermore, the social goals of the social enterprises are completely different from each other and mostly they are not in linkage with the CSO sustainability”⁵ – says the Social Entrepreneurship Development Program Coordinator, Eka Datuashvili.

Nowadays, the concept of SE is supported by several international donors in Georgia, as well as numerous local and international organizations that work in the field and push for the changes.

Multiple organizations operating in the field, established the Social Enterprise Alliance in 2016. Alliance is an umbrella organization aiming

4. Social Enterprise Alliance (USA), Electronic, Available: <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>

5. Social Entrepreneurship Development Trends in Georgia and Their Influence on Innovative Business Decisions, Giga Chitshvili, 2019, Page 19, - <http://bit.ly/GigaChitshviliMATHesis>

at fostering the environment in which social enterprises can thrive, ensuring sustainability of existing enterprises and initiating new social enterprises.⁶

Social Enterprise Alliance:

- Represents common interests of its members to different sector representatives;
- Increases public awareness about the field;
- Supports creation of the future tight cooperation mechanisms between the government institutions and entities operating in the field to adopt the legislative framework and strengthen social entrepreneurship in Georgia.

Having acknowledged numerous social challenges Georgian society has faced, Social Enterprises in the country are mainly focused on:

- Supporting re-socialization and integration of vulnerable people in the communities;
- Sell products produced by the people with fewer opportunities for their social and economic empowerment;
- Preserve and develop traditional heritage, local communities' culture and crafts;
- Providing social services for the people in need;
- Raising awareness of the inclusive society and ecological issues, including environmental consciousness, integration of the people with disabilities, etc.

We should emphasize that integration of the vulnerable youth into the society is the challenge, which is actively addressed by some successful SEs operating in Georgia as well as in EU.

1.1. SOCIAL ENTERPRISE CHU

“CHU” is a Social Enterprise with a very symbolic name that translates from Georgian as “Shhhh”, or “Keeping Mum”. Established by a young change maker, it introduces a board-game for promoting the sign language. (see below Fig. 1)

6. *Social Enterprise Alliance Georgia, Electronic, Available: <http://seageorgia.ge/en/about-us/mission>*



Fig.1 Social Enterprise "Chu"

The idea of a creation of a social enterprise came from a friendship between the person with hearing impairment and her friend, the eventual founder of CHU. The communication itself was a challenge, giving rise to an idea that learning different signs will boost the support of the inclusiveness in the society. The company aims to create opportunities for the youth with hearing impairment through a learning tool: an inclusive board-game played in groups. The game is suitable for individuals aged 6 or above.

The underlying principle is not complicated: on each card, a different sign of the word is printed, with explanations and detailed instructions on playing, which makes it easier to remember and learn the signs.

Social Enterprise "CHU" is the first company producing such a product in Georgia, setting a precedent for the others that might be inclined to target the hearing-impaired segment of the population.

“Social Enterprise has created the product, which is interesting for the society not only for its social impact, but also as an innovative product” – says the founder of CHU, Salome Tsikvadze.

7. *Social Entrepreneurship Development Trends in Georgia and Their Influence on Innovative Business Decisions*, Giga Chitshvili, 2019, Page 30, Electronic, Available: - <http://bit.ly/GigaChitshviliMATHesis>

In the regions of Georgia, communication challenges between the youngsters who have disabilities and those who don't, are much more pronounced than in the capital city of Tbilisi. That is why the social enterprise has created the character CHU, traveling all around the country and raising awareness about the importance of sign-language learning for creation of an inclusive society. Since the foundation of the social enterprise, almost 200 youngsters learned the sign language through playing.

1.2. SOCIAL ENTERPRISE “SAN PATRIGNANO”

As mentioned above, Italy has been the pioneer country in Europe, supporting the concept of Social Entrepreneurship since 1970s.

San Patrignano is one of the first successful enterprises in Europe aiming at the re-socialization of the people with drug and alcohol addictions, mentoring them to fight these dependencies and give a future to thousands of children and families.



The social enterprise was founded in 1978 by the people, who had suffered from drug addiction, but have been rehabilitated since, and knew exactly how to approach those with dependencies. Starting from the farmhouse, San Patrignano currently is stretched across the hectares of land, representing the community of people who need help to fight their addictions. Since its establishment, over 40 years ago, San Patrignano has welcomed around 26,000 individuals and boasts an impressive 72% total rehabilitation rate. Presently, the Social Enterprise serves up to 1,315 beneficiaries and their families.

The enterprise employs the following model: beneficiaries bear no costs for the rehabilitation services they are provided with, including the 24-hour care, work, art and sport therapies. Funds for providing those services to the beneficiaries derive from the main economic activities: production of services and goods. All the community residents are involved in the economic activities of the enterprise.

San Patrignano sells products and services such as:

- Food and wine;
- Graphic design services;
- Dog and horse care services;
- Flowers.

The case of San Patrignano is even more impressive considering that in Italy, the Drug Law has a provision for an alternative form of detention, and within that framework, the SE is offering people imprisoned for drug-related crimes an opportunity for treatment, recovery, social integration and useful life skill acquisition.

Moreover, San Patrignano made it the enterprise's mission to help in preventing the drug abuse. Hence, every year over 6,000 middle and high school pupils visit the rehabilitation community to come face-to-face with the addiction-related problems and explore the complications linked to drugs, from those who have experienced it firsthand.

The case of San Patrignano is an excellent example of how marginalized youth integration into society can be accomplished through the Social Entrepreneurship.

2. STATE SUPPORT MECHANISMS FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

2.1. EUROPEAN UNION EXPERIENCE

In a discussing of the State Support Mechanisms for Social Entrepreneurship, the importance of the concept cannot be overstated.

Social Entrepreneurship as a concept entails:

- Filling the gaps of services and goods provision, where business operators or the government institutions are ineffective;
- Providing Social Services;
- Being Cost-effective;
- Employing people who are not competitive in the job market, providing them with vocational education and supporting their skill development;
- Carving out a pathway for social integration and poverty reduction; providing input in the preservation of nature, culture, non-formal education and etc.

Taking into account all of the above mentioned conceptual directions, the next issue is the importance of packaging them into a legislative framework reinforcing the concept, which would help to:

- Have a common understanding of the concept;
- To develop a policy for the Social Entrepreneurship;
- Have statistical information and make a trend analysis;
- Create supportive environment for Social Entrepreneurship from various sectors.

While discussing legal frameworks, we should identify the prerequisites to having and/or developing state support mechanisms of the Social Entrepreneurship:

1. Political will;
2. Supporting principles;
3. Government action plans;
4. Final goals to be achieved.

There are three broad approaches regarding the Social Enterprise legislative frameworks:

1. Adaptation of existing legal forms;
2. Creation of a social enterprise as a distinct legal status;
3. Recognition of specific types of non-profit organizations that would allow for the conduct of economic activity.

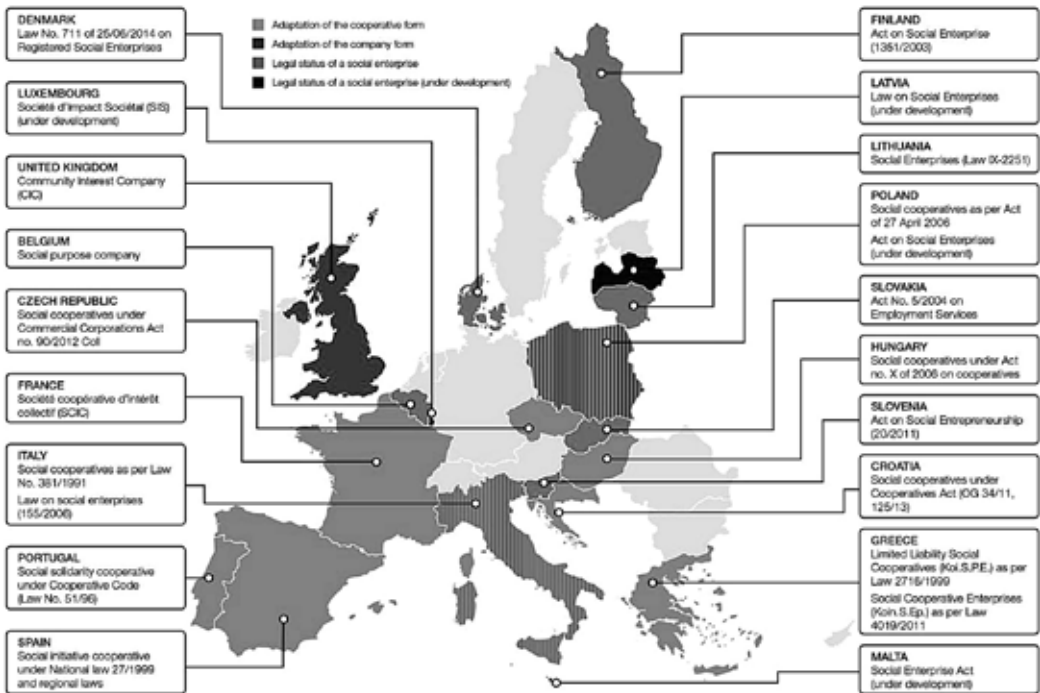


Fig 2. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe

To illustrate EU member states legislative frameworks towards the concept, review the fig.⁸ #2.

Please note, that:

- I. Social enterprise laws in Finland, Lithuania and Slovakia narrowly refer to work integration social enterprises;
- II. Italy is the only European state with both a Law on Social Cooperatives (legal form) and a Law on Social Enterprises (legal status);
- III. Poland has a specific legal form for social enterprises (social cooperatives); plus, a draft law proposes the creation of a legal status of a social enterprise;
- IV. Latvia has adopted the law on Social Entrepreneurship⁹ in 2018.

8. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169, Page 14 , Electronic, Available: : <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>

9. Social entrepreneurship in Latvia: a brief overview of the current situation, Social Entrepreneurship Association of Latvia, 1-38, Page 13, Electronic, Available: https://sua.lv/wp-content/uploads/2019/04/LSUA_report_2-ENG.pdf

To summarize briefly, in all 29 EU member states, we can find organisations fulfilling the general definition of social enterprise. Out of those, 16 countries have some form of a legislation that recognises and regulates Social Enterprise activities.

2.2. GEORGIAN EXPERIENCE

As mentioned earlier in the paper, Social Entrepreneurship development in Georgia has been initiated in early 2009 by the civil society organizations.

In the years since, as the good practices of such enterprises have been established, and there have been some manifest examples of SEs creating social impact and values in the society, the Center for Strategic Research and Development of Georgia (CSR DG) has prepared a Social Entrepreneurship Law initiative, and proposed it to the Parliament of Georgia for adoption in 2015. Following the shift of Georgian Economy towards the Estonian model, the legislative initiative was expected to undergo changes, accordingly.

In 2017, Arbeiter-Samariter-Bund (ASB) Georgia, within the EU funded project led by the CSR DG, arranged an international study trip on State Support Mechanisms for Social Entrepreneurship in the UK and Poland. The trip participants hailed from the organizations actively engaged in the social enterprise development, as well as the members of Georgian Parliament; the desired outcome was to raise awareness about the EU approach towards the field and importance of having a well- developed legislative framework. Upon return, the group of the MPs has proposed a draft law on Social Entrepreneurship authored by the CSR DG and a lawyer, Levan Alapishvili, to the Parliament of Georgia. The draft law has succeeded in passing the preliminary discussions in the committees, and, in the beginning of the 2019, was sent to the floor of the Parliament of Georgia.

The next step is a plenary hearing, where the initiative shall be reviewed by the all the members of the Parliament of Georgia.

3. SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND YOUTH

Youth engagement in the Social Entrepreneurship development seems to be a key for the sustainable development of the concept, highlighted by the following factors:

1. Importance of the SE in contributing towards the development of critical skills and competencies of young people to positively engage in a society, exercise leadership and become involved in social change;
2. The need of youth ideas, innovations, views and motivation for supporting already existing Social Enterprises and boosting the positive outcomes.

Having identified those factors, in 2012, CSRDG initiated a competition titled “Students in Support of Social Enterprises”, in order to promote the SE concept in youth, as well as to support Social Enterprises operating in Georgia, through youth-led innovative projects.

Generally, a competition is one of the best opportunities for students to apply their theoretical knowledge in the field, and implement it into practice.

The format of the competition consisted of the seven stages and lasted for six months. Starting from the open sessions about the SE, continuing to the idea development and tight cooperation between the students and Social Enterprises, the competition ended with the implementation of the youth-led projects. The winning team members were further sponsored so that to get an international experience in the chosen field.

During the competition, students worked with the coaches (mentors and experts in the field), in order to shape their ideas, prognosticate and model all the possible outcomes, which could be implemented with somewhat limited resources (time, finances, etc.).

The experience shows that students can play a significant role in creating a new line of products for Social Enterprises, raising the economic activity, solving the problems of SEs. Some examples of their successful involvement include solutions for a steady water supply, creation of the web-platforms and other promotional materials to support the enterprise.

The success of the project has proven that the ideas of actively involved youth could be transformed into actions with considerable outcomes for supporting the existing Social Enterprises.

In conclusion, the Social Entrepreneurship in Georgia has proven to be the gradually developing since 2009. During the last 10 years, the active involvement of private and public sector has created a

significant background for the foundation and further development of Social Enterprises. It is noteworthy that within the general support for the field of Social Entrepreneurship, European states highlighted the opportunities to make innovation-based social changes, and thus have greatly influenced innovative businesses. Hence, creating and strengthening versatile support mechanisms has been proven effective for the development of Social Enterprises and enhancing the innovation.

Bibliography:

1. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169, (Electronic)
 Available: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
2. Social Enterprise Alliance (USA), (Electronic)
 Available: <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>
3. Social Enterprise Alliance Georgia, (Electronic)
 Available: <http://seageorgia.ge/en/about-us/mission>
4. “Social Enterprise in Europe, Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth”, European Social Enterprise Law Association, 2015. (Electronic)
 Available: https://esela.eu/wp-content/uploads/2015/11/legal_mapping_publication_051015_web.pdf
5. “Social Entrepreneurship Development Trends in Georgia and It’s Influence on Innovative Business Decisions”, Giga Chitshvili, 2019, (Electronic)
 Available: <http://bit.ly/GigaChitishviliMATHesis>
6. “Social entrepreneurship in Latvia: A brief Overview of the Current Situation, Social Entrepreneurship Association of Latvia”, 1-38, (Electronic),
 Available: https://sua.lv/wp-content/uploads/2019/04/LSUA_report_2-ENG.pdf
7. Webpage of the European Union
 Available: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

ბიბა ჩიტიშვილი

ახალგაზრდული სოციალური მეწარმეობის
პროგრამების ხელმძღვანელი,
საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა
და განვითარების ცენტრი

სოციალური მენარეჟობა საქართველოში და მისი მნიშვნელობა ახალგაზრდების სოციალური ინტეგრაციისთვის

წინამდებარე ნაშრომი, „სოციალური მეწარმეობა საქართველოში და მისი მნიშვნელობა ახალგაზრდების სოციალური ინტეგრაციისთვის“, მიმოიხილავს სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციებს, ისტორიულ და ეკონომიკურ ჭრილში. ნაშრომში გაანალიზებულია კონცეფციის განვითარების საფუძვლები, სადაც განსაკუთრებული ყურადღება საქართველოს დაეთმობა. ასევე, განვიხილავთ სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების როლს ამ სფეროს განვითარებაში, როგორც საქართველოში დამკვიდრებულ პრაქტიკას.

სოციალური მეწარმეობა განიხილება, როგორც ისეთი ცვლილებების კონცეფცია, რომელიც მოწყვლად ახალგაზრდებს აძლევს ინტეგრაციის შესაძლებლობებს, მათი ეკონომიკური გაძლიერების და სოციალური ინკლუზიის საშუალებით. შემდგომ, განვიხილავთ წარმატებული სოციალური საწარმოების მაგალითებს, რათა ყურადღება გავამახვილოთ მათ როლზე გამოწვევასთან გამკლავებაში, გადაწყვეტის პოვნის მომენტამდე.

ნაშრომში შევამბუღებთ საქართველოს გამოცდილება სხვადასხვა სექტორში ჩართულობის კუთხით, რათა ხაზი გავუსვავთ სოციალური მეწარმეობის ქართული ეკოსისტემების ნაკლოვანებებსა და უპირატესობებს, და მოვახდინოთ მათი შედარება ევროპულთან.

გარდა ამისა, ნაშრომი ყურადღებას ამახვილებს სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერაში ახალგაზრდების ჩართულობის როლზე, დადებითი ცვლილებების წახალისებით, სოციალური საწარმოების ეკოსისტემების წინსვლის მხარდაჭერითა და უფრო ფართო აუდიტორიებთან ცნობიერების ამაღლების მეშვეობით.

1. სოციალური მენარეობის კონცეფცია - თეორიული მიდგომები და განვითარების ტენდენციები

სოციალური მეწარმეობის (SE) განვითარება ევროპაში, შეერთებულ შტატებსა და კანადაში 1970-იანი წლებიდან დაიწყო. 1990-იანებში, სხვადასხვა ქვეყნები შეუდგნენ კონცეფციის ჩამოყალიბებას და ფორმალიზებას, რათა მისთვის შემდგომი ბიძგი მიეცათ. ასე, ერთობლივი ძალისხმევით, შემუშავებულ იქნა კრიტერიუმები და მიდგომები, კონცეფციის მხარდასაჭერად.

იტალია ამ პროცესის მოწინავე ქვეყანა იყო, სადაც სოციალური მეწარმეობის განვითარება დაიწყო სოციალური თანამშრომლობის კანონმდებლობით განსაზღვრული ეკონომიკური ერთეულის ჩარჩოებში. შემდგომში, ეს ტენდენცია გავრცელდა, და იტალიას სხვა ევროპული ქვეყნებიც შეუერთნენ ამ ასპარეზზე.

სოციალურ მეწარმეობასთან დაკავშირებით ორი ძირითადი მიდგომა არსებობს:

- მიღებული შემოსავლებზე ორიენტირებული სოციალური საწარმოები;
- სოციალური ინოვაციაზე ორიენტირებული სოციალური საწარმოები;

ზოგადად, „მიღებული შემოსავლის“ მიდგომა კარგადაა დამკვიდრებული ევროკავშირის ქვეყნებში და ასევე საქართველოში, ხოლო „სოციალური ინოვაციის“ მიდგომა ძირითადად შეერთებულ შტატებშია გავრცელებული. ამავდროულად, უნდა გვახსოვდეს, რომ ეს ორი მიდგომა ურთიერთგამომრიცხავი არაა: ზოგი ორგანიზაცია ორივე მიდგომის გარკვეულ ასპექტებს აერთიანებს ბალანსის შესანარჩუნებლად და ბიზნესის განვითარების წარმატების უზრუნველსაყოფად.

ვინაიდან სოციალური მეწარმეობის სფეროში მის საბაზისო განსაზღვრებაზე სრული კონსენსუსი მიღწეული არ არის, სოციალური საწარმოები განიხილებიან, როგორც სოციალური, სამეწარმეო და მმართველობითი განზომილებების ერთობლიობა.¹

2011 წელს, ევროკავშირმა მიიღო სოციალური საწარმოების ინიციატივა,² რომელიც სოციალურ საწარმოებს განსაზღვრავს, როგორც „სოციალური მიზნებისა და სამეწარმეო სულისკვეთების გამაერთი-

1. Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth – European Social Enterprise Law Association, 2015, გვ.16. ბმული იძებნებოდა შემდეგ მისამართზე: https://esela.eu/wp-content/uploads/2015/11/legal_mapping_publication_051015_web.pdf

2. ევროკავშირის ოფიციალური ვებგვერდი, ბმული იძებნებოდა შემდეგ მისამართზე: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

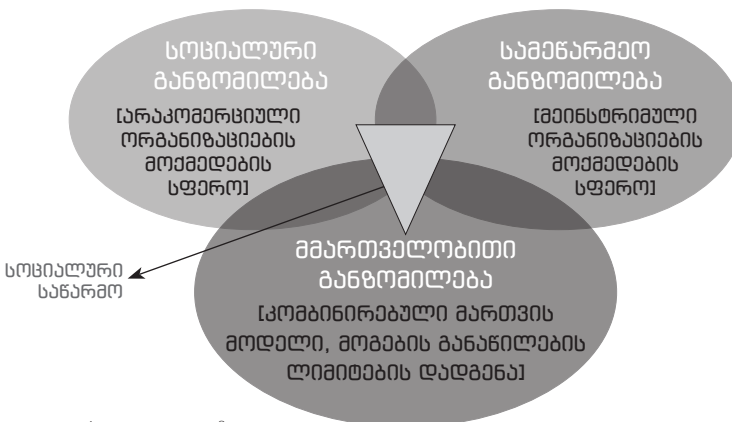
ანებელ ორგანიზაციებს, მიმართულებს უფრო ფართო სოციალური, გარემოსდაცვითი ან საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევისაკენ.“

იმისათვის, რომ სოციალური საწარმოების კრიტერიუმების შინაარსიანი განხილვა შევძლოთ, ყურადღება ამ სამ ძირითად ასპექტზე/ განზომილებაზე უნდა გავამახვილოთ:

სოციალური განზომილება – ესაა ძირითადი და მკაფიოდ ჩამოყალიბებული სოციალური მიზანი, რომელიც განასხვავებს სოციალურ საწარმოებს მეინსტრიმული (კომერციული) საწარმოებისაგან;

სამეწარმეო განზომილება – ესაა უწყვეტი ეკონომიკური საქმიანობა (ნორმალური ბიზნეს–პროცესის ფარგლებში), რომლის მთავარი პოსტულატია, რომ სოციალურმა საწარმოებმა უნდა შექმნან პროდუქტები ან სერვისები. სამეწარმეო განზომილება ასევე ნიშნავს სავაჭრო საქმიანობას, წარმოებული საქონლის ან სერვისის მომხმარებლებსათვის მიწოდების ვალდებულებას, რათა ადგილი ჰქონდეს ეკონომიკურ ბრუნვას, და მოხდეს სოციალური მისიის განხორციელება;

მმართველობითი განზომილება – ესაა ორგანიზაციის სოციალური მიზნების „ჩაბეტონების“ მექანიზმების არსებობა, და მოგების აქციონერებისათვის არგანაწილება. ის ასევე გულისხმობს გადაწყვეტილებების მიღების გუნდურ, და არა ინდივიდუალისტურ ხასიათს, და კომბინირებული მართვის მოდელს. ამრიგად, მმართველობითი განზომილება კიდევ უფრო მკვეთრად გამოყოფს სოციალურ საწარმოებს მეინსტრიმისა და ტრადიციული არაკომერციული ორგანიზაციების / სოციალური ეკონომიკის სუბიექტებისაგან.



ნახ. 1.1 სამი განზომილება³

3. სოციალური საწარმოების რუკა და მათი ეკოსისტემები ევროპაში – *Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union*, 2015. 1-169, გვ.12; ბმული იძებნება შემდეგ მისამართზე: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>

როგორც უკვე აღინიშნა, ევროკავშირის მიერ მიღებულ იქნა სოციალური საწარმოს განმარტება. თუმცა, ეს მუშა განსაზღვრება სოციალური საწარმოს „იდეალურ“ ტიპს მიესადაგება, რომელიც შემდეგ ძირითად კრიტერიუმებს უნდა აკმაყოფილებდეს:

- ორგანიზაცია უნდა იყოს ჩართული ეკონომიკურ საქმიანობაში: ეს ნიშნავს, რომ იგი უნდა მონაწილეობდეს საქონლის ან / და მომსახურების გაცვლის უწყვეტ საქმიანობაში;
- ის უნდა ისახავდეს ძირითად და მკაფიოდ ჩამოყალიბებულ სოციალურ მიზანს, სადაც ეს უკანასკნელი განიმარტება, როგორც საზოგადოებისათვის სარგებლის მომტანი;
- მას უნდა ჰქონდეს მოგებისა და/ან აქტივების განაწილების ლიმიტები: ამგვარი ლიმიტების დანიშნულებაა სოციალური მიზნების პრიორიტეტიზაცია მოგების მიღებასთან შედარებით;
- ის უნდა იყოს დამოუკიდებელი, ანუ, გააჩნდეს ორგანიზაციული ავტონომია სახელმწიფოსა და სხვა ტრადიციული კომერციული ორგანიზაციებისაგან;
- მას უნდა ჰქონდეს ინკლუზიური მმართველობა, ანუ ისეთი, რომელიც ხასიათდება გადაწყვეტილებების მიღების მონაწილეობითი და / ან დემოკრატიული პროცესებით.

ორგანიზაციული წარმონაქმნები, რომლებიც ამ კრიტერიუმებს აკმაყოფილებენ, შეიძლება ჩაითვალოს სოციალურ საწარმოებად. ასეთი ორგანიზაციები, რომლებიც პასუხობენ ევროკავშირის სოციალური საწარმოს განმარტებას, ოცდაცხრავე წევრ ქვეყანაში იძებნება, თუმცა იურისდიქციებს შორის არსებობს განსხვავებები სამართლებრივ ჩარჩოებსა და ადგილობრივ განსაზღვრებებში.

შევადართოთ გაერთიანებული სამეფოსა და აშშ–ს მიდგომები კონცეფციის მიმართ, სახელმწიფო პოლიტიკის დონეზე.

გაერთიანებული სამეფოს სამთავრობო პროგრამების არაეფექტურობის, შრომის ბაზრის გამოწვევებისა და შეუსაბამო ეკონომიკური პოლიტიკის ფონზე, სოციალური მეწარმეობის განვითარება ქვეყნის მესვეურთა მთავარ პრიორიტეტად იქცა. 1998 წელს, დაარსდა „სოციალური საწარმო გაერთიანებული სამეფო“. 2002 წელს, მთავრობამ მიიღო 3 წლიანი სტრატეგიული გეგმა კონცეფციის განვითარების თაობაზე, რომელშიც სოციალური საწარმოები განიმარტებოდნენ, როგორც „ძირითადად სოციალური მიზნების მქონე ბიზნესები, რომლებიც ნამატის უმეტესი წილის რეინვესტირებას ახდენენ ან ბიზნესშივე, ან თემში, მოცემული მიზნის მისაღწევად, და რომელთაც არ

ამოძრავებს აქციონერებისა და მესაკუთრეების მოგების მაქსიმალური ზრდის მოტივაცია.”

გაერთიანებული სამეფოს მთავრობა: ვაჭრობისა და მრეწველობის დეპარტამენტი (2002)

შეერთებულ შტატებში, სოციალური მეწარმე აღიქმებოდა, როგორც ცვლილებების აგენტი, რომელიც სოციალური გამოწვევების ინოვაციურ გადაწყვეტას პოულობდა. კონცეფციის შემუშავების პირველივე დღიდან, არასამთავრობო ორგანიზაციები ჩართულები იყვნენ ეკონომიკურ საქმიანობაში, რათა პრობლემის მოგვარებისათვის მხარი დაეჭერათ სავაჭრო საქმიანობის მეშვეობით. 1970 წლიდან აღმოცენებული ტერმინი „სოციალური მეწარმეობა“ ეკონომიკური სუბიექტების ვიწრო და შეზღუდულ (ძირითადად, არასამთავრობო ორგანიზაციები) წრეს მოიცავდა, რომელიც მოწყვლადი ინდივიდებისა და/ან ჯგუფების დასაქმების გამოწვევას უმკლავდებოდა. შემდგომ წლებში, კონცეფცია ვითარდებოდა, და 1998 წელს, შეიქმნა „სოციალურ საწარმოთა ალიანსი აშშ“, რომელმაც სოციალური საწარმოები განისაზღვრა, როგორც „ორგანიზაციები, რომლებიც საბაზისო შეუსრულებელ მოთხოვნილებებს ან სოციალური პრობლემების მოგვარებას განახორციელებენ ბაზარზე ორიენტირებული მიდგომის მეშვეობით.

სოციალურ საწარმოთა ალიანსი ამერიკის შეერთებული შტატები⁴

ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში კონცეფციის განვითარების ტენდენციების გათვალისწინებით, ქართული გამოცდილება აღმოსავლეთ პარტნიორობის რეგიონის ქვეყნებს შორის გამოირჩევა, როგორც ძალზე წარმატებული.

საქართველოში სოციალური მეწარმეობის განვითარების ამომავალი წერტილი საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის (CSRDG), ბრიტანეთის საბჭოსა და ევროპის ფონდის (ყოფილი ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი) ერთობლივ ინიციატივას უკავშირდება. 2009 წელს, ტერმინის ქართულ ენაზე თარგმნასთან პარალელურად, განხორციელდა პირველი სოციალური მეწარმეობის პროექტი; ის მიზნად ისახავდა კონცეფციის პრაქტიკაში გატესტვას და მის შესახებ ცნობიერების ამაღლებას ეროვნულ დონეზე.

„იმ დროისათვის, ჩვენ სოციალური მეწარმეობა მიგვაჩნდა სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებისთვის მდგრადობის მიღწევისა და მენარჩუნების ერთერთ გზად. მოგვიანებით, გავაცნობიერეთ, რომ ეს არ

4. სოციალურ საწარმოთა ალიანსი (აშშ),: <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>

იყო ერთადერთი სარგებელი, რომლის მიღებაც შეგვეძლო ამ კონცეფციიდან. მეტიც, სოციალური საწარმოების სოციალური მიზნები ერთმანეთისაგან სრულიად განსხვავებულია, და უმეტესწილად არ უკავშირდება სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მდგრადობას”⁵; ამბობს სოციალური მეწარმეობის განვითარების პროგრამის კოორდინატორი ეკა დათუაშვილი.

დღესდღეობით, სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას მხარს უჭერს საქართველოში მოქმედი რამდენიმე საერთაშორისო დონორი, ასევე, ამ სფეროში მომუშავე და ცვლილებების იმპულსის მატარებელი მრავალი ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაცია.

2016 წელს, ამ სფეროში მოქმედი მრავალი ორგანიზაციის მიერ დაფუძნებულ იქნა „სოციალური საწარმოების ალიანსი“. ალიანსი არის ჰოლდინგისებრი პრინციპით სტრუქტურირებული ორგანიზაცია, რომლის მიზანია სოციალური საწარმოების განვითარების ხელშეწყობი გარემოს შექმნა, არსებული საწარმოების მდგრადობისა და ახალი სოციალური საწარმოების ინიცირების უზრუნველყოფა.⁶

სოციალური საწარმოების ალიანსი:

- წარმოადგენს მისი წევრების საერთო ინტერესებს სხვადასხვა სექტორების წარმომადგენლების წინაშე;
- ზრდის საზოგადოების ცნობიერებას ამ სფეროსთან მიმართებაში;
- მხარს უჭერს სამომავლო მჭიდრო თანამშრომლობის მექანიზმების შექმნას სამთავრობო ინსტიტუტებსა და ამ სფეროში მოქმედ სუბიექტებს შორის, რათა მიღებულ იქნას საკანონმდებლო ჩარჩო და მოხდეს საქართველოში სოციალური მეწარმეობის გაძლიერება.

აღიარებენ რა ქართული საზოგადოების წინაშე არსებულ მრავალ სოციალურ გამოწვევას, ქვეყანაში მოქმედი სოციალური საწარმოები კონცენტრაციას ძირითადად შემდეგ მიმართულებებზე აკეთებენ:

- თემებში მოწყვლადი პირების რე-სოციალიზაციისა და ინტეგრაციის მხარდაჭერა;
- სოციალური და ეკონომიკური გაძლიერებისათვის ნაკლები შესაძლებლობების მქონე პირების მიერ წარმოებული პროდუქციის რეალიზაცია;

5. სოციალური მეწარმეობის განვითარების ტენდენციები საქართველოში და მათი გავლენა ინოვაციურ ბიზნეს-გადაწყვეტილებებზე, გიგა ჩიტიშვილი, 2019, გვ.19. <http://bit.ly/GigaChitishviliMATHesis>

6. სოციალური საწარმოების ალიანსი საქართველო, ბმული იძებნებოდა შემდეგ მისამართზე: <http://seageorgia.ge/en/about-us/mission/>

- ტრადიციული მემკვიდრეობის, ადგილობრივი თემების კულტურისა და ხელობის შენარჩუნება და განვითარება;
- სოციალური მომსახურების გაწევა მათთვის, ვინც ამას საჭიროებს;
- ინკლუზიური საზოგადოებისა და ეკოლოგიური საკითხების შესახებ ცნობიერების ამაღლება, მათ შორის გარემოსდაცვითი ცნობიერება, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა ინტეგრაცია და ა.შ.

საზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალურად დაუცველი ახალგაზრდების საზოგადოებაში ინტეგრაცია იმ გამოწვევას წარმოადგენს, რომელზეც აქტიურად მუშაობენ როგორც საქართველოში, ასევე ევროკავშირში მოქმედი რამდენიმე წარმატებული სოციალური საწარმოები.

1.1. სოციალური საწარმო „ჩუ“

„ჩუ“ არის ძალზე სიმბოლური სახელის მქონე („ჩუ“, ანუ ჩუმად ყოფნის მოწოდება) სოციალური საწარმო, რომელიც ახალგაზრდა ინოვატორის მიერ არის დაარსებული და შესტების ენის პოპულარიზაციის მიზნით შექმნილ სამაგიდო თამაშს წარმოადგენს. (იხ ქვემოთ სურ 1.)

სოციალური საწარმოს შექმნის იდეა წარმოიშვა სმენადაქვეითებული პირისა და მისი მეგობრის (რომელმაც შემდგომ დააარსა „ჩუ“) ურთიერთობიდან. თავისთავად კომუნიკაცია უკვე გამოწვევა იყო,



სურ. 1. შესტური ენის სამაგიდო თამაში (სოციალური საწარმო „ჩუ“)

რამაც წარმოშვა იდეა, რომ სხვადასხვა ნიშნების სწავლა საზოგადოებაში ინკლუზიურობის მხარდაჭერას საგრძნობლად გააძლიერებდა. კომპანია მიზნად ისახავს სმენადაქვეითებული ახალგაზრდებისათვის შესაძლებლობების შექმნას სასწავლო ინსტრუმენტის, ინკლუზიური ჯგუფური სამაგიდო თამაშის, მეშვეობით. თამაში რეკომენდებულია ნ წლის ზემოთ ასაკისათვის.

თამაშის ძირითადი პრინციპი საკმაოდ მარტივია: თითოეულ ბარათზე დაბეჭდილია სიტყვის ამსახველი სხვადასხვა ნიშანი, განმარტებებით და თამაშის დეტალური ინსტრუქციებით, რაც ნიშნების სწავლას და დამახსოვრებას ამარტივებს.

სოციალური საწარმო „ჩუ“ საქართველოში პირველია, ვინც ასეთ პროდუქტს აწარმოებს; ამით შეიქმნა პრეცედენტი სხვა კომპანიებისათვის, რომლებიც, შესაძლოა, დაინტერესდნენ მოსახლეობის სმენადაქვეითებული სემენტით.

”სოციალურმა საწარმომ შექმნა პროდუქტი, რომელიც საზოგადოებისთვის საინტერესოა არა მხოლოდ მისი სოციალური გავლენით, არამედ როგორც ინოვაციური პროდუქტი”,⁷ ამბობს „ჩუ“-ს დამფუძნებელი სალომე წიკვაძე.

საქართველოს რეგიონებში, საკომუნიკაციო გამოწვევები შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე და არმქონე ახალგაზრდებს შორის გაცილებით უფრო მწვავედ გვევლინება, ვიდრე დედაქალაქში, თბილისში. სწორედ ამიტომ, სოციალურმა საწარმომ შექმნა პერსონაჟი „ჩუ“, რომელიც მთელი ქვეყნის მასშტაბით მოგზაურობს, და ინკლუზიური საზოგადოებისთვის ჟესტების ენის შესწავლის მნიშვნელობაზე ცნობიერების ამაღლებითაა დაკავებული. სოციალური საწარმოს დაარსების დღიდან, თამაშის მეშვეობით ჟესტების ენა 200-ზე მეტმა ახალგაზრდამ შეისწავლა.

1.2. სოციალური საწარმო „სან პატრინიანო“

როგორც უკვე აღინიშნა, იტალია ევროპის მოწინავე ქვეყანა იყო, რომელიც სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას 1970-იანი წლებიდან უჭერდა მხარს.

„სან პატრინიანო“ ევროპაში ერთერთი პირველი წარმატებული საწარმოა, რომელიც მიზნად ისახავს ნარკოტიკული და ალკოჰოლუ-

7. სოციალური მეწარმეობის განივითარების ტენდენციები საქართველოში და მათი გავლენა ინოვაციურ ბიზნეს-გადაწყვეტილებებზე, გიგა ჩიტიშვილი, 2019, გვ.30. ბმული იძებნებოდა შემდეგ მისამართზე: <http://bit.ly/GigaChitishviliMATHesis>



რი დამოკიდებულების მქონე პირების რესოციალიზაციას, ასწავლის მათ დამოკიდებულებების დაძლევის გზებს და ათასობით ბავშვსა და ოჯახს აძლევს მომავლის იმედს.

სოციალური საწარმო დაარსდა 1978 წელს ყოფილი ნარკოდამოკიდებული ადამიანების მიერ, რომლებმაც გაიარეს რეაბილიტაცია, და გამოცდილებიდან იცოდნენ დამოკიდებულებების მქონე ადამიანების საჭიროებები და მიდგომები. „სან პატრინიანო“, რომელიც ფერმის ერთი ნაგებობიდან დაიწყო, ამჟამად ჰექტარობით მიწაზეა გაშლილი, და წარმოადგენს იმ ხალხის თემს ვისაც ესაჭიროება დახმარება თავიანთ დამოკიდებულებებთან ბრძოლაში. დაარსების დღიდან გასულ 40 წელიწადში, „სან პატრინიანო“-მ დაახლოებით 26,000 ადამიანი მიიღო, და შეუძლია სრული რეაბილიტაციის 72%-იანი მაჩვენებლით დაიტრახოს. ამჟამად, სოციალური საწარმო 1,315 ბენეფიციარს და მათ ოჯახებს ემსახურება.

საწარმო შემდეგი მოდელით მუშაობს: ბენეფიციარები მათთვის მიწოდებული სარეაბილიტაციო მომსახურების, მათ შორის 24-საათიანი მოვლის, შრომითი, ხელოვნებისა და სპორტული თერაპიების არანაირ ხარჯებს არ იხდიან. ბენეფიციარებისათვის ამ მომსახურების მისაწოდებლად საჭირო თანხები საწარმოს ძირითადი ეკონომიკური საქმიანობიდან მიიღება: მომსახურებისა და საქონლის წარმოებით. თემის ყველა მაცხოვრებელი ჩართულია საწარმოს ეკონომიკურ საქმიანობაში.

„სან პატრინიანო“ ყიდის ისეთ პროდუქტებს და მომსახურებებს, როგორცაა:

- საკვები პროდუქტები და ღვინო;
- გრაფიკული დიზაინის სერვისი;
- ძაღლებისა და ცხენების მოვლის სერვისები;
- ყვავილები.

„სან პატრინიანო“-ს მაგალითი კიდევ უფრო შთამბეჭდავია იმის გათვალისწინებით, რომ იტალიის „ნარკოტიკების კანონი“ ითვალისწინებს თავისუფლების აღკვეთის ალტერნატიულ ფორმას, და ამ ჩარჩოს ფარგლებში, სოციალური საწარმო ნარკოდაანაშაულებისათვის დაპატიმრებულ პირებს სთავაზობს მკურნალობას, აღდგენას, სოციალურ ინტეგრაციასა და სასარგებლო უნარების შეძენის შესაძლებლობებს.

უფრო მეტიც, „სან პატრინიანო“-მ ნარკომანიის პრევენცია საწარმოს მიზნად აქცია. შესაბამისად, ყოველწლიურად 6,000-ზე მეტი საშუალო სკოლის უფროსი კლასების მოსწავლე სტუმრობს სარეაბილიტაციო დაწესებულებას, რათა პირისპირ შეხვდნენ ნარკოდაამოკიდებულებიდან გამომდინარე პრობლემებს და სიღრმისეულად გაეცნონ ნარკოტიკებთან დაკავშირებულ გართულებებს, მათგან, ვინც ეს საკუთარ თავზე გამოსცადა.

„სან პატრინიანო“-ს შემთხვევა არის იმის საუკეთესო მაგალითი, თუ როგორაა შესაძლო მარგინალიზებული ახალგაზრდების ინტეგრაცია საზოგადოებაში სოციალური მეწარმეობის მეშვეობით.

2. სოციალური მენარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმები

2.1. ევროკავშირის გამოცდილება

სოციალური მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმებზე მსჯელობისას კონცეფციის მნიშვნელობა, გადაჭარბების გარეშე, უდიდესია.

სოციალური მეწარმეობა, როგორც კონცეფცია, მოიცავს:

- მომსახურების და საქონლის მიწოდების ხარვეზების გასწორებას, სადაც ბიზნეს-ოპერატორები ან სამთავრობო ინსტიტუტები არაეფექტურები აღმოჩნდებიან;
- სოციალური მომსახურებების უზრუნველყოფას;
- რენტაბელობას;

- სამუშაო ბაზარზე არაკონკურენტუნარიანი პირების დასაქმებას, მათ უზრუნველყოფას პროფესიული განათლებითა და უნარების განვითარებით;
- სოციალური ინტეგრაციისა და სიღარიბის დაძლევის გზის მოკვლევა; საკუთარი წვლილის შეტანა ბუნების დაცვის, კულტურის, არაფორმალური განათლების და ა.შ. საკითხებში.

ყველა ზემოხსენებული კონცეპტუალური მიმართულების გათვალისწინებით, შემდეგი ნაბიჯია მათი საკანონმდებლო ჩარჩოში მოქცევა, კონცეფციის გაძლიერების მიზნით, რაც ხელს შეუწყობს:

- კონცეფციის საერთო გაგების ჩამოყალიბებას;
- სოციალური მეწარმეობის პოლიტიკის შემუშავებას;
- სტატისტიკური ინფორმაციის მოპოვებას და ტენდენციების ანალიზს;
- სხვადასხვა სექტორის მხრიდან, სოციალური მეწარმეობისათვის მხარდაჭერი გარემოს შექმნას.

იურიდიული ჩარჩოების განხილვისას, მნიშვნელოვანია სოციალური მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმების წინაპირობების იდენტიფიცირება:

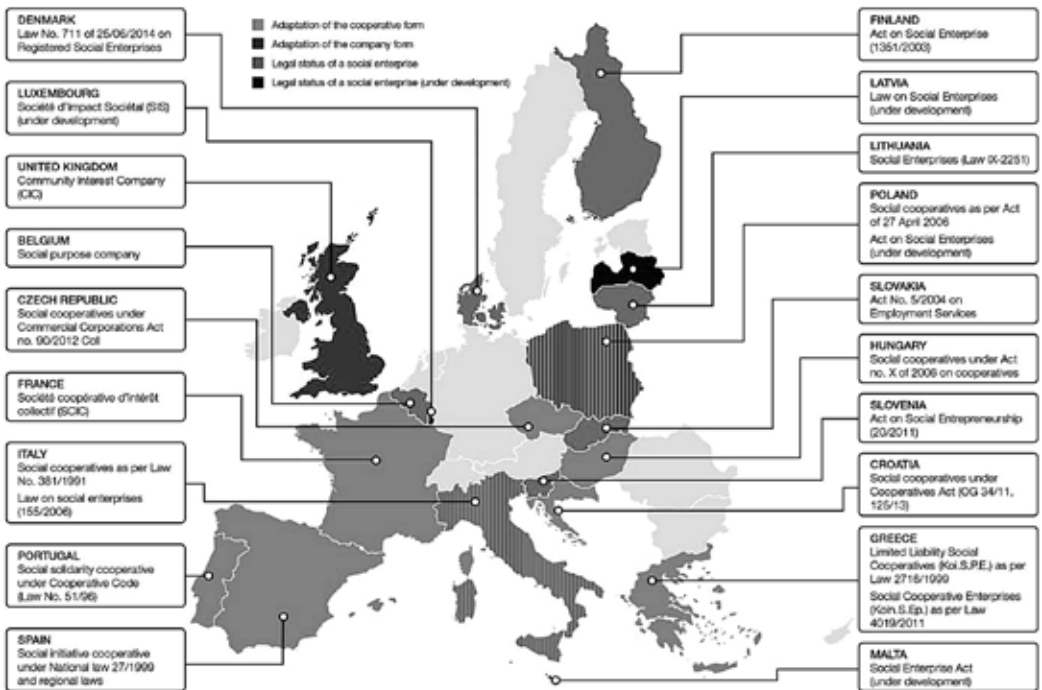
1. პოლიტიკური ნება;
2. მხარდაჭერის პრინციპები;
3. მთავრობის სამოქმედო გეგმები;
4. საბოლოოდ მისაღწევი მიზნები.

სოციალური საწარმოს იურიდიულ ჩარჩოებთან დაკავშირებით, სამი ფართო მიდგომა არსებობს:

1. არსებული სამართლებრივი ფორმების ადაპტაცია;
2. სოციალური საწარმოს, როგორც გამოკვეთილი სამართლებრივი სტატუსის შექმნა;
3. არაკომერციული ორგანიზაციების სპეციფიური ტიპების აღიარება, რაც მათ ეკონომიკური საქმიანობის წარმართვის საშუალებას მისცემს.

ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების კონცეფციის საკანონმდებლო ჩარჩოების საილუსტრაციოდ, იხ. ნახ.# 2⁸

8. სოციალური საწარმეობის რუკა და მათი ეკოსისტემები ევროპაში – *Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169*, გვ.14; ბმული იძებნებოდა შემდეგ მისამართზე: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>



ნახ. 2. სოციალური საწარმოების რუკა და მათი ეკოსისტემები ევროპაში ასევე გასათვალისწინებელია, რომ:

- I. ფინეთის, ლიტვისა და სლოვაკეთის კანონმდებლობა სოციალურ საწარმოებზე ძალზე ვიწროდ მიუთითებს მხოლოდ შრომითი ინტეგრაციის სოციალურ საწარმოებზე;
- II. იტალია ევროპის ერთადერთი ქვეყანაა, სადაც არსებობს კანონი როგორც სოციალური კოოპერატივების შესახებ (სამართლებრივი ფორმა), ასევე სოციალური საწარმოების შესახებ (სამართლებრივი სტატუსი);
- III. პოლონეთს აქვს სპეციალური სამართლებრივი ფორმა სოციალური საწარმოებისთვის (სოციალური კოოპერატივები), ასევე, წარმოდგენილია კანონპროექტი სოციალური საწარმოს იურიდიული სტატუსის შექმნის თაობაზე;
- IV. ლატვიამ სოციალური მეწარმეობის შესახებ კანონი 2018 წელს მიიღო.⁹

9. *Social entrepreneurship in Latvia: a brief overview of the current situation, Social Entrepreneurship Association of Latvia*, 1-38, გვ. 13, ბმული იძენებოდა შემდეგ მისამართზე: https://sua.lv/wp-content/uploads/2019/04/LSUA_report_2-ENG.pdf

მოკლე შეჯამების სახით ვიტყვით, რომ 29-ვე ევროკავშირის წევრ ქვეყანაში მოიძებნება ორგანიზაციები, რომლებიც აკმაყოფილებენ სოციალური საწარმოს ზოგადი განსაზღვრებას. მათგან 16 ქვეყანაში, ამა თუ იმ ფორმატით არსებობს სოციალური საწარმოს საქმიანობის მარეგულირებელი კანონმდებლობა.

2.2. საქართველოს გამოცდილება

როგორც ნაშრომში უკვე აღინიშნა, სოციალური მეწარმეობის განვითარება საქართველოში სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ინიცირებული იყო, 2009 წლის დასაწყისში.

შემდგომ წლებში, ასეთი საწარმოების კარგი პრაქტიკის ჩამოყალიბებისა და სოციალური საწარმოების მიერ საზოგადოებაში სოციალური გავლენის და ფასეულობების შექმნის ნათელი მაგალითების ფონზე, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრმა (CSR DG) მოამზადა სოციალური მეწარმეობის შესახებ საკანონმდებლო ინიციატივა და 2015 წელს წარუდგინა იგი პარლამენტს განსახილველად. საქართველოს ეკონომიკის ესტონური მოდელისკენ სწრაფვის ფონზე, მოსალოდნელი იყო, რომ საკანონმდებლო ინიციატივაც შესაბამის ცვლილებებს განიცდიდა.

2017 წელს, Arbeiter-Samariter-Bund (ASB) Georgia-მ, ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული პროექტის ფარგლებში, რომელსაც CSR DG უძღვებოდა, მოეწყო საერთაშორისო სასწავლო ვიზიტი ბრიტანეთსა და პოლონეთში სოციალური მეწარმეობის სახელმწიფო მხარდაჭერის მექანიზმების თემატიკით. ვიზიტში მონაწილეობა მიიღეს სოციალური მეწარმეობის განვითარებაში აქტიურად ჩართული სხვადასხვა ორგანიზაციების წევრები, ასევე საქართველოს პარლამენტარები; სასურველი შედეგი მოიცავდა ამ სფეროში ევროკავშირის მიდგომებისა და დახვეწილი საკანონმდებლო ჩარჩოს არსებობის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებას. დაბრუნებისას, პარლამენტარების ჯგუფმა CSR DG-ისა და იურისტი ლევან ალაფიშვილის მიერ შემუშავებული სოციალური მეწარმეობის შესახებ კანონპროექტი წარუდგინა საქართველოს პარლამენტს. კანონპროექტმა წარმატებით გაიარა წინასწარი განხილვები კომიტეტებში, და, 2019 წლის დასაწყისში, გადაეგზავნა საქართველოს პარლამენტს მოსასმენად.

შემდეგი ნაბიჯი გახლავთ პლენარული მოსმენა, რომელზეც ინიციატივა განხილულ იქნება საქართველოს პარლამენტის ყველა წევრის მიერ.

3. სოციალური მენარემობა და ახალგაზრდობა

ახალგაზრდობის ჩართულობა სოციალური მეწარმეობის განვითარებაში არის კონცეფციის მდგრადი განვითარების საწინდარი, რასაც ხაზს უსვამს შემდეგი ფაქტორები:

1. სოციალური მეწარმეობის მნიშვნელობა ახალგაზრდების კრიტიკული უნარებისა და კომპეტენციების განვითარებაში, რაც ხელს შეუწყობს საზოგადოებაში მათ პოზიტიურად ჩართვას, ლიდერობის გამოვლენას და სოციალურ ცვლილებებში მონაწილეობას;

2. ახალგაზრდული იდეების, ინოვაციების, ხედვისა და მოტივაციის საჭიროება უკვე არსებული სოციალური საწარმოების მხარდაჭერისა და პოზიტიური შედეგების წახალისებისათვის.

2012 წელს, CSRDG-მ, მოახდინა რა ამ ფაქტორების იდენტიფიცირება, წამოიწყო კონკურსი „სტუდენტები სოციალური საწარმოების მხარდასაჭერად“, რომელიც ინოვაციური პროექტების მეშვეობით ახალგაზრდებში სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის პოპულარიზაციას და მოქმედი სოციალური საწარმოების მხარდაჭერას ისახავდა მიზნად.

ზოგადად, კონკურსი სტუდენტებისთვის ერთერთი საუკეთესო შესაძლებლობაა ამ სფეროში საკუთარი თეორიული ცოდნის გამოსაყენებლად და მისი პრაქტიკაში დასანერგად.

კონკურსის ფორმატი მოიცავდა შვიდ ეტაპს და ტარდებოდა ექვსი თვის განმავლობაში. ის სოციალური მეწარმეობის შესახებ ღია სესიებით იწყებოდა, გრძელდებოდა იდეების განვითარებით და სტუდენტების სოციალურ საწარმოებთან მჭიდრო თანამშრომლობით, და სრულდებოდა ახალგაზრდული პროექტების განხორციელება–დანერგვით. გამარჯვებული გუნდის წევრები იღებდნენ შემდგომ დაფინანსებას შერჩეულ დარგში საერთაშორისო გამოცდილების მისაღებად.

კონკურსის განმავლობაში, სტუდენტები მუშაობენ მენტორებთან (დარგის ექსპერტებთან), რათა შეძლებოდათ თავიანთი იდეების ჩამოყალიბება, პროგნოზირება და ყველა შესაძლო შედეგის მოდელირება პროექტის გარკვეულწილად შეზღუდულ რესურსების (დრო, ფინანსები და ა.შ.) პირობებში დანერგვის მიზნით.

გამოცდილება აჩვენებს, რომ სტუდენტებს შეუძლიათ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშონ სოციალური საწარმოებისათვის პროდუქტების ახალი ხაზის შექმნის პროცესში, ეკონომიკური საქმიანობის გაძლიერებაში და სოციალური მეწარმეობის პრობლემების გადაწყვეტაში.

მათი წარმატებული ჩართულობის მაგალითებია მუდმივი წყლის მიწოდების პროექტი, ვებ-პლატფორმებისა და სხვა სარეკლამო მასალების შექმნა საწარმოს მხარდასაჭერად.

პროექტის წარმატებამ დაამტკიცა, რომ შესაძლოა აქტიურად ჩართული ახალგაზრდობის იდეების გარდაქმნა ისეთ ქმედებებში, რომლებიც საგრძნობ შედეგებს მოიტანს არსებული სოციალური საწარმოების მხარდაჭერის კუთხით.

დასკვნის სახით, ავლნიშნავთ, რომ საქართველოში სოციალური მეწარმეობა თანმიმდევრულად ვითარდება 2009 წლიდან. ბოლო 10 წლის განმავლობაში, კერძო და საჯარო სექტორის აქტიურმა მონაწილეობამ შექმნა ძლიერი წინაპირობა სოციალური საწარმოების დაარსებისა და შემდგომი განვითარებისათვის. აღსანიშნავია, რომ სოციალური მეწარმეობის დარგის ზოგადი მხარდაჭერის ფარგლებში, ევროპული ქვეყნები ხაზგასმით მიანიშნებენ ინოვაციებზე დაფუძნებული სოციალური ცვლილებების შესაძლებლობებზე, და ამით, დიდ გავლენას ახდენენ ინოვაციურ ბიზნესებზე. შესაბამისად, მხარდაჭერის მრავალფეროვანი მექანიზმების შექმნა და გაძლიერება უაღრესად ეფექტური აღმოჩნდა სოციალური საწარმოების განვითარებისა და ინოვაციების გაუმჯობესებისათვის.

ბიბლიოგრაფია:

1. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe – Employment, Social Affairs and Inclusion, European Union, 2015. 1-169, (Electronic)
Available:
<https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
2. Social Enterprise Alliance (USA), (Electronic)
Available: <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>
3. Social Enterprise Alliance Georgia, (Electronic)
Available: <http://seageorgia.ge/en/about-us/mission>
4. “Social Enterprise in Europe, Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth”, European Social Enterprise Law Association, 2015. (Electronic)
Available: https://esela.eu/wp-content/uploads/2015/11/legal_mapping_publication_051015_web.pdf
5. “Social Entrepreneurship Development Trends in Georgia and It’s Influence on Innovative Business Decisions”, Giga Chitshvili, 2019, (Electronic)
Available: <http://bit.ly/GigaChitishviliMATHesis>
6. “Social entrepreneurship in Latvia: A brief Overview of the Current Situation, Social Entrepreneurship Association of Latvia”, 1-38, (Electronic),
Available: https://sua.lv/wp-content/uploads/2019/04/LSUA_report_2-ENG.pdf
7. Webpage of the European Union
Available: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

Tetiana GorokhovaPhD, Associate Professor,
Marketing and Business-Administration Department,
SHEE “Priazovskyi State Technical University”

YOUTH POLICY IN UKRAINE AND THE ROLE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

In the last decade, the topic of social entrepreneurship has become more common both in public life and scientific research in Ukraine. It has been discussed at various events and attracted many NGOs, initiative groups, or simply people active in the area. Despite that, social entrepreneurship in Ukraine is still in the early phases of development.

Although growth has been achieved in many aspects of its development, social enterprises have not become an integral part of the social, economic, political and cultural contexts of the country. Certain basic legal, political, educational and organizational measures can help create a proper environment for social entrepreneurship and social economy development so that to improve the national and regional economies and welfare systems in the Ukraine.

Social entrepreneurship as a part of the social economy still remains a novelty for Ukraine. The terms “social entrepreneurship” and “social enterprise” do not have legally approved definitions. The term “social entrepreneurship” tends to be associated with the activities of charities or social integration of disadvantaged and disabled people, and not entrepreneurship per se. Stereotypes, misunderstanding and lack of awareness negatively affect social enterprises’ growth and financing prospects and are a pivotal factor in preventing building relationships with partners and prospective customers. Ukrainian legislation does not provide a definition of social enterprise, doesn’t recognize social enterprises, and has not adopted any specific normative acts regulating the activities of such enterprises. Since the national concept of social enterprise development is absent, it is important at the initial stages of legitimizing social enterprise to include a definition of the concept which is in line with EU definition and trends [1;9].

The niche for the development of social enterprises in Ukraine is significant. According to the experts of the All-Ukrainian Resource Centre of Social Entrepreneurship Development “Social Initiatives”, there are considerable opportunities, which will encourage the creation of an increasing number of social enterprises in Ukraine, among them:

- 1) availability of resources that are not used by traditional businesses, in particular human resources (people with disabilities, internally displaced persons, people who have left prison, young people);
- 2) consumer loyalty to the product grown/manufactured by the social enterprises;
- 3) social entrepreneurship is supported by international foundations and organizations; this promotes creation and development of a social enterprise;
- 4) big business is always interested in outsourcing, thus allowing small businesses, including social enterprises, to grow;
- 5) absence of a law that would regulate social entrepreneurship provides an opportunity to choose the most optimal organizational-legal form for the social enterprise, both in terms of the business model and in terms of the model of taxation [8].

The overall level of entrepreneurship in Ukraine, including social entrepreneurship, is quite low. The activity of the vast majority of enterprises is focused on the labor of hired workers. Self-employment is underdeveloped. Small and medium enterprise (SME) statistics show the existence of pseudo-entrepreneurs who are actually employees of other companies. Today, society still has a negative perception of entrepreneurship and business, partly related to the legacy of the former Soviet economy and the influence of oligarchs.

Ukrainian subjects of social economy are characterized by the absence of:

- developed skills for social integration, in particular, social interaction skills, adequate skills for integration in the labor market;
- entrepreneurship and management skills, including marketing, finance, business planning, development and forecasting;

- skills to comply with the requirements of regulatory acts, reporting requirements, ability to negotiate;
- skills for the development of social enterprises that ensure the sustainable development of the sector.

In Ukraine, social enterprises don't operate on the market on the same terms as commercial ones. The access to procurement resources and opportunities for cooperatives, social enterprises and NGOs, on the one hand, and large firms, on the other, is far from being equal.

The authors' monitoring of territorial distribution of local social enterprises is based on the original research (pic.1). Unfortunately, not all information is published because the work on the formation and filing is still ongoing. The differences are explained by the lack of the unified criteria for inclusion in the subject's social entrepreneurship and that distorts the information field and demonstrates the systemic problems of the formation of social entrepreneurship in Ukraine.



Pic.1 Territorial distribution of local social enterprises of Ukraine, 2017-2018 (author's compilation)

Among the 150 entities of the Catalog of social enterprises (SE) of Ukraine 2017-2018, 112 SEs were created in the last 10 years (from 2008 to 2017), of which 66 SEs were registered in 2015-2016. 78 social

enterprises employed up to 5 persons, 26 joint ventures - 6-10 persons, in 15 joint ventures 11-20 individuals were officially employed. Only four SEs had more than 100 employees. 10 social enterprises subsisted only with the support of the volunteer workforce.¹

In order to achieve commercial viability, newly established social enterprises require start-up financing in the form of non-repayable financial assistance. Their development requires more capital and resources that can be raised through projects.

91 SEs from the Catalog listed employment of vulnerable groups (people with disabilities, ATO veterans, internally displaced persons, etc.) as their main activity. 79 SEs generated revenue to support the organization. 60 SEs generated revenues to provide services to the specific groups of population. 40 SEs funded certain types of services. Only 5 SEs have indicated that they were involved in environmental protection or environmental issues. A social enterprise is able to carry out several activities simultaneously.²

Social enterprises, with their goal of being financially effective and socially transformative, are particularly apt at generating locally-driven responses to a wide array of issues. Social enterprises therefore bring a unique contribution to achieving sustainable development goal 8 and sustainable development goal 10. And when they are led by young people, they also contribute to youth development and empowerment.

In Ukraine, social entrepreneurship is still underrepresented in the education system. For the most part, social entrepreneurship is explored through informal training courses made available by grant funding. The most famous training venue is the School of Youth Social Entrepreneurship in Lviv. The project is being implemented by the City Institute in cooperation with the Krakow City Development Institute with the financial support of the Polish Ministry of Foreign Affairs [2;3].

The priority areas of the project are training young entrepreneurs, providing them with the knowledge about the fundamental principles of social entrepreneurship and skills needed to start and manage their own business, creating a favorable environment for creative projects of youth business [5]. The Youth Social Entrepreneurship School and

1. Social Entrepreneurship in Ukraine , (Electronic), Available: <https://socialbusiness.in.ua/>

2. Final report: According to findings of the research “Social enterprises in Ukraine”. Law on Cooperation, Retrieved from, (Electronic), Available: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1087-15?lang=en>

mentoring programs are aimed at supporting social business projects, creating social advertising to promote social entrepreneurship.

The legislation of Ukraine does not define the social enterprise and does not contain any specific normative acts regulating the activity of such enterprises. However, there are provisions in various legal instruments, including those related to youth policy, that allow the creation of enterprises that can be classified as social by international standards: Civil Code of Ukraine, Economic Code of Ukraine, Law of Ukraine “On Public Associations”, Law of Ukraine “On Fundamentals of Social Protection of People with Disabilities in Ukraine”, Law of Ukraine “On Social Services” [6]. Thus, according to the laws of Ukraine, the models (forms) of social entrepreneurship in Ukraine are:

- individual entrepreneur;
- non-governmental organization;
- individual entrepreneur attached to an NGO;
- charity fund;
- limited liability company;
- citizens’ union enterprise.

Article 8 of the Law of Ukraine “On Fostering Youth Socialisation and Development in Ukraine” claims: “Support to Entrepreneurial Initiative and Entrepreneurship of Youth”, which indicates that the State will “support the development of entrepreneurial initiatives of young people, as well as foster the establishment of youth business centers and business incubators”. [6]

The context and principles of the national youth policy in Ukraine for 2016-2020 are defined by the Concept State Target Social Programme “Youth of Ukraine” for 2016-2020.

In the list of priorities is “Youth Entrepreneurship”, with the purpose of promoting the development of youth entrepreneurship, self-employment and effective advancement of young people in the entrepreneurial environment.

With regard to the government support for entrepreneurs in Ukraine, there is a government body called “The State Committee of Ukraine for Regulatory Policy and State Support for Entrepreneurship”, which is responsible for creating a favorable business climate. The Ministry of Labor and the State Committee mainly coordinate employment and youth entrepreneurship state geared towards private enterprises.

According to the article 26 of the Law of Ukraine “On Employment of the Population”, an employer who provides a job placement to a first-time recruit, a graduate from a vocational, technical or higher educational institution with the 2-year study minimum, enjoys certain incentives set by the government. Such an employer will get his expenses related to hiring of a youth – his contributions to the compulsory state social insurance – reimbursed in full, in monthly installments, for 1 year (anywhere from 36.3% to 49.7%) [6].

Article 28 of the Law of Ukraine “On Employment of the Population” provides for state support for young professionals who are employed in rural areas [6].

Young workers are provided with housing for the duration of their employment and one-time targeted assistance at ten times the minimum wage. If a young employee has been employed in such a rural settlement for at least ten years, the housing shall be transferred to him/her permanently via the property deed.

As other members of the social and solidarity economy, youth social enterprises engage diverse stakeholders in a common search for solutions to issues in a manner that sustainably and equitably leverage social capital and assets. This can ultimately generate economic and social opportunities for vulnerable groups and, therefore, reduce inequalities as well as promote their inclusion. In turn, this process can contribute to a systemic change from the ground up. For this to become significantly more widespread, and for youth social enterprises to reach their full potential, ecosystems composed of conducive policies and regulatory frameworks need to be put in place.

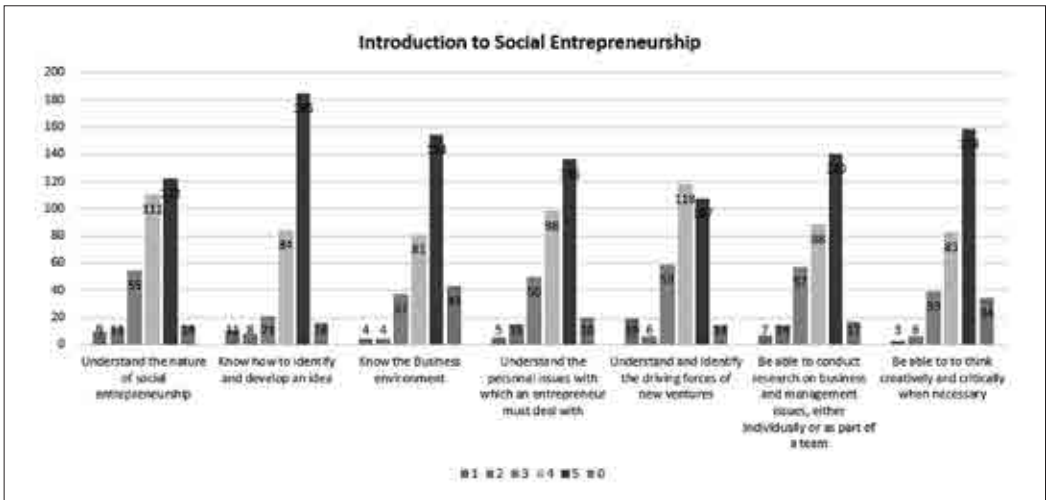
The obstacles and constraints to the growth of social entrepreneurship are usually associated with a lack of understanding of the concept of “social entrepreneurship” by public servants, the general public, investors and potential clients.

An important task is to raise awareness of social entrepreneurship, to promote ideas and concepts, to understand the principles of social entrepreneurship, and to become aware of the prospects of this field of activity.

The need for legal regulation of social enterprises is obvious. The legislation on social enterprises should promote:

- awareness of the concept and legal definition of social enterprises;
- positive civic attitude towards social enterprises;
- development of state support measures for SE;
- introduction of statistical accounting of SE.

Within the research (336 young people), the participants were asked for their opinion regarding how important it was for potential entrepreneurs to be aware of some general aspects of entrepreneurship and social entrepreneurship (results are shown in the chart below). The findings from this portion of the survey indicate that the participants found most parts and aspects of social entrepreneurship important or very important on a scale of 0 (Don't know) to 5 (Very important). Nevertheless, the most emphasis was placed on three particular elements and those were “the ability to think critically”, “know how to identify and develop an idea” and “knowledge of the business environment” (pic.2).



Pic. 2. Introduction to Social Entrepreneurship (0 – Don't know; 1- not important; 2-somewhat important; 3 – moderately important; 4 – quite important; 5 – very important)

Social entrepreneurship legislation can play the role of a framework document that defines the subject matter, basic criteria and procedures for granting social enterprise status to a specific entity, as well as determines the authority of the government, regional and local authorities to develop social enterprises.

The following infrastructure facilities are important in strengthening and optimizing the processes of social enterprise development and social cooperation: business support institutions, local / regional / national associations, consortia and cooperative groups, or social enterprises.

These associations are responsible for enhancing cooperation and establishing partnerships with public authorities, non-governmental organizations, businesses and other types of interaction networks. Consortia are formed to participate in joint activities or share resources to achieve common goals.

Some social economy entities, including social entrepreneurs, are united into networks usually supported by international donors and programs, some of which: German-Ukrainian Fund, USAID, British Council, UNICEF, GIZ, Danish Refugee Council, Diamond Challenge (USA), Eastern Europe Foundation, Erasmus for Young Entrepreneurs, Caritas, etc.

There are several development programs that implement their grant projects in Ukraine through local partner organizations directly or indirectly related to the social economy and social entrepreneurship, in particular: Economic opportunities for the victims of the conflict (USAID), Active citizens (British Council), Creative Enterprise Ukraine (Nesta and PwC), Ukraine Cultural Skills (British Council).

In the future, business support institutions (entrepreneurship development centers, training centers, advisory institutions) should be strengthened to support social enterprises, ensure their long-term activity, and develop new models of entrepreneurship.

The main tasks should be: to disseminate knowledge about social entrepreneurship, best national and international practices of social enterprises through seminars, trainings, round tables, meetings with practitioners, through social networks and case studies; compiling a list of the most pressing social issues for the city or region and target groups for creating social values; preliminary analysis of the market (in terms of potential buyers of manufactured goods or services); defining a market niche for the development of a social enterprise with little or no competition, in order to increase the opportunities for cooperation and joint projects.

Thus together, these policies need to foster dynamic skills development, ensure the availability of sufficient financial capital, generate efficient

technical support, and develop an enabling infrastructure. Also, an empowering culture and societal norms supportive of social entrepreneurship are needed to fully reap the benefits of youth social entrepreneurship.

REFERENCES:

1. Anton S. Filipenko (2017), "A Social and Solidarity Economy: The Ukrainian Choice". Cambridge Scholars Publishing, 230 p.
2. Empowering Social Entrepreneurs for Innovation, Inclusive Growth and Jobs. Strasbourg Declaration. Retrieved from: http://transitionproject.eu/wp-content/uploads/2014/01/strasbourg-declaration_en.pdf
3. Final report: According to findings of the research "Social Enterprises in Ukraine". Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1087-15?lang=en>
4. Gap analysis of Ukrainian youth legislation in relation to recommendations of the EU-Ukraine Association agreement and other relevant EU policies (2015). Retrieved from: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/gap_analysis_of_national_youth-legislation
5. Gorokhova T. Social entrepreneurship in Ukraine: Tendency of Development / Tetiana Gorokhova // Університетська наука - 2019: тези доп. Міжнар. науково-техн. конф. (Мариуполь, 16-17 травня 2019 р): в 4 т. Т. 3: факультети: транспортних технологій, економічний / ДВНЗ "ПДТУ". – Мариуполь: ПДТУ, 2019. – С. 134-135
6. Legislation of Ukraine. Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua>
7. Nazaruk V. Five Great Social Entrepreneurship Development Opportunities in Ukraine. Retrieved from: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>
8. Resource Centre "Social Initiatives" – "Social Entrepreneurship in Ukraine". Retrieved from: <http://www.socialbusiness.in.ua>
9. Rodchenko V. B., Prus Yu. I. (2017) Social Entrepreneurship in Ukraine: Problems and Prospects. Проблеми економіки, 3, 72-78.

თედიანა ბორხოვა

მეცნიერებათა დოქტორი,
მარკეტინგისა და ბიზნეს ადმინისტრირების
დეპარტამენტის ასოცირებული პროფესორი,
პრიაზოვის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტი

ახალგაზრდული პოლიტიკა უკრაინაში და სოციალური ენერჯიზაციის როლი მის განვითარებაში

ბოლო ათწლეულის მანძილზე, უკრაინაში სოციალური მეწარმეობის თემამ ადგილი დაიმკვიდრა როგორც საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, ასევე სამეცნიერო კვლევებში. იგი განიხილება სხვადასხვა ღონისძიებებზე და იზიდავს მრავალ არასამთავრობო ორგანიზაციას, საინიციატივო ჯგუფს თუ უბრალოდ ამ სფეროში აქტიურ ადამიანს. მიუხედავად ამისა, უკრაინაში სოციალური მეწარმეობა ჯერაც განვითარების ადრეულ ეტაპზეა.

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალურმა საწარმოებმა თავისი განვითარების მრავალი მიმართულებით მიაღწიეს ზრდას, ისინი ვერ გახდნენ ქვეყნის სოციალური, ეკონომიკური, პოლიტიკური და კულტურული კონტექსტის განუყოფელი ნაწილი. ზოგადი ხასიათის იურიდიული, პოლიტიკური, საგანმანათლებლო და ორგანიზაციული ზომები ხელს შეუწყობდა სოციალური მეწარმეობისა და სოციალური ეკონომიკის განვითარებისათვის სათანადო გარემოს შექმნას, უკრაინაში ეროვნული და რეგიონალური ეკონომიკების და სოციალური უზრუნველყოფის სისტემების გაუმჯობესების მიზნით.

სოციალური მეწარმეობა, როგორც სოციალური ეკონომიკის ნაწილი, უკრაინისათვის კვლავაც უცხო ხილად რჩება. ტერმინებს „სოციალური მეწარმეობა“ და „სოციალური საწარმო“ არ გააჩნიათ კანონისმდებარე და მტკიცებულებული განმარტება. ტერმინი „სოციალური მეწარმეობა“ მეტწილად უკავშირდება საქველმოქმედო საქმიანობას, ან დაუცველი

და შებენიერი შესაძლებლობების მქონე პირთა სოციალურ ინტეგრაციას, მაგრამ არა თავად მეწარმეობას. სტერეოტიპები, გაუგებრობები და ცნობიერების ნაკლებობა უარყოფით გავლენას ახდენს სოციალურ საწარმოთა ზრდისა და დაფინანსების პერსპექტივებზე, და წარმოადგენს მნიშვნელოვან დამაბრკოლებელ ფაქტორს პარტნიორებთან და პოტენციურ მომხმარებლებთან ურთიერთობების განვითარებაში. უკრაინის კანონმდებლობა არ გვაძლევს სოციალური საწარმოს განმარტებას, ის არ ცნობს სოციალურ საწარმოებს და არ შეიცავს რაიმე კონკრეტულ ნორმატიულ აქტს, რომელიც ასეთი საწარმოების საქმიანობას დაარეგულირებდა. ვინაიდან არ არსებობს სოციალურ საწარმოთა განვითარების ეროვნული კონცეფცია, სოციალური საწარმოს ლეგიტიმიზაციის საწყის ეტაპებზე მნიშვნელოვანია კონცეფციის ისეთი განმარტება, რომელიც შეესაბამება ევროკავშირის დეფინიციასა და ტენდენციებს [1; 9].

უკრაინაში სოციალური საწარმოების განვითარების ნიშა საკმაოდ მოცულობითია. სრულიად უკრაინის სოციალური მეწარმეობის განვითარების რესურსცენტრი „სოციალური ინიციატივების“ ექსპერტების აზრით, უკრაინაში სოციალური საწარმოების რაოდენობრივი ზრდის წახალისების მნიშვნელოვანი შესაძლებლობები არსებობს. მათ შორისაა:

- 1) რესურსების ხელმისაწვდომობა, რომლებიც არ გამოიყენება ტრადიციული ბიზნესების მიერ, კერძოდ, ადამიანური რესურსები (შებენიერი შესაძლებლობის მქონე პირები, იძულებით გადაადგილებული პირები, ყოფილი მსჯავრდებულები, ახალგაზრდობა);
- 2) მომხმარებელთა ერთგულება სოციალური საწარმოების მიერ მოყვანილი/შექმნილი პროდუქტის მიმართ;
- 3) სოციალურ მეწარმეობას მხარს უჭერენ საერთაშორისო ფონდები და ორგანიზაციები, რაც წახალისებს სოციალური საწარმოების შექმნას და განვითარებას;
- 4) დიდი ბიზნესი ყოველთვის დაინტერესებულია აუთსორსინგით, რაც მცირე ბიზნესებს, მათ შორის სოციალური საწარმოებს, ზრდის საშუალებას აძლევს.
- 5) სოციალური მეწარმეობის მარეგულირებელი კანონის არარსებობა, სოციალური საწარმოსათვის ყველაზე ოპტიმალური ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არჩევის საშუალებას იძლევა, როგორც ბიზნეს მოდელის, ასევე საგადასახადო რეჟიმის თვალსაზრისით [8].

უკრაინაში მეწარმეობის საერთო დონე, სოციალური მეწარმეობის ჩათვლით, საკმაოდ დაბალია. საწარმოების დიდი უმრავლესობის საქმიანობა ორიენტირებულია დაქირავებული მუშების შრომაზე. თვითდასაქმების სექტორი განუვითარებელია. მცირე და საშუალო საწარმოთა (SME) სტატისტიკური მონაცემები ცხადყოფს ფსევდო მეწარმეობის არსებობას, რომლებიც რეალურად სხვა კომპანიების თანამშრომლები არიან. დღევანდელი მდგომარეობით, საზოგადოებას კვლავ აქვს მეწარმეობისა და ბიზნესის უარყოფითი აღქმა, ნაწილობრივ დაკავშირებული ყოფილი საბჭოთა ეკონომიკის მემკვიდრეობასთან და ოლიგარქების გავლენასთან.

სოციალური ეკონომიკის უკრაინულ სუბიექტებს ახასიათებთ შემდეგი თვისებების/უნარების არქონა:

- სოციალური ინტეგრაციისათვის განვითარებული უნარები, კერძოდ, სოციალური ინტერაქციის უნარები, შრომის ბაზარზე ინტეგრაციის ადეკვატური უნარები;
- მეწარმეობისა და მართვის უნარები, მარკეტინგის, ფინანსების, ბიზნესის დაგეგმვის, განვითარების და პროგნოზირების უნარების ჩათვლით;
- მარეგულირებელი აქტების მოთხოვნების შესრულების, ანგარიშგების მომზადების, მოლაპარაკებების წარმოების უნარები;
- სოციალური საწარმოების განვითარების უნარები, რომლებიც უზრუნველყოფენ სექტორის მდგრად განვითარებას.

უკრაინაში, სოციალური საწარმოები ბაზარზე იგივე პირობებით არ მოქმედებენ, რაც კომერციულები. არ არსებობს თანაბარი წვდომა შესყიდვების რესურსებზე თუ განვითარების შესაძლებლობებზე კოოპერატივებისათვის, სოციალური საწარმოებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციებისათვის, ერთის მხრივ, და მსხვილი კომპანიებისათვის, მეორეს მხრივ.

ნაშრომის ავტორმა მოახდინა ადგილობრივი სოციალური საწარმოების ტერიტორიული განლაგების მონიტორინგი, რომელსაც ემყარება ავტორის ორიგინალური კვლევა (სურ.1). სამწუხაროდ, სრული ინფორმაციის გამოქვეყნება ვერ ხერხდება, რადგან მუშაობა ანალიზის ფორმირებაზე ჯერაც მიმდინარეობს. განსხვავებები განპირობებულია სუბიექტის სოციალურ მეწარმეობაში ჩართვის ერთიანი კრიტერიუმების არარსებობით, რაც ამახინჯებს საინფორმაციო ველს და გვიწვევს სისტემურ პრობლემებს უკრაინაში სოციალური მეწარმეობის ფორმირებასთან მიმართებაში.

ნახ.1 უკრაინის ადგილობრივი სოციალური საწარმოების ტერიტორიული განლაგება, 2017-2018 (ავტორისეული კომპილაცია)



უკრაინის 2017-2018 წლების სოციალურ საწარმოთა (SE) კატალოგის 150 ერთეულს შორის, 112 შეიქმნა ბოლო 10 წლის განმავლობაში (2008 წლიდან 2017 წლამდე), რომელთაგან 66 რეგისტრირებულია 2015-2016 წლებში. 78 სოციალურ საწარმოს დასაქმებული ჰყავდა 5-მდე ადამიანი, 26 ერთობლივი საწარმოს - 6-10 თანამშრომელი ირიცხებოდა, ხოლო 15 ერთობლივ საწარმოში ოფიციალურად 11-20 ადამიანი იყო დასაქმებული. მხოლოდ ოთხ სოციალურ საწარმოში ირიცხებოდა 100-ზე მეტი თანამშრომელი. 10 სოციალური საწარმო კი მუშაობდა მხოლოდ მოხალისე მუშა ხელის მხარდაჭერის ხარჯზე¹

კომერციული სიცოცხლისუნარიანობის მისაღწევად, ახლად შექმნილ სოციალური საწარმოები საჭიროებენ სტარტ-აპ დაფინანსებას აუნაზღაურებელი ფინანსური დახმარების სახით. მათი განვითარება მოითხოვს მეტ კაპიტალს და რესურსებს, ვიდრე პროექტების საშუალებით შეიძლება იყოს მოძიებული.

კატალოგში ჩამოთვლილი საწარმოებიდან, 91 სოციალურმა საწარმომ მოწყვლადი ჯგუფების (შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების, ATO ვეტერანების, იძულებით გადაადგილებულ პირების და ა.შ.) დასაქმება ძირითად საქმიანობად დაასახელა. 79 სოციალური საწარმო, თავის შესანახად, შემოსავალს იღებდა. 60 სოციალურმა სა-

1. სოციალური მეწარმეობა უკრაინაში, (ელექტრონული), ხელმისაწვდომია <https://socialbusiness.in.ua/>

წარმომ მიიღო შემოსავლები მოსახლეობისთვის გარკვეული ჯგუფებისათვის მომსახურების გაწევის ხარჯზე. 40 სოციალურმა საწარმომ დააფინანსა გარკვეული ტიპის მომსახურება. მხოლოდ ხუთმა საწარმომ მიუთითა, რომ ისინი ჩართულნი იყვნენ გარემოსდაცვით საქმიანობაში და საკითხებში. სოციალურ საწარმოს შეუძლია ერთდროულად რამდენიმე აქტივობის განხორციელება²

სოციალურ საწარმოებს, რომელთაც ფინანსურად ეფექტიანობისა და სოციალურად ტრანსფორმაციულობის მიზნები ამოძრავებთ, განსაკუთრებულად აქვთ მიდრეკილება საკითხების ფართო სპექტრზე ადგილობრივად-გენერირებული პასუხების გაცემის მიმართ. შესაბამისად, სოციალურ საწარმოებს უნიკალური წვლილი შეაქვთ მდგრადი განვითარების მიზანი #8 და მდგრადი განვითარების მიზანი #10-ს მიღწევაში. ხოლო როდესაც მათ ახალგაზრდები უძღვებიან, ისინი ასევე ხელს უწყობენ ახალგაზრდობის განვითარებასა და გაძლიერებას.

უკრაინაში სოციალური მეწარმეობა ჯერაც სუსტად არის წარმოდგენილი განათლების სისტემაში. უმეტესწილად, სოციალური მეწარმეობის შესწავლა ხდება არაფორმალური ტრენინგების გზით, რომლის ხელმისაწვდომობა საგრანტო დაფინანსებითაა განპირობებული. ტრენინგების ჩატარების ყველაზე ცნობილი ადგილი ქ. ლვოვის ახალგაზრდული სოციალური მეწარმეობის სკოლაა. პროექტს ახორციელებს სითი ინსტიტუტი, კრაკოვის ქალაქის განვითარების ინსტიტუტთან თანამშრომლობით, პოლონეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ფინანსური მხარდაჭერით [2; 3].

პროექტის პრიორიტეტული მიმართულებებია ახალგაზრდა მეწარმეების სწავლება, მათი სოციალური მეწარმეობის ფუნდამენტური პრინციპებისა და საკუთარი ბიზნესის წამოწყებისა და მართვისათვის საჭირო უნარ-ჩვევების ცოდნით აღჭურვა, ახალგაზრდული ბიზნესის შემოქმედებითი პროექტებისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა [5]. ახალგაზრდული სოციალური მეწარმეობის სკოლა და სამენტორო პროგრამები მიზნად ისახავენ სოციალური ბიზნესის პროექტების მხარდაჭერას, სოციალური რეკლამის შექმნას სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიზნით.

უკრაინის კანონმდებლობა არ განსაზღვრავს სოციალურ საწარმოს და არ შეიცავს ასეთი საწარმოების საქმიანობას მარეგულირებელ რაიმე სპეციფიურ ნორმატიულ აქტს. ამასთან, არსებობს ცალკეუ-

2. საბოლოო ანგარიში: «Social enterprises in Ukraine». Law on Cooperation“ კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, მოპოვებული ბმულიდან <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1087-15?lang=en>)

ლი დებულებები სხვადასხვა იურიდიულ ინსტრუმენტებში, მათ შორის ახალგაზრდულ პოლიტიკასთან დაკავშირებულები, რომლებიც იძლევა საშუალებას შეიქმნას ისეთი საწარმოები, რასაც საერთაშორისო სტანდარტებით შეიძლება სოციალურის კლასიფიკაცია მიენიჭოს: უკრაინის სამოქალაქო კოდექსი, უკრაინის ეკონომიკური კოდექსი, უკრაინის კანონი "საზოგადოებრივი გაერთიანებების შესახებ", უკრაინის კანონი "უკრაინაში შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების სოციალური დაცვის საფუძვლების შესახებ", უკრაინის კანონი "სოციალური მომსახურების შესახებ" [6]. ამრიგად, უკრაინის კანონმდებლობის თანახმად, უკრაინაში ფუნქციონირებს შემდეგი სოციალური მეწარმეობის მოდელები (ფორმები):

- ინდივიდუალური მეწარმე;
- არასამთავრობო ორგანიზაცია;
- არასამთავრობო ორგანიზაციასთან „მიმაგრებული“ ინდივიდუალური მეწარმე;
- საქველმოქმედო ფონდი;
- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება;
- მოქალაქეთა პროფკავშირული საწარმო.

“უკრაინაში ახალგაზრდული სოციალიზაციისა და განვითარების ხელშეწყობის შესახებ” უკრაინის კანონის მე-8 მუხლი აცხადებს “ახალგაზრდების სამეწარმეო ინიციატივასა და მეწარმეობის მხარდაჭერას”, და მიუთითებს, რომ სახელმწიფო „ხელს შეუწყობს ახალგაზრდების სამეწარმეო ინიციატივების შემუშავებას, ასევე მხარს დაუჭერს ახალგაზრდული ბიზნეს ცენტრების და ბიზნესის ინკუბატორების შექმნას”. [6]

2016-2020 წლების უკრაინის ახალგაზრდული ეროვნული პოლიტიკის კონტექსტი და პრინციპები განსაზღვრულია 2016-2020 წლების კონცეფციის სახელმწიფო მიზნობრივი სოციალური პროგრამით „უკრაინის ახალგაზრდობა“.

პრიორიტეტების ჩამონათვალში არის „ახალგაზრდული მეწარმეობა“, ახალგაზრდული მეწარმეობის განვითარების, თვითდასაქმებისა და ახალგაზრდების ეფექტური წინსვლის ხელშეწყობის მიზნით.

რაც შეეხება უკრაინაში მეწარმეებისთვის მთავრობის მხარდაჭერას, არსებობს სამთავრობო ორგანო სახელწოდებით „უკრაინის სახელმწიფო კომიტეტი მარეგულირებელი პოლიტიკისა და მეწარმეობისთვის სახელმწიფო მხარდაჭერისთვის“, რომელიც პასუხისმგებელია ხელსაყრელი ბიზნეს კლიმატის შექმნაზე. შრომის სამინისტრო და სახელმწიფო კომიტეტი ძირითადად კოორდინაციას უწევენ დასაქმებასა და ახალგაზრდული მეწარმეობის კერძო საწარმოებზე მართულ ზოგად მდგომარეობას.

უკრაინის კანონის „მოსახლეობის დასაქმების შესახებ“ 26-ე მუხლის თანახმად, დამსაქმებელი, რომელიც სამსახურში აიყვანს დამწყებ მუშაკს, ანუ ახალგაზრდას, რომელმაც მიიღო პროფესიულ-ტექნიკური თუ უმაღლესი განათლება, სპეციალობის არანაკლებ ორ წლიანი სწავლებით, და რომლისთვისაც ეს პირველი სამსახურია, სარგებლობს სახელმწიფოს მიერ დადგენილი გარკვეული შეღავათებით. ასეთ დამსაქმებელს, სახელმწიფო თვითრად, ერთი წლის განმავლობაში, აუნაზღაურებს ახალგაზრდა მუშაკის დაქირავების ხარჯებს – სავალდებულო სახელმწიფო სოციალური დაზღვევის შენატანებს, სრული ოდენობით (36.3% -დან 49.7% -მდე) [6].

„მოსახლეობის დასაქმების შესახებ“ უკრაინის კანონის 28-ე მუხლი ითვალისწინებს სახელმწიფო დახმარებას ახალგაზრდა პროფესიონალებისთვის, რომლებიც დასაქმებულნი არიან სოფლად [6].

ახალგაზრდა მუშაკებს ეძლევათ საცხოვრებელი ადგილი დასაქმების სრული პერიოდის განმავლობაში, და ერთჯერადი მიზნობრივი დახმარება მინიმალური ხელფასის ათმაგი ოდენობით. ახალგაზრდა თანამშრომლებს, რომლებიც სოფლად მინიმუმ ათი წლის განმავლობაში მუშაობენ, საცხოვრებელი სახლი გადაეცემა მუდმივ საკუთრებაში.

როგორც სოციალური და სოლიდარობის ეკონომიკის სხვა წევრები, ახალგაზრდული სოციალური საწარმოები უზრუნველყოფენ მრავალი დაინტერესებული მხარის ჩართულობას, პრობლემების გადაჭრის საერთო ძეგნის პროცესში, ისე, რომ მდგრად და თანაბრად გამოიყენონ სოციალური კაპიტალი და აქტივები. საბოლოო ჯამში, ამან შეიძლება შექმნას ეკონომიკური და სოციალური შესაძლებლობები მოწყვლადი ჯგუფებისათვის და, შესაბამისად, შეამციროს უთანასწორობა, ისევე როგორც ხელი შეუწყოს ამ ჯგუფების ინკლუზიას. თავის მხრივ, ამ პროცესს შეუძლია ხელი შეუწყოს ქვემოდან ზევით მიმართულ სისტემურ ცვლილებას. ამის უფრო ფართოდ გავრცელებისათვის და ახალგაზრდული სოციალური საწარმოებისათვის თავიანთი სრული პოტენციალის მისაღწევად, შესაქმნელია ხელშემწყობი პოლიტიკისა და მარეგულირებელი ჩარჩოებისაგან შემდგარი ეკოსისტემები.

სოციალური მეწარმეობის ზრდისათვის დაბრკოლებები და შეზღუდვები ხშირად უკავშირდება საჯარო მოხელეების, ფართო საზოგადოების, ინვესტორებისა და პოტენციური კლიენტების მიერ „სოციალური მეწარმეობის“ კონცეფციის გაცნობიერების დაბალ დონეს.

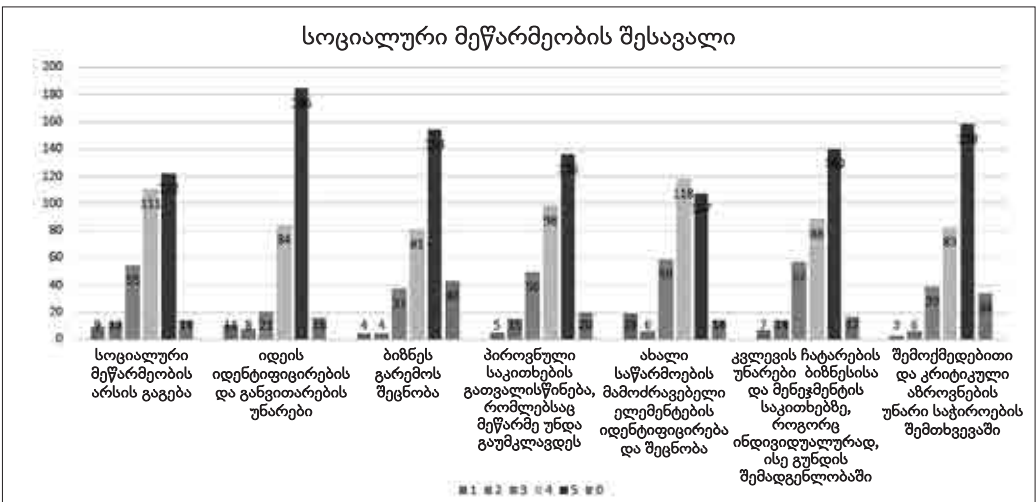
მნიშვნელოვანი ამოცანაა სოციალური მეწარმეობის ცნობიერების ამაღლება, იდეების და კონცეფციების პოპულარიზაცია, სოციალური მეწარმეობის პრინციპების გააზრება და ამ სფეროში საქმიანობის პერსპექტივების გაცნობა.

სოციალური საწარმოების სამართლებრივი რეგულირების საჭიროება სრულიად აშკარაა. სოციალური საწარმოების შესახებ კანონმდებლობა ხელს უნდა უწყობდეს:

- ცნობიერებას სოციალური საწარმოების კონცეფციისა და სამართლებრივი განმარტების შესახებ;
- პოზიტიურ სამოქალაქო დამოკიდებულებას სოციალური საწარმოების მიმართ;
- სოციალური საწარმოების სახელმწიფო მხარდაჭერის ზომების შემუშავებას;
- სოციალური საწარმოების სტატისტიკური აღრიცხვის შემოღებას.

კვლევის ფარგლებში (336 ახალგაზრდა) მონაწილეებს ჰკითხეს მათი მოსაზრება, თუ რამდენად მნიშვნელოვანი იყო პოტენციური მეწარმეებისათვის მეწარმეობისა და სოციალური მეწარმეობის ზოგადი ასპექტების შესახებ ინფორმირებულობა (შედეგები ნაჩვენებია ქვემოთ მოცემულ გრაფიკზე). კვლევის ამ ნაწილის დასკვნები გვიჩვენებს, რომ მონაწილეთა აზრით, სოციალური მეწარმეობის უმეტესი ასპექტი მნიშვნელოვანი ან ძალიან მნიშვნელოვანი იყო, შკალით 0 –დან (არ ვიცი) 5–მდე (ძალიან მნიშვნელოვანი). მიუხედავად ამისა, ყველაზე მეტი ყურადღება გამახვილდა სამ კონკრეტულ ელემენტზე, ესენი იყო „კრიტიკულად აზროვნების უნარი“, „იდეის ამოცნობისა და განვითარების უნარი“ და „ბიზნეს გარემოს ცოდნა“ (სურ.2).

სურ. 2. შესავალი სოციალური მეწარმეობაში (0 – არ ვიცი; 1 – არ არის მნიშვნელოვანი; 2 – ნაკლებად მნიშვნელოვანი; 3 – ზომიერად მნიშვნელოვანი; 4 – საკმაოდ მნიშვნელოვანი; 5 – ძალიან მნიშვნელოვანი)



- სოციალური მეწარმეობის არსის გაგება;
- იდეის ამოცნობის და განვითარების ცოდნა;
- ბიზნეს გარემოს ცოდნა;
- მეწარმის წინაშე მდგარი პირადი საკითხების გააზრება;
- ახალი საწარმოების მამოძრავებელი ძალების იდენტიფიცირება და გაგება;
- ბიზნესისა და მართვის საკითხებზე კვლევის ჩატარების უნარი, ინდივიდუალურად თუ გუნდურად;
- საჭიროების შემთხვევაში, კრეატიული და კრიტიკულად აზროვნების უნარი.

სოციალური მეწარმეობის კანონმდებლობას შეუძლია შეასრულოს ჩარჩო დოკუმენტის როლი, რომელიც განსაზღვრავს საგანს, საბაზისო კრიტერიუმებს და პროცედურებს კონკრეტული საწარმოსათვის სოციალური სტატუსის მინიჭებისათვის, აგრეთვე განსაზღვრავს მთავრობის, რეგიონალური და ადგილობრივი ხელისუფლების უფლებამოსილებას სოციალური საწარმოების განვითარებაში.

სოციალური საწარმოების განვითარებისათვის და სოციალური თანამშრომლობის პროცესის გაძლიერებისა და ოპტიმიზაციისთვის მნიშვნელოვანია შემდეგი ინფრასტრუქტურა: ბიზნესის დამხმარე ინსტიტუტები, ადგილობრივი / რეგიონალური / ეროვნული ასოციაციები, კონსორციუმები და კოოპერირებადი ჯგუფები ან სოციალური საწარმოები.

ეს ასოციაციები პასუხისმგებელი არიან თანამშრომლობის გაღრმავებასა და პარტნიორობის ჩამოყალიბებაზე სახელმწიფო ხელისუფლებასთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, ბიზნესთან და სხვა ტიპის ინტერაქტიულ ქსელებთან. კონსორციუმები იქმნება ერთობლივ ღონისძიებებში მონაწილეობისათვის, ან საერთო მიზნების მისაღწევად რესურსების გასაზიარებლად.

სოციალური ეკონომიკის ზოგიერთი სუბიექტი, მათ შორის სოციალური მეწარმეები, ნაწილობრივ გაერთიანებულნი არიან ქსელებში, ჩვეულებრივ, საერთაშორისო დონორებისა და პროგრამების მხარდაჭერით: გერმანულ-უკრაინული ფონდი, USAID, ბრიტანეთის საბჭო, UNICEF, GIZ, დანიის ლტოლვილთა საბჭო, ბრილიანტის გამოწვევა (აშშ), ფონდი აღმოსავლეთ ევროპა, Erasmus ახალგაზრდა მეწარმეებისათვის, Caritas და ა.შ.

არსებობს მრავალი განვითარების პროგრამა, რომელიც ახორციელებს საგრანტო პროექტებს უკრაინაში ადგილობრივი პარტნიორი ორგანიზაციების მეშვეობით, რომლებიც უშუალოდ ან ირიბად არის დაკავშირებული სოციალურ ეკონომიკასა და სოციალურ მეწარმეობასთან, კერძოდ: კონფლიქტის შედეგად დაზარალებულთა ეკონომიკური შესაძლებლობები (USAID), აქტიური მოქალაქეები (ბრიტანეთის საბჭო), კრეატიული საწარმო უკრაინა (Nesta და PwC), უკრაინის კულტურული უნარები (ბრიტანეთის საბჭო).

სამომავლოდ, ბიზნესის დამხმარე ინსტიტუტები (მეწარმეობის განვითარების ცენტრები, სასწავლო ცენტრები, საკონსულტაციო ინსტიტუტები) უნდა გაძლიერდნენ სოციალური საწარმოების მხარდასაჭერად, მათი გრძელვადიანი საქმიანობის უზრუნველსაყოფად და მეწარმეობის ახალი მოდელების შესამუშავებლად.

მათი ძირითადი ამოცანები უნდა იყოს: სოციალური მეწარმეობის შესახებ ცოდნის გავრცელება, სოციალური საწარმოების საუკეთესო ეროვნული და საერთაშორისო პრაქტიკის შესახებ სემინარების, ტრენინგის, მრგვალი მაგიდების, პრაქტიკოსებთან შეხვედრების ჩატარების, სოციალური ქსელების და მაგალითების შესწავლის მეშვეობით; ყველაზე აქტუალური სოციალური საკითხების სიის შედგენა, ქალაქისა თუ რეგიონისთვის და მიზნობრივი ჯგუფების სოციალური ღირებულებების შესაქმნელად; ბაზრის წინასწარი ანალიზი (წარმოებული საქონლის ან მომსახურების პოტენციური მყიდველების თვალსაზრისით); სოციალური საწარმოს განვითარებისათვის ბაზრის დაბალკონკურენტული ნიშების განსაზღვრა, თანამშრომლობისა და ერთობლივი პროექტების შესაძლებლობების გასაზრდელად.

ამრიგად, ამ პოლიტიკამ ხელი უნდა შეუწყოს დინამიური უნარების განვითარებას, უზრუნველყოს საკმარისი ფინანსური კაპიტალის არსებობა, დააგენერიროს ეფექტური ტექნიკური დახმარება და განავითაროს ხელშემწყობი ინფრასტრუქტურა. ასევე, საჭიროა ძლიერი მეწარმეობის კულტურა და სოციალური ნორმები, რომლებიც ხელს შეუწყობენ ახალგაზრდული სოციალური მეწარმეობისაგან სარგებლის სრულად მიღებას.

ბიბლიოგრაფია

1. Anton S. Filipenko (2017) A Social and Solidarity Economy: The Ukrainian Choice. Cambridge Scholars Publishing, 230 p.
2. Empowering Social Entrepreneurs for Innovation, Inclusive Growth and Jobs. Strasbourg Declaration. Retrieved from: http://transitionproject.eu/wp-content/uploads/2014/01/strasbourg-declaration_en.pdf
3. Final report: According to findings of the research “Social enterprises in Ukraine”. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1087-15?lang=en>
4. Gap analysis of Ukrainian youth legislation in relation to recommendations of the EU-Ukraine Association agreement and other relevant EU policies (2015). Retrieved from: http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/gap_analysis_of_national_youth-legislation
5. Gorokhova T. Social entrepreneurship in Ukraine: tendency of development / Tetiana Gorokhova // **Університетська наука** – 2019: тези доп. Міжнар. науково-техн. конф. (Маріуполь, 16–17 травня 2019 р): в 4 т. Т. 3: факультети: транспортних технологій, економічний / ДВНЗ «ПДТУ». – Маріуполь: ПДТУ, 2019. – С. 134-135
6. Legislation of Ukraine. Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua>
7. Nazaruk V. Five Great Social Entrepreneurship Development Opportunities in Ukraine. Retrieved from: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/135-chy-potriben-ukraini-zakon-pro-sotsialne-pidpriemnytstvo>
8. Resource Centre “Social Initiatives” – “Social Entrepreneurship in Ukraine”. Retrieved from: <http://www.socialbusiness.in.ua>
9. Rodchenko V. B., Prus Yu. I. (2017) Social Entrepreneurship in Ukraine: Problems and Prospects. **Проблеми економіки**, 3, 72–78.

Davit ManukyanPresident, European Youth Parliament – Armenia,
Social Entrepreneurship Projects Coordinator – OXYGen Foundation

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND YOUTH POLICY IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

PREFACE

The unprecedented growth in interest towards the social entrepreneurship in the world has started in early 1990s stemming from changes in political, economic and environmental arenas, where entrepreneurship has started being viewed as a social progress promoting tool. The union of entrepreneurial foundations and the social component over the years has led to the development of Social Enterprises (SE) as organizations where economic activity pursues a social purpose and aims at a social change. On the other hand, the technological advancement is going at a rapid pace, changing the entire world in its wake. The advancement of technology has a wide impact on almost every working area and entrepreneurial method we know and on our daily lives. It is estimated that the world will function quite differently 10 to 15 years from now (World Economic Forum 2015). How these changes may affect the social entrepreneurship directly is unclear, but they will have a guaranteed impact on young people.

Therefore, on the one hand, the Social Enterprise, following traditional entrepreneurship principles, sells goods and services. On the other hand, it does not view the latter as an end in itself, but rather as a means of achieving targeted social goals and promoting social change. At the same time, the economic activity of a Social Enterprise is differentiated from classic social movements, charitable initiatives, as well as different measures taken to transform the social ambition of private companies, including corporate social responsibility (CSR) or other charitable activities within it. And while there is no unified definition of a social enterprise, as a rule, it is perceived as an organization that carries out entrepreneurial activity for the benefit of the individual and the community, rather than for the benefit of the enterprise itself. In addition, SE often operates under the principle of non-distribution

of income, when the income received is not distributed among the shareholders but is directed towards improved environmental well-being. For this reason, the improvement of incentive mechanisms for the development of social entrepreneurship has been on the agenda of governments in different countries over the last decades. In Armenia, in the absence of definitions of social entrepreneurship, lack of standards and regulations, it is difficult to develop an effective targeted policy aimed at the development of SE in the country. In Armenia, there is no social enterprise as a legal form of organization, so people engaged in social entrepreneurship can act as a cooperative, civil society organization (CSO), limited liability company (LLC), etc. In practice, CSOs are the majority involved party in social entrepreneurship. According to the Ministry of Justice of the Republic of Armenia, as of January 1, 2016, there are 5876 CSOs registered in the country, 218 of which are engaged in entrepreneurship. The latter also includes intercommunity trade units, or chambers of commerce. The term “Social entrepreneurship” has entered the Armenian business field in recent years and in the absence of uniform standards and definitions, its perception in the society is not clear. Thus, there is no easy-to-define approach to what the main function of social entrepreneurship is - putting social activity at the heart of the activity, providing work to vulnerable groups, profit distribution for community development, or engagement in innovation. At the domestic level, social entrepreneurship is perceived as an organization that employs people with disabilities and/or transfers some of its profits to charitable activities as a manifestation of corporate social responsibility.

BACKGROUND

In order to understand the position of the sector representatives on the above-mentioned issues related to the status of social entrepreneurship in Armenia, the Business Support Office conducted a survey with 37 social entrepreneurs participating. 81% of respondents agreed that work integration for socially or economically disadvantaged groups is an appropriate definition for social entrepreneurship, and 67% agreed that social entrepreneurship should focus on community development. At the same time, when forming the definition of SE, 83% of participants agreed that social entrepreneurship should pursue a social purpose, and 69% that it needs to do an innovative entrepreneurship. 42% of respondents said that direct grants were their main source of income, 22% indicated they drew funds from donations and membership fees, and 36% - from the business impact. While answering the question on profit sharing, 36% of respondents stated that 60-100% of the

profits were directed towards solving social problems, some 28% said 40-60% of the profits were directed to community development and 19% intended up to 20% as profits only. Based on the results obtained in the survey, one could assert that the perception of the sector representatives on social entrepreneurship is in line with the ongoing international trends. However, given the fact that the majority of respondents (78%) described the social component of their activities as mainly work integration for economically disadvantaged groups, it's evident that the scope of the social entrepreneurship vision has not been fully implemented in Armenia yet.

The importance of the development of entrepreneurship is indicated in various state documents. For the first time, the terms “youth” and “entrepreneurship” were used in one sentence in “The Program of the Government of the Republic of Armenia, back in 2012. Two years later, the “Armenia Development Strategy 2014-2025” was adopted by the Government of the RA, which includes support policies for start-ups, such as improving business skills and competences, ensuring access to financial resources, etc. The Strategy also mentions that separate programmes would be directed towards the promotion of youth and female entrepreneurship, especially in the field of social entrepreneurship.

UNDERLYING ISSUES

In 2018, the Armenian Government, given the above background on the development of the sector and having held a number of meetings with the representatives of social enterprises, has identified the following issues currently impeding the development of social entrepreneurship:

- 1) There is no clear policy in the field of social entrepreneurship:
 - a. There is no unified definition of social entrepreneurship;
 - b. No set criteria by which an organization can be classified as a social enterprise;
 - c. corporate social responsibility is often viewed as a social enterprise.
- 2) There is a low level of awareness in the sector, as there is a perception and recognition issue by both public authorities and the public. Social entrepreneurship entities are often viewed only as organizations that enable people with disabilities to work.
- 3) Insufficient state support:
 - a. there are no programs, initiatives aimed at supporting, integrating and capacity building of social enterprises;
 - b. there is no reference to social enterprises in the context of public procurement, various state strategies and economic programs;

- c. social programs could be more effectively implemented by the state if they were based on a social entrepreneurship system.
- 4) In educational institutions and programs, there is very little reference to social entrepreneurship as a part of the overall economic system.
 - 5) The tax regime does not take into account the peculiarities and subtleties of the social entrepreneurship system, which would contribute to the registration of more social enterprises.
 - 6) There is a need for clarification in terms of organizational and legal forms, as NGOs are very active in the field of social entrepreneurship and there is a perception that this is mainly a public activity.
 - 7) A social enterprise should be distinguished by its social impact and should feel protected from those organizations that may use the name of social entrepreneurship for dishonest purposes. There are no monitoring and accountability mechanisms to ensure that the SE meets the standards.

GOALS AND OBJECTIVES

“The economic revolution has begun,” said Armenian Prime Minister Nikol Pashinyan, presenting the Government Action Plan of the Republic of Armenia in the Parliament in February, 2019. The success of the Velvet revolution in Armenia, which took place in 2018 and started as a series of anti-government protests staged by various political and civil groups, has led to what many refer to as political freedom. The political freedom in the country has hence led to economic freedom, and, according to its principles, has enabled free markets, rule of law, protection of private property and open trade. Moreover, the economic freedom in Armenia now acts as a stimulus for further entrepreneurial developments. In fact, the Armenian economy advanced by 7.2 percent growth in the first quarter of 2019, the highest growth in Europe, for that time period. And this undoubtedly reflects on the social entrepreneurship, which is also visible from the willingness of the government to have a change in this area. Ultimately, it is about supporting young people in living good lives — helping them have the ability to realize the opportunities they have as unique individuals. That is what business in the competitive market society is really about. In other words, the social entrepreneurship, in the perception of the post-revolutionary Armenian Government, is important in speeding up economic growth as a whole.

The 2018-2022 strategy of state youth policy prioritizes the promotion of youth entrepreneurship, as well as the promotion of self-employment among youth in rural areas; accordingly, the implementation plan of the

strategy mentions these issues. Among the purposes of the strategy, there are the promotion of the social inclusion of young people via social entrepreneurship and providing them with the opportunities for exerting an influence, and improving their skills and capabilities to function in a society; support of the growth, independence and sense of community among young people, and facilitate the acquisition of knowledge and adoption of skills necessary for this purpose; support young people's free-time pursuits and engagement in civic society; promote non-discrimination and equality among young people and the realization of their entrepreneurial rights; improve young people's growth and living conditions. Underlying these objectives are the principles of solidarity, multiculturalism and acceptance of the best international practices, sustainable development, healthy lifestyles, respect for life and the environment and cross-sectoral cooperation. The Strategy also emphasizes supporting the growth and independence of youth, promoting active citizenship and social empowerment, as well as improving the living conditions of the young people.

The government, together with the civil society, has created several conditions in the taxation system, which could be favorable for the promotion of youth entrepreneurship. There are several economic sectors exempt from various taxes. Such sectors include agriculture, IT, jewelry-making, etc. A number of fields of activities for self-employment, are also tax-exempt, such as shoe- and clothes-making, teaching dancing and singing, extracurricular educational activities, B&Bs, etc. According to the Law "On tax exemptions for entrepreneurship in border village communities" 47 border villages are exempt from all taxes. In 2017, a working group led by EBRD started development of a concept paper with a definition of social enterprise; it states that the Government stands to gain by providing a united and clearly outlined definition of social entrepreneurship, as well as that the Government should consider engaging with social enterprises through privileges in the public procurement process. The concept paper is currently in circulation.

According to the database of the Ministry of Finance of the Republic of Armenia, as of 2016, there were 78 426 SMEs, and luckily Armenia reported an increase in the firms with female ownership from 25% in 2016 to 34% in 2017, a considerable part of which was social entrepreneurship. Highlighting the pivotal and crucial role of the entrepreneurial education in the development of small and medium-sized enterprises, a compulsory subject called "Entrepreneurship Education" was introduced in a number of schools in Armenia in 2017, as a pilot process aimed at promoting the development of the

entrepreneurial and social entrepreneurial knowledge, the skills and the attitudes of the graduates. 1500 teachers have been trained, more than 200,000 students have participated in the above-mentioned programs of the Armenian educational institutions. As for the higher education system, the entrepreneurship education is provided by several public and private universities in Armenia, which offer undergraduate and graduate degrees. Recent developments in the higher educational sector cover the establishment of Entrepreneurship centers at some of the universities, which are providing academic programs, on-going trainings, seminars, incubation and acceleration programs, and other resources to start and grow enterprises. Several examples of such institutions are Entrepreneurship and Product Innovation Center at the American University of Armenia and Entrepreneurship Development Centre of Yerevan State University.

Lastly, Armenian youth non-governmental organizations have been a crucial player in the advancement of SEs. Many are working on supporting the development acceleration of the aforementioned enterprises in terms of funding, networking and marketing, also, linking them to the corresponding agencies. This directly results in a closer relationship between the government of RA and the SEs across the country.

EXHIBITS

Finally, in recent years the Social entrepreneurship ecosystem has been greatly diversified. Introducing the Internet of Things, digital co-creation and sharing economy into social entrepreneurship and youth work is not necessarily an easy task, and, therefore, should not be taken lightly. Nevertheless, the social entrepreneurs must maintain their awareness, or risk being left behind by the competitive market actors. In this context the Armenian social entrepreneurs, alongside with the Armenian Government, should actively utilize the opportunities contemporary technology can offer, while keeping the eyes peeled for the future developments and inventions. Online services have certainly improved the availability of youth information and counselling, especially for the young people living in the remote areas of Armenia. The digital interaction and online youth information complements and enhances the availability of local business services, so it is important to keep on developing functional digital youth entrepreneurship, in general. This means also taking care of the quality and accessibility of services to be provided by the SEs.

It is, however, vital to mention that in Armenia the focus still remains on the goals of economic well-being, living conditions, and the activities

themselves rather than the technological apparatus or an end product. It is also as important as ever to encourage young people to experiment and be creative in their social entrepreneurial activities, especially in regards to new and emerging technologies.

The following real life examples and success stories of social enterprises in Armenia might be the best aid to future projections.

1) Cafe#2

A cafe opened at a small mountain resort town Dilijan by young people, willing to enliven the life in the town, and giving a big part of the earnings to a specific cause in a small community in that region, on a monthly basis. Dilijan is a great example of a city-hub for Social Enterprises due to the apparent high density of international organizations and their expertise in the region. Dilijan's current population is approximately 17700 (according to RA stats.am, 2016) and in the last 5 years alone, there have been over 50 social enterprises established locally, employing over hundred individuals annually.

2)DaretoWear

Fashion brand for the youth by the youth, the main idea behind which is to share ideas and concepts, with specific messaging about peace, love and other values. It contains the idea of freedom and individuality, unites the dreams of all those people whose aspirations are boundless and take the world by surprise. According to the founders, wearing this brand means being unique, sharing your ideas with others, and making the town more colorful. Dare2Wear was funded by the external donors and local major businesses after the success of the Velvet Revolution in Armenia.

REFERENCES:

- "Social Entrepreneurship Development Concept"(2018), RA Ministry of Economy, E-draft #1180, (Electronic), Available: https://www.e-draft.am/en/projects/1180/about#_Toc505349616
- Nazareth Seferian, Andreja Rosandic , (2018) "Social Economy in Eastern Neighborhood and Eastern Balkans", Country Report-Armenia, pg. 7-23, (Electronic), Available: <file:///D:/Armenia%20country%20report.pdf>
- Karen H. Sargsyan, (2018) "Youth Entrepreneurship in Eastern Partnership Countries: The way forward" ,
- The World Economic Forum 2015, "Deep Shift Technology Tipping Points and Societal Impact" (Electronic), Available: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC15_Technological_Tipping_Points_report_2015.pdf

დავით მანუკიანი

ევროპის ახალგაზრდული პარლამენტის პრეზიდენტი-სომხეთი,
სოციალური მეწარმეობის პროგრამის კოორდინატორი,
OxYGen Foundation

სოციალური მენარგოვა და ახალგაზრდული პოლიტიკა სომხეთის რესპუბლიკაში

შესავალი

მსოფლიოში სოციალური მეწარმეობის მიმართ ინტერესის უპრეცედენტო ზრდა დაიწყო 90-იანი წლების დასაწყისში, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით არენაზე განხორციელებული ცვლილებების შედეგად, როდესაც მეწარმეობა სოციალური პროგრესის განვითარების საშუალებად მოგვევლინა. წლების განმავლობაში, სამეწარმეო ფონდებისა და სოციალური კომპონენტის გაერთიანებამ განაპირობა სოციალური საწარმოების (SE) განვითარება, როგორც ორგანიზაციებისა, სადაც ეკონომიკური საქმიანობა ემსახურება სოციალურ მიზანს და სოციალური ცვლილებებისაკენ ისწრაფვის. თავის მხრივ, ტექნოლოგიური წინსვლა სწრაფი ტემპით გამოირჩევა, განაპირობებს რა ცვლილებებს მთელს მსოფლიოში. ტექნოლოგიურმა პროგრესმა ფართო გავლენა მოახდინა თითქმის ყველა ჩვენთვის ცნობილ სამუშაო სფეროსა და სამეწარმეო მეთოდზე, ასევე, ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაზე. ვარაუდობენ, რომ 10-15 წელიწადში, მსოფლიო სრულიად განსხვავებულად იფუნქციონირებს, დღევანდელ მდგომარეობასთან შედარებით (მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი 2015). რა გავლენას მოახდენენ ეს ცვლილებები უშუალოდ სოციალურ მეწარმეობაზე, ჯერჯერობით არაა ნათელი, მაგრამ ახალგაზრდებზე მათ გარანტირებულ ზემოქმედება ექნებათ.

ამიტომ, ერთის მხრივ, სოციალური საწარმო, ტრადიციული მეწარმეობის პრინციპების დაცვით, ყიდის საქონელსა და მომსახურებას. მეორეს მხრივ, იგი ამ უკანასკნელს საბოლოო მიზნად კი არ მიიჩნევს, არამედ ფოკუსირებული სოციალური მიზნების მიღწევის და სოციალური ცვლილებების განვითარების საშუალებად. ამავდროულად, სოციალური საწარმოს ეკონომიკური საქმიანობა დიფერენცირებუ-

ლია კლასიკური სოციალური მოძრაობების, საქველმოქმედო ინიციატივებისა და სხვადასხვა ღონისძიებებისაგან, რომლებიც მიმართულია კერძო კომპანიების სოციალური ამბიციების გარდაქმნისაკენ, მათ შორის, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) ან სხვა საქველმოქმედო საქმიანობის ფარგლებში. მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობს სოციალური საწარმოს ერთიანი განსაზღვრება, ჩვეულებისამებრ, იგი აღიქმება, როგორც ინდივიდისა და საზოგადოების სასარგებლოდ სამეწარმეო საქმიანობის განმანხორციელებელი ორგანიზაცია, და არა თვით საწარმოს სასარგებლოდ. გარდა ამისა, სოციალური საწარმო ხშირად მოქმედებს შემოსავლის გაუნაწილებლობის პრინციპით, როდესაც მიღებული შემოსავალი აქციონერთა შორის კი არ ნაწილდება, არამედ მიიმართება გარემოსდაცვითი ზომების გაუმჯობესებაზე. ამ მიზეზის გამო, სოციალური მეწარმეობის განვითარების სტიმულირების მექანიზმების გაუმჯობესება სხვადასხვა ქვეყნების მთავრობების დღის წესრიგში აღმოჩნდა ბოლო ათწლეულების განმავლობაში. სომხეთში, სოციალური მეწარმეობის განმარტების, სტანდარტებისა და რეგულაციების არარსებობის პირობებში, ეფექტური მიზნობრივი პოლიტიკის შემუშავება, რომელიც მიმართული იქნებოდა ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის განვითარებისკენ, გარკვეულ სიძნელეებს უკავშირდება.

სომხეთში არ არსებობს სოციალური საწარმო, როგორც ორგანიზაციის სამართლებრივი ფორმა, ამიტომ სოციალური მეწარმეობით დაკავებულ პირებს შეუძლიათ თავიანთი საქმიანობა აწარმოონ, როგორც კოოპერატივებს, სამოქალაქო საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს (CSO), შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებებს (LLC) და ა.შ. პრაქტიკაში, სოციალურ მეწარმეობაში ჩართული ორგანიზაციების უმრავლესობას სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციები წარმოადგენენ. სომხეთის რესპუბლიკის იუსტიციის სამინისტროს ინფორმაციით, 2016 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით, ქვეყანაში რეგისტრირებულია 5,876 სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაცია, რომელთაგან 218 მეწარმეობით არის დაკავებული. ეს უკანასკნელი ასევე მოიცავს თემთაშორისი ვაჭრობის ერთეულებს და/ან სავაჭრო პალატებს. ტერმინი „სოციალური მეწარმეობა“ სომხეთის ბიზნეს სფეროში ბოლო წლების განმავლობაში შემოვიდა, და ერთიანი სტანდარტებისა და განმარტებების არარსებობის ფონზე, მისი აღქმა საზოგადოებაში გარკვეულწილად ბუნდოვანია. შესაბამისად, არ არსებობს მარტივად განსასაზღვრი მიდგომა, თუ რა წარმოადგენს სოციალური მეწარმეობის ძირითად ფუნქციას: საქმიანობის ფოკუსირება სოციალურ აქტივობებზე, მოწყვლადი ჯგუფებისთვის სამუშაოს უზრუნველყოფა, მოგების განაწილება თემის განვითარების მიზნებისათვის, თუ ჩართულობა ინოვაციებში. შიდასახელმწიფოებრივ

დონეზე, სოციალური მეწარმეობა აღიქმება, როგორც ორგანიზაცია, რომელიც შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებს დაასაქმებს, და/ან მოგების გარკვეულ წილს მიმართავს საქველმოქმედო საქმიანობაზე, როგორც კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის გამოვლინებას.

ამოსავალი მონაცემები

სომხეთის ბიზნესის მხარდაჭერის ოფისის მიერ ჩატარებულ იქნა გამოკითხვა 37 სოციალური მეწარმის მონაწილეობით, რათა უკეთ გაეგოთ სექტორის წარმომადგენლების პოზიციები ზემოთხსენებულ საკითხებთან დაკავშირებით. გამოკითხულთა 81% დაეთანხმა, რომ სოციალურად ან ეკონომიკურად დაუცველი ჯგუფებისთვის შრომითი ინტეგრაცია არის სოციალური მეწარმეობის სრულიად შესაფერისი განსაზღვრება, ხოლო 67% მიემხრო აზრს, რომ სოციალური მეწარმეობა საზოგადოების განვითარებაზე უნდა იყოს ფოკუსირებული. ამავდროულად, სოციალური მეწარმეობის განსაზღვრების ფორმულირებისას, გამოკითხულთა 83% დაეთანხმა აზრს, რომ სოციალური მეწარმეობა სოციალური მიზნების განხორციელებისაკენ უნდა მისწრაფოდეს, ხოლო 69% – რომ ის ინოვაციურ მეწარმეობას უნდა ახორციელებდეს. გამოკითხულთა 42% –მა სთქვა, რომ მათი შემოსავლის ძირითად წყაროს პირდაპირი გრანტები წარმომადგენდნენ, 22% –მა აღნიშნა, რომ თანხებს შემოწირულობებისა და საწევრო გადასახადებიდან იღებდნენ, ხოლო 36% – ბიზნეს-საქმიანობიდან. მოგების გაზიარების შესახებ კითხვაზე პასუხისას, გამოკითხულთა 36% –მა აღნიშნა, რომ მოგების 60-100%-ს მიმართავდა სოციალური პრობლემების გადაჭრაზე, რესპონდენტების 28% მოგების 40-60% თემის განვითარებას ახმარდა, ხოლო 19% –სთვის ამ მაჩვენებლის 0-20%–მდე სუფთა მოგებად მოიაზრებოდა. გამოკითხვის შედეგად მიღებული მონაცემების საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური მეწარმეობის აღქმა სექტორის წარმომადგენლების მიერ არის მიმდინარე საერთაშორისო ტენდენციებთან შესაბამისობაში. თუმცა, იმის გათვალისწინებით, რომ გამოკითხულთა უმრავლესობა (78%) მათი საქმიანობის სოციალურ კომპონენტს აღწერს ძირითადად როგორც ეკონომიკურად დაუცველი ჯგუფების შრომით ინტეგრაციას, აშკარაა, რომ სოციალური მეწარმეობის ფართომასშტაბური ხედვა სომხეთში ჯერ კიდევ არ არის სრულად დანერგილი.

მეწარმეობის განვითარების მნიშვნელობა ასახულია სხვადასხვა სახელმწიფო დოკუმენტში. პირველად, ტერმინები „ახალგაზრდობა“ და „მეწარმეობა“ ერთ წინადადებაში გამოყენებულ იქნა «სომხეთის რესპუბლიკის მთავრობის პროგრამაში», 2012 წელს. ორი წლის შემდეგ კი, სომხეთის რესპუბლიკის მთავრობამ მიიღო „სომხეთის

განვითარების სტრატეგია 2014-2025“, რომელიც მოიცავს სტარტაპების დახმარების პოლიტიკას, მაგალითად, ბიზნესის უნარებისა და კომპეტენციების გაუმჯობესებას, ფინანსურ რესურსებზე წვდომის უზრუნველყოფას და ა.შ. სტრატეგიაში ასევე ნახსენებია, რომ ახალგაზრდობისა და ქალთა მეწარმეობის, განსაკუთრებით კი –სოციალური მეწარმეობის სფეროში, განვითარებისკენ ცალკეული პროგრამები იქნება მიმართული.

ძირითადი საკითხები

სექტორის განვითარების ზემოთხსენებული სიტუაციიდან გამომდინარე, 2018 წელს სომხეთის მთავრობამ, ჩაატარა რა რიგი შეხვედრები სოციალური საწარმოების წარმომადგენლებთან, ჩამოაყალიბა სოციალური მეწარმეობის განვითარების შემაფერხებელი შემდეგი საკითხები:

- 1) არ არსებობს მკაფიო პოლიტიკა სოციალური მეწარმეობის სფეროში:
 - ა. არ არსებობს სოციალური მეწარმეობის ერთიანი განმარტება;
 - ბ. არ არის დადგენილი კრიტერიუმები, რომლის მიხედვითაც ორგანიზაცია შეიძლება კლასიფიცირებულ იქნას, როგორც სოციალური საწარმო;
 - გ. კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა ხშირად განიხილება, როგორც სოციალური საწარმო.
- 2) სექტორში ცნობიერების დაბალი დონეა, რადგან არსებობს აღქმის და აღიარების საკითხები, როგორც სახელმწიფო ხელისუფლების, ისევე საზოგადოების მხრიდან. სოციალური მეწარმეობის სუბიექტები ხშირად განიხილებიან მხოლოდ როგორც ორგანიზაციები, რომლებიც შშმ პირებს მუშაობის შესაძლებლობას აძლევენ.
- 3) არასაკმარისი სახელმწიფო მხარდაჭერა:
 - ა. არ არსებობს პროგრამები და ინიციატივები, რომლებიც მიზნად დაისახავდა სოციალური საწარმოების მხარდაჭერას, ინტეგრაციას და ფუნქციონალური შესაძლებლობების გაზრდას;
 - ბ. სოციალური საწარმოები სახელმწიფო შესყიდვების, სხვადასხვა სახელმწიფო სტრატეგიებისა და ეკონომიკური პროგრამების კონტექსტში არ მოიხსენიება;
 - გ. სახელმწიფოს შეეძლება სოციალური პროგრამების უფრო ეფექტურად განხორციელება, თუ ისინი სოციალური მეწარმეობის სისტემაზე იქნება დაფუძნებული.
- 4) სოციალურ მეწარმეობას, როგორც საერთო ეკონომიკური სისტემის ნაწილს, ნაკლებად მოიხსენიებენ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში და პროგრამებში.

5) საგადასახადო რეჟიმი არ ითვალისწინებს სოციალური მეწარმეობის სისტემის თავისებურებებსა და ნიუანსებს, რაც ხელს შეუწყობდა უფრო მეტი სოციალური საწარმოს რეგისტრაციას.

6) ორგანიზაციული და სამართლებრივი ფორმების გარკვევის საჭიროება. ვინაიდან სოციალური საწარმოები ძირითადად არასამთავრობო ორგანიზაციების სამართლებრივი ფორმის ფარგლებში ფუნქციონირებენ არსებობს აღქმა, რომ სოციალური მეწარმეობა საზოგადოებრივი საქმიანობაა.

7) სოციალური საწარმო უნდა გამოირჩეოდეს თავისი სოციალური გავლენით და დაცული უნდა იყოს იმ ორგანიზაციებისაგან, რომლებმაც სოციალური მეწარმეობის სახელი არაკეთილსინდისიერი მიზნებისათვის შეიძლება გამოიყენონ. არ არსებობს მონიტორინგისა და ანგარიშვალდებულების მექანიზმები, რომელიც სოციალური საწარმოს მიერ სტანდარტების დაკმაყოფილებას უზრუნველყოფდა.

მიზნები და მისწრაფებები

„ეკონომიკური რევოლუცია დაიწყო“, შეეგება სომხეთის პრემიერ მინისტრი ნიკოლ ფაშინიანი ეროვნულ პარლამენტს თებერვალში, სომხეთის რესპუბლიკის მთავრობის სამოქმედო გეგმის წარდგენისას. სომხეთში 2018 წელს მომხდარი ხავერდოვანი რევოლუციის წარმატებამ, რომელიც დაიწყო სხვადასხვა პოლიტიკური და სამოქალაქო ჯგუფების ანტისამთავრობო პროტესტებით, მოიტანა ის, რასაც პოლიტიკურ თავისუფლებად მოიხსენიებენ. შემდგომ, ქვეყანაში დამკვიდრებულმა პოლიტიკურმა თავისუფლებამ განაპირობა ეკონომიკური თავისუფლება, და ამ უკანასკნელის პრინციპების თანახმად, ხელი შეუწყო თავისუფალი ბაზრების შექმნას, კანონის უზენაესობას, პირადი საკუთრების დაცვასა და ღია ვაჭრობას. უფრო მეტიც, სომხეთის ეკონომიკური თავისუფლება ამჟამად მოქმედებს, როგორც შემდგომი სამეწარმეო განვითარების სტიმული. აღსანიშნავია, რომ სომხეთის ეკონომიკა 2019 წლის პირველ კვარტალში 7.2 პროცენტით გაიზარდა, რაც ამ პერიოდისათვის ევროპაში ყველაზე მაღალი ზრდის მაჩვენებელი იყო. ეს უდავოდ აისახება სოციალურ მეწარმეობაზეც, რაც ამ სფეროში ცვლილებების შეტანის მთავრობის მზაობიდანაც ჩანს. საბოლოო ჯამში, ამ ყველაფრის ამომავალი წერტილია ახალგაზრდების მხარდაჭერა ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებაში - დახმარება, რათა მათ, როგორც თვითმყოფადმა ინდივიდებმა, მოახდინონ თავიანთი შესაძლებლობების რეალიზაცია. რეალურად, ესაა კონკურენტულ საბაზრო პირობებში ბიზნესის წარმოების არსი. სოციალური მეწარმეობა, პოსტ-რევოლუციური სომხეთის მთავრობის ხედვით,

მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მთლიანობაში ეკონომიკური ზრდის დაჩქარებაში.

სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის 2018-2022 წლების სტრატეგია პრიორიტეტულად აცხადებს ახალგაზრდული მეწარმეობის მხარდაჭერას, ასევე სოფლის რეგიონებში ახალგაზრდების თვითდასაქმების ხელშეწყობისთვის, შესაბამისად, ეს საკითხები მოიხსენიება სტრატეგიის განხორციელების გეგმაშიც. სტრატეგიის მიზანთა შორის არის აგრეთვე ახალგაზრდების სოციალური ჩართულობის ხელშეწყობა სოციალური მეწარმეობის გზით, მათთვის გავლენის მოხდენისა და საზოგადოებაში ფუნქციონირებისათვის უნარ-ჩვევების ამალღების შესაძლებლობების მიცემა; ახალგაზრდობის ზრდის, დამოუკიდებლობისა და საზოგადოების წევრად ჩამოყალიბების ხელშეწყობა, ამ მიზნებისათვის საჭირო ცოდნის შეძენა და უნარების განვითარება; ახალგაზრდების თავისუფალი დროის ინტერესებისა და სამოქალაქო საზოგადოებაში ჩართულობის ხელშეწყობა; ახალგაზრდებს შორის არადისკრიმინაციული ქცევისა და თანასწორობის ხელშეწყობა, და მათი სამეწარმეო უფლებების რეალიზაცია; ახალგაზრდების ზრდისა და ცხოვრების პირობების გაუმჯობესება. ამ მიზნებს საფუძვლად უდევს სოლიდარობის, მულტიკულტურალიზმისა და საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკების მიღების, მდგრადი განვითარების, ჯანსაღი ცხოვრების წესის, ცხოვრებისა და გარემოსადმი პატივისცემის და დარგთაშორისი თანამშრომლობის პრინციპები. სტრატეგია ხაზს უსვამს ახალგაზრდების ზრდისა და დამოუკიდებლობის მხარდაჭერას, აქტიური მოქალაქეობისა და სოციალური რწმუნებულების გაძლიერების ხელშეწყობას, ასევე ახალგაზრდების ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებას.

მთავრობამ, სამოქალაქო საზოგადოებასთან ერთად, საგადასახადო სისტემაში გაითვალისწინა რამდენიმე ისეთი პირობა, რაც შეიძლება ახალგაზრდული მეწარმეობის განვითარებისათვის ხელსაყრელი იყოს. რამდენიმე ეკონომიკური სექტორი გათავისუფლებულია სხვადასხვა გადასახადებისაგან. ასეთ სექტორების შორისაა სოფლის მეურნეობა, IT, საიუველირო მიმართულება და ა.შ. თვითდასაქმების რამდენიმე მიმართულება, როგორცაა ფეხსაცმლისა და ტანსაცმლის წარმოება, ცეკვისა და სიმღერის სწავლება, კლასგარეშე საგანმანათლებლო საქმიანობა, B&B და ა.შ., ასევე არ იბეგრება. კანონის „სასაზღვრო ზოლის სოფლებში მეწარმეობის გადასახადისაგან გათავისუფლების შესახებ“ თანახმად, 47 სასაზღვრო სოფელი ყოველგვარი გადასახადისაგან თავისუფლდება. 2017 წელს, სამუშაო ჯგუფმა EBRD-ის ხელმძღვანელობით დაიწყო სოციალური საწარმოს განმარტებითი კონცეფციის შემუშავება, სადაც ნათქვამია, რომ მთავრობისთვის

მომგებიანია სოციალური მეწარმეობის ერთიანი და მკაფიოდ განსაზღვრული განმარტების ჩამოყალიბება, ასევე, რომ მთავრობამ უნდა განიხილოს სოციალური საწარმოების ჩართულობის მოზიდვა სახელმწიფო შესყიდვების პროცესში შეღავათების მეშვეობით. ამჟამად, კონცეფცია გავრცელების პროცესშია.

სომხეთის ფინანსთა სამინისტროს მონაცემთა ბაზის თანახმად, 2016 წლის მდგომარეობით, ქვეყანაში 78,426 მცირე და საშუალო საწარმო იყო აღრიცხული; საბედნიეროდ, სომხეთში აღინიშნებოდა ქალი მეწარმეების წილის ზრდა 25%-დან 2016-ში 34%-მდე 2017-ში, მათი მნიშვნელოვანი ნაწილი სოციალურ მეწარმეობაზე მოდიოდა. ხაზი გაუსვა რა სამეწარმეო განათლების გადამწყვეტ როლს მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარებაში, 2017 წელს სომხეთის არაერთ სკოლაში სავალდებულო საგნის სახით დაინერგა «სამეწარმეო განათლება», როგორც საპილოტე პროცესი, მიმართული კურსდამთავრებულთა სამეწარმეო და სოციალურ-სამეწარმეო ცოდნის, უნარებისა და დამოკიდებულებების განვითარებისკენ. ტრენინგები გაიარა 1,500 მასწავლებელმა, 200,000-ზე მეტმა სტუდენტმა მიიღო მონაწილეობა სომხეთის საგანმანათლებლო დაწესებულებების მიერ განხორციელებულ პროგრამებში. რაც შეეხება უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებს, მეწარმეობის სწავლებას უზრუნველყოფს სომხეთის მრავალი სახელმწიფო და კერძო უნივერსიტეტი, რომლებიც მსმენელებს სთავაზობენ საბაკალავრო და სამაგისტრო პროგრამებს. უმაღლესი საგანმანათლებლო სექტორის ბოლოდროინდელი მოვლენები მოიცავს ზოგიერთ უნივერსიტეტში სამეწარმეო ცენტრების შექმნას, რომლებიც უზრუნველყოფენ აკადემიურ პროგრამებს, მიმდინარე ტრენინგებს, სემინარებს, ბიზნეს-ინკუბაციისა და დაჩქარების პროგრამებს და სხვა რესურსებს საწარმოების დაფუძნებისა და ზრდისათვის. ასეთი მაგალითებია მეწარმეობისა და პროდუქტის ინოვაციების ცენტრი სომხეთის ამერიკულ უნივერსიტეტში და ერევნის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მეწარმეობის განვითარების ცენტრი.

დაბოლოს, სომხეთის ახალგაზრდული არასამთავრობო ორგანიზაციები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ სოციალური მეწარმეობის წინსვლის პროცესში. მრავალი მათგანი მუშაობს ზემოაღნიშნული საწარმოების განვითარების დაჩქარებულ ზრდის მხარდამჭერ როლში, ფინანსირების, კავშირების დამყარებისა და მარკეტინგული კუთხით, ამ საწარმოების შესაბამის უწყებებთან დასაკავშირებლად. ეს კი უშუალოდ იწვევს მჭიდრო ურთიერთობას სომხეთის რესპუბლიკის მთავრობასა და სოციალურ საწარმოებს შორის, ქვეყნის მასშტაბით.

მაბალითები

ბოლო წლებში, სოციალური მეწარმეობის ეკოსისტემამ საგრძნობი დივერსიფიცირება განიცადა. ციფრული თანაშემოქმედებისა და საზიარო მოხმარების ეკონომიკის ელემენტების შემოტანა სოციალურ მეწარმეობასა და ახალგაზრდულ საქმიანობაში ადვილი რამ არ არის, და, შესაბამისად, არც მარტივად უნდა მივუდგეთ ამ საგანს. ამასთან, სოციალურმა მეწარმეებმა უნდა შეინარჩუნონ თავიანთი ღიაობა ამ თემის მიმართ, ან დაუპირისპირდნენ იმის რისკს, რომ კონკურენტული ბაზრის სხვა მონაწილეები მათ უკან მოიტოვებენ. ამ კონტექსტში, სომხებმა სოციალურმა მეწარმეებმა, სომხეთის მთავრობასთან ერთად, აქტიურად უნდა გამოიყენონ ის შესაძლებლობები, რომლებსაც თანამედროვე ტექნოლოგიები გვთავაზობენ, და ამავდროულად, მუდმივად ადევნონ თვალყური როგორც გამოგონებებს, ისე მოვლენების შემდგომ განვითარებას. ონლაინ სერვისებმა, რა თქმა უნდა, გააუმჯობესეს ახალგაზრდების ინფორმაციასა და კონსულტაციებზე ხელმისაწვდომობა, განსაკუთრებით სომხეთის შორეულ რაიონებში მცხოვრები ახალგაზრდებისათვის. ციფრული ინტერაქცია და ონლაინ ინფორმაცია ახალგაზრდა თაობისათვის ავსებს და ზრდის ადგილობრივი ბიზნეს სერვისების ხელმისაწვდომობას, ამიტომ მნიშვნელოვანია ზოგადად ახალგაზრდული ციფრული მეწარმეობის ფუნქციონალური განვითარების გაგრძელება. ეს ნიშნავს აგრეთვე სოციალური საწარმოების მიერ შემოთავაზებული მომსახურებების ხარისხისა და ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფის საკითხის მოგვარებას.

ამასთან, აუცილებლად აღსანიშნავია, რომ სომხეთში ყურადღება გამახვილებულია ეკონომიკური კეთილდღეობის, საცხოვრებელი პირობებისა და თავად საქმიანობის მიზნებზე, და არა ტექნოლოგიურ აპარატზე ან საბოლოო პროდუქტზე. როგორც არასდროს, ისეთი მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების სოციალურ სამეწარმეო საქმიანობაში ექსპერიმენტაციის და კრეატიულობის წახალისება, განსაკუთრებით, ახალი და განვითარებადი ტექნოლოგიების თვალსაზრისით.

სომხეთის სოციალური საწარმოების შემდეგი რეალური მაგალითები და წარმატების ისტორიები შეიძლება მომავალი პროგნოზებისთვის ყველაზე ქმედითი დახმარება აღმოჩნდეს.

1) სოციალური საწარმო „კაფე # 2“

კაფე გაიხსნა პატარა სამთო კურორტ ქალაქ დილიჯანში ახალგაზრდების მიერ, რომელთაც ქალაქში ცხოვრების გამოცოცხლება სურდათ, და ყოველთვის უნდა, მიღებული შემოსავლის დიდ ნაწილს ისინი ამ რეგიონის მცირე თემების კონკრეტულ მიზნებზე მიმართავდნენ. დილიჯანი წარმოადგენს სოციალური მეწარმეობისათვის ხელ-

საყრელი ქალაქი–ჭაბის შესანიშნავ მაგალითს, მასში საერთაშორისო ორგანიზაციების განლაგების მაღალი სიმჭიდროვის და რეგიონში მათი გამოცდილების გამო. დილიჟანის ამჟამინდელი მოსახლეობა დაახლოებით 17,700-ს შეადგენს (სომხეთის რესპუბლიკის სტატისტიკის სამსახურის stats.am- ის მონაცემებით, 2016 წ.), და მხოლოდ ბოლო 5 წლის განმავლობაში აქ 50-ზე მეტი სოციალური საწარმო დაარსდა, სადაც ყოველწლიურად ასზე მეტი თანამშრომელია დასაქმებული.

2) სოციალური საწარმო „DaretoWear“

ახალგაზრდული მოდის ბრენდი, რომლის მთავარი იდეაც არის კრეატივისა და კონცეფციების გაზიარება, მშვიდობის, სიყვარულის და სხვა ღირებულებების ირგვლივ გებული კონკრეტული გზავნილებით. ის შეიცავს თავისუფლებისა და ინდივიდუალობის იდეას, აერთიანებს რა ყველა იმ ადამიანის ოცნებას, ვინც ისწრაფვის უსასრულოდ მაღალი იდეალებისა და მსოფლიოს გაუმჯობესებისკენ. დამფუძნებლების თქმით, ამ ბრენდის სამოსის ტარება ნიშნავს უნიკალურობას, იდეებს სხვებთან გაზიარების მზადყოფნას, და ქალაქის მრავალფეროვნად შემოსვას. Dare to Wear გარე დონორებისა და ადგილობრივი მსხვილი ბიზნესის მიერ იქნა დაფინანსებული, სომხეთში ხავერდოვანი რევოლუციის წარმატების შემდეგ.

ბიბლიოგრაფია

- “Social Entrepreneurship Development Concept”(2018), RA Ministry of Economy, E-draft #1180, (Electronic), Available: https://www.e-draft.am/en/projects/1180/about#_Toc505349616
- Nazareth Seferian, Andreja Rosandic , (2018) “Social Economy in Eastern Neighborhood and Eastern Balkans”, Country Report-Armenia, pg. 7-23, (Electronic), Available: <file:///D:/Armenia%20country%20report.pdf>
- Karen H. Sargsyan, (2018) “Youth Entrepreneurship in Eastern Partnership Countries: The way forward” ,
- The World Economic Forum 2015, “Deep Shift Technology Tipping Points and Societal Impact” (Electronic), Available: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC15_Technological_Tipping_Points_report_2015.pdf

Dr. Nadia Millington

Department of Management,
London School of Economics and Political Sciences,

Social Innovation, Moving Beyond Social Entrepreneurship

ABSTRACT

Interest in social innovation, novel or significantly improved ways of solving social problems, is growing, particularly as it relates to social entrepreneurs who dedicate their lives to doing well by doing good. Yet, the literature on how to become more socially innovative is patchy at best, without agreement or a distinct, unified body of knowledge. To bridge this gap, we draw on existing literature to weave together practical advice and a host of mechanisms that can be utilised to increase innovativeness, from distant search to diversifying learning, recognising that social innovation is not a panacea and more needs to be done to ensure social entrepreneurs do no harm in their quest for social good.

Key words - Social innovation, distant search, knowledge diversity, mobilising learning, forward and backward learning integration, minimum viable product

1.0 INTRODUCTION

Today, it is well recognised that successful businesses should not be simple generators of wealth, but should also be “good citizens”(Karnani,2007; Prahalad and Hammond,2002). This recognition has led to the rise of the social entrepreneur who does well by doing good, with many of them aiming to help some of the 736 million people around the world who live on less than US\$2 a day and have insufficient access to basic needs such as water, food, shelter, sanitation, healthcare, and education.

A scan of the most impactful social enterprises, from microfinance to the M-Pesa initiative, which provides phone-based money-transfer

services to millions of people without bank accounts in Africa, indicates they are not simply forms of social entrepreneurship but social innovations. These social innovations have created new or significantly improved ways of addressing seemingly intractable social problems, going beyond Band-Aid solutions. In doing so, they have had broad or lasting impacts that are both disruptive and catalytic (Christensen and Overdorf, 2000).

So how can social entrepreneurs become more socially innovative? To answer this question, we first clarify the definition of social innovation and then explore theoretical and practical approaches by which social entrepreneurs can become more innovative, multiplying their impact on those most in need. In the end, this paper asserts that social innovation, if not handled well, can be a poisoned chalice to beneficiaries, so extra care must be taken to invest in proven methodologies that help dampen negative externalities in the quest for social good.

2.0 DEFINITION OF SOCIAL INNOVATION

Although numerous definitions of social innovations exist across both theoretical and practitioner literature, they can largely be summarised into four categories.

The first set of definitions of social innovation focuses on the output, that is, what is produced as a result of social innovation. This definition is rooted in the innovation literature where innovation is defined as the development and practical realisation of new and creative ideas in order to produce some added value (Hartley, 2005). In this tradition, social innovation must satisfy two conditions: (i) It must be new to the world (novel) or a significant improvement to the existing offerings; and (ii) it must realize clear benefits via commercializing a product or service that clearly affects its beneficiaries. In this way, social innovation goes beyond simply having great ideas or inventing something new. In line with this tradition, The British Council defines social innovation as “a ‘disruptive’ solution to a social need—that is, one that seeks to change the way things are done to meet the challenges facing society”(Woodman,2014 p1). Phills et al (2008, p. 36) define social innovation as “a novel innovation or solution to a social problem that is more effective, efficient and sustainable, or just than existing solutions and for which the value accrues primarily to society as a whole rather than private individuals.” According to Mulgan et al. (2007, p. 8), social innovation is simply “new ideas that work in meeting social goals.”

The second category of definitions focuses on the purpose of the social innovation, also known as its intentionality. Much of the literature agrees that the intention of social innovation is to solve a social issue in a sustainable way, and this purpose supersedes all others. Mulgan et al. (2007:8) share this view, defining social innovation as “innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organisations whose primary purpose are social”. The importance of intentionality is rooted in the idea that having a clear strategic intent is performative (Hamel and Prahalad, 1989) and will drive the behaviour / performance of the firm toward this purpose in the long term, even amid changes in the economic cycles or leadership. Simply, intentionality ensures that social entrepreneurs are steadfast in their pursuit of socially innovative solutions.

The third and fourth categories of definitions of social innovation emphasise what the firm does (its activities) and how it does it (its processes). Examples include engaging in sustainable practices, paying a living wage, being a good social agent, and doing no harm. In line with this category of definitions, Mair and Marti (2006 p 37) highlight that social entrepreneurs are involved in “the innovative use and combination of resources to pursue opportunities to catalyze social change and/or address social needs,” and Austin et al. (2006 p1) suggest that innovation entails “social value creating activity across the nonprofit, business, or government sectors”. Hence, social innovations are considered social both in terms of their ends and their means.

Having perused the range of definitions for social innovation, this paper takes a maximalist/ unifying stance and integrates various perspectives, defining it as developing new-to-the-world/ significantly improved interventions to solve social challenges via sustainable processes and activities that result in realized positive social benefits for its beneficiaries. Achieving this type of transformative social innovation is tough because as in traditional business, innovation is risky, messy, and unpredictable. Further, social innovation bears the real burden of the negative externalities that may result when innovation goes wrong. Examples include the suicides in Andhra Pradesh as a result of pressures to pay back microfinance loans, or the female infanticide as a result of sex-selective abortions following the introduction of low-cost ultrasound machines into India, which culturally favours male offspring (Wanacott, 2007). Both microfinance and the low-cost ultrasound machines were social innovations that were created to ‘do good’, but

levied a heavy price on its beneficiaries in the short term, until legislation was created to restrict the negative fallout. The key point is that social innovation is not a panacea, and social entrepreneurs must engage in mechanisms that not only increase their innovation capability, but also ensure the end result does no harm. In the rest of this paper, we discuss three mechanisms that may help social entrepreneurs reduce the downside risks and enhance the likelihood of innovation success via: conceptualising the problem during the launch phase, leveraging knowledge diversity and distant search during the solution-definition phase, and engaging in testing during the implementation phase.

3.0 CONCEPTUALISING THE SOCIAL PROBLEM

High-impact sustainable innovative solutions to social problems are often not obvious, because most social problems tend to be wicked problems, which Rittel and Webber (1973) characterise as having innumerable causes with little correlation between cause and effect, no easily defined solutions, high degrees of complexity, and a high probability of unintended or ripple effects associated with implementation of proposed solutions. The most wicked problems face three levels of challenges:

- Substantive uncertainty related to conflicting understandings of the nature of the problem,
- Strategic uncertainty related to multiple differentiated actors,¹ and
- Institutional uncertainty given that actors belong to multiple and often 'siloes' organizations, networks, and regulatory regimes with competing objectives (Koppenjan and Klijn, 2004).

All these features are true for most endemic social problems (Banerjee and Duflo, 2007), from homelessness to poverty to violence to mental health challenges for the most deprived communities. In such cases, innovation requires a primary focus on learning in the early phases of the project. It is sparked by understanding the beneficiaries, their lived experience, and their needs more intimately and without judgment and preconceived notions. In order to achieve this understanding, social entrepreneurs should not become wedded to their initial solutions, because doing so may cause them to create a self-confirming plan (Mintzberg & Waters, 1985) rather than create solutions that respond to the real needs of their beneficiaries. Upon first reflection, this logic may appear counterintuitive because entrepreneurship is fundamentally

1. These actors have highly unpredictable preferences and interactions.

about gut instinct, taking the initiative, and being solution oriented. Indeed, the term “entrepreneur” is a French word derived from the verb “entreprendre,” which means to do or to undertake. But in line with Schumpeter’s seminal work, “the essence of entrepreneurship lies in [perspicacity, that is] the perception and exploitation of new opportunities” (Schumpeter, 1928), and given the complexity of most social problems, learning is a precursor to building useful perceptions upon which new opportunities can be exploited. Although one cannot help but concede that lone geniuses or ‘hero-preneurs’ exists who can develop innovative social solutions, solely through creative means, the majority of social-innovation exercises should be initiated by focusing on learning and unravelling the complexity of the problem, prior to creating a solution.

Failure to invest in learning early means not being open to countervailing evidence, which goes against one’s instincts and can often lead to negative consequences. Consider the well-documented case of the PlayPump (Sheen et al., 2012), a technology that was supposed to bring drinking water to thousands of African communities by harnessing the power of children at play. The concept was innovative and simple: A merry-go-round is connected to a well, and as children play, the spinning motion pumps underground water into a raised reservoir tank, accessible by all in the village. This idea garnered great enthusiasm, investment (>100 million USDs), mindshare, and support from celebrities and international aid institutions and leaders alike. But the PlayPumps failed in the end for multiple reasons, one of which was that the inventors did not spend sufficient time unravelling the problem. If they had they would have realised that when the children were at school, the women were responsible for pumping the water, and “most women did not feel that operating PlayPumps was a socially acceptable activity. They got embarrassed where the people watching them did not know the linkage between the ‘merry-go-round’ and the water pumping” (Sheen et al., 2012, p. 4). Further, over time, the children lost their enthusiasm for playing on the PlayPump regularly, and the women complained that using it to draw water required more effort than using more traditional means. Had the inventors of the pump spent more time understanding the lived experience of the beneficiaries as a precursor to generating the innovative solutions, they may have developed a more useful and sustainable design.

So how can social enterprises better understand the problem as a precursor to more appropriate and effective innovations? The answer

lies in diversifying the types of learning utilised during the early / conceptualisation stages of the business. Beyond typical surveys or focus groups, vicarious learning (Bandura, 1965), that is, learning clues from others regarding how to interpret complex social issues, has gotten much attention. Consistent with past research, sometimes vicarious learning emerges from referencing (Bandura, 1965), studying, and reading combined with imagination. But a better way to vicariously learn is via socialisation (Bandura, 1965), where social entrepreneurs can leverage their relational networks for learning opportunities. In my longitudinal study of 3M Healthcare in India, this approach appeared to provide advantages over referencing in the form of increased specificity, with some information bordering on guidance and advice, and at times even going beyond a purely commercial focus to include philosophical and ethical guidance to problems that perennially dog social entrepreneurs as they struggle between their purpose and profitability. Beyond vicarious learning, social entrepreneurs can also engage in immersion, planting themselves in environments to experience first-hand the lives of their beneficiaries (Miner et al., 2001), even living in their context for several weeks in the hope of creating improved products that address some of the challenges of life there. Where immersion is not possible, social enterprises may ask beneficiaries to keep a photo or written diary of their lives and their customs to truly understand their lived experience. In summary, social entrepreneurs can use a myriad of creative means to conceptualise the problem in the early phases of developing a social innovation.

One caveat, however, is that social entrepreneurs must not only focus on mobilising greater learning and acquiring more detailed knowledge, but also be conscious of how they integrate and combine that learning toward innovative ends. In a recent Forbes article, Millington (2019 p1) warns, “Far too much focus has been on mobilising learning and far too little focus has been on integrating it.” Social entrepreneurs should be wary of “backward-learning integration,” where they engage in a wide range of data-collection activity but fail to implement what they’ve learned. Here, the learning effort is uncoordinated with little joint consultation, reflection, and sensemaking (bridging perspectives from diverse domains, (Weick et al., 2005)). Instead, social entrepreneurs should invest in “forward-learning integration,” which is a more coordinated approach that includes “in-depth discussions during meetings at set points where insights are scrutinised and gaps are identified. It means that assumptions are challenged too and subsequent data collection exercises are launched as necessary.

Ultimately, [this] leads to more effective assessment of market potential and identification of opportunities – ensuring more innovative and creative outputs from the learning” (Millington, 2019, p1).

In summary, social entrepreneurs must ensure entrepreneurial competency does not turn into a liability, by building an innovation that is a fulfilment of their own ideas as opposed to a solution that best fits the needs of beneficiaries. To achieve more appropriate and useful innovations, (especially in relation to particularly wicked social problems with potential for high downside risks), social entrepreneurs must discipline themselves, focus less on solutions from the outset, and invest in diverse forms of learning early in the development of the social innovation. It also requires them to engage in forward-learning integration, prioritizing a fix to the social problem, based on real insights as opposed to backward-learning integration, which forces a fit between new knowledge and the social entrepreneur’s preconceived solutions (Millington, 2019). In doing so, social entrepreneurs will become more open to surprising revelations and serendipity, from which social innovation can spark.

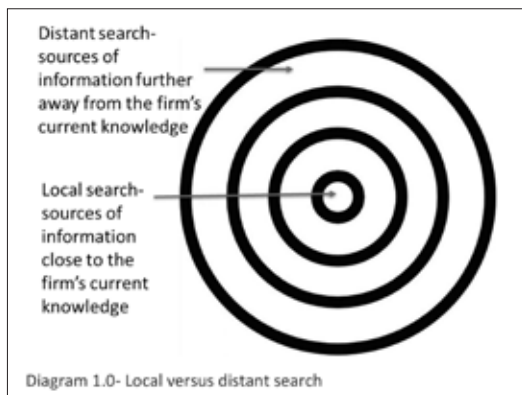
4.0 SEARCHING FOR SOLUTIONS

Moving from understanding the problem to developing a solution requires the social entrepreneur to search for solution. Arguably, the innovation literature proposes two main approaches to searching for solutions: distant search and knowledge diversity. These approaches are consistently associated with higher innovation outcomes (Katila & Ahuja, 2002) and can be useful in the social entrepreneur’s toolkit.

Distant search refers to gaining access to knowledge sources that are at the frontier of new insights and new technologies. This form of search has been associated with a larger volume of innovative ideas and novel solutions (Katila & Ahuja, 2002). By contrast, in local search, the entrepreneur looks for solutions in the neighbourhood of what is already known, and how the problem was solved in the past (Katila and Ahuja, 2002). These shallow search trajectories (Davis and Eisenhardt, 2011) can quickly ameliorate uncertainty but may lead to Band-Aid solutions to complex social problems. Distant search, by contrast, guards against the shortcomings of local search and pushes the social entrepreneur to be more creative. A great example of distant search is the case of 3M, which had a problem developing an adhesive to adhere bandages to contours of the skin after major surgery. The company utilised local search and looked for solutions in the medical

field but could not find a solution. Instead, the solution was found via distant search, from a source far afield from medical practitioners, namely, in a makeup artist who regularly seamlessly adhered masks to the contours of the faces of Broadway actors.² Thus, by employing distant search, 3M was able to develop an innovative solution to what appeared to be an intractable problem.

Although the established theoretical tradition of distant search can be easy enough to understand, how can social entrepreneurs effectuate it in the real world? Social entrepreneurs can envisage the search space as a series of concentric circles. The first and smallest circle represents the firm’s local knowledge in the form of individuals, organisations, theories, patents, products, and so on. The second circle represents slightly more distant knowledge, and the last circle, being the furthest relative distance from the firm’s local knowledge base, represents distant search (see Diagram 1 below). As an example, consider a social entrepreneur wishing to solve the challenge of poor nutrition in the homeless community. A local search might include sources of information from the homeless, nutritionists, and so on, and the most distant search might include information from, for example, the army or its partners who create highly nutritious food bars with long shelf lives for navy seals operating in difficult conditions. Theory predicts that this distant search for knowledge (from the army / its partners) is more likely to spark new and creative ideas of how to tackle malnutrition amongst the homeless as opposed to knowledge ascertained locally. Thus by leveraging distant search, the social entrepreneur will be empowered with ideas to develop more innovative solutions to intractable problems.



2. Accessed online. Available at : <https://www.youtube.com/watch?v=jY6kGFLUBG-c&t=333s>

The second factor that often results in more innovative solutions is knowledge diversity. A tremendous bank of literature supports the fact that when firms utilise knowledge from multiple and diverse sources, they produce greater innovation (Leiponen and Helfat, 2009). The reason is that when actors with different perspectives and opinions are brought together, new ideas are cross-fertilised, sharpened, and combined through collaboration. These multiactor collaborations reduce path dependency, and innovation is ignited as a result of constructive conflict (DeGraff, 2018), whereby promising solutions are enriched when actors with different backgrounds and concerns participate in a negotiation of gains and losses. This idea that increased collaboration and co-creation lead to more innovative solutions is one that should be embraced by social entrepreneurs because research (Hong and Page, 2004) has shown that groups of diverse problem solvers can outperform groups of high-ability problem solvers (experts).

So how can social entrepreneurs increase knowledge diversity? Beyond traditional methods (meetings with stakeholders, industry experts etc.), the field of open innovation³ (Chesbrough, 2003) is rife with contemporary approaches and solutions. First, initiatives like Open Ideo illustrate how you can harness the power of crowdsourcing, that is, leveraging the wisdom of a large group of people (crowd) through online interaction, to solve social issues. To date, Open Ideo has generated over 90,000 ideas from participants from over 200 countries tackling 70 social issues largely because the diversity in the knowledge of people who use the platform results in more innovative solutions. Consider also another form of open innovation: lead users (Von Hippel, 1998 & 2005), whereby the social entrepreneur can work with a special group of customers who are able to predict and adapt solutions that are more creative and innovative. Using these methodologies, social entrepreneurs can diversify their knowledge and collaborate with a host of people well beyond the boundaries of their firms, and in so doing, achieve more innovative solutions.

5.0 IMPLEMENTING SOLUTIONS

A solution is only as effective as its implementation. Research has established that during the implementation phase, entrepreneurs can ensure more effective execution of their innovative solution by utilising minimum viable product (MVP) testing (Reis, 2001). MVP

3. "Open innovation is the purposive inflows and outflows of knowledge to accelerate internal innovation and expand the markets for external use of innovation." [Chesbrough, 2006b p1]

testing is a form of experimentation whereby the entrepreneur creates contrasting situations in order to generate systematic experience (Cook & Campbell, 1979 in Miner et al., 2001), or to see how actions under different conditions at one time produce varying outcomes at a later time. The word “minimum” is important here, in that MVP testing does not require full investment in the end solution but radically scaled down solutions/ prototypes with just enough features to satisfy early customers. The idea was popularized by Eric Ries (2011) who included MVPs as the most critical component of his Lean Start-up model to reduce some of the risks inherent in launching innovative products, based on his personal experience with high-tech start-ups.

Upon first inspection, the MVP idea is perfectly suited to social entrepreneurs who want to develop social innovations, because working with high levels of scarcity has made them adept at dynamic improvisation and bricolage [Linna,2013], that is, patching together working solutions with the knowledge and resources at hand. However, utilising the MVP process to develop social innovation requires the launch of a pared-down minimum version of the innovative product, which is then recalled and improved via successive feedback loops. If the first versions of the MVP are far from what the beneficiaries actually want, pivoting (changing the way the MVP is designed to function or solve the customers’ problems) takes time, and some negative externalities may arise, particularly in relation to wicked social problems in very deprived communities.

Simanis (2012, p. 122) states that experiments like MVPs can be especially difficult for highly deprived customers, because they “lack what anthropologists call a ‘cultural competence’ for product consumption... they aren’t accustomed to using and experimenting with products.” And Mulgan et al. (2007 p19) infer “people [may] resist even the most appealing reforms [if] in the short-run they threaten to worsen performance [as compared to their present offerings]”. Further, MVPs, if not carefully managed, can lead to the erosion of trust between social entrepreneurs and their beneficiaries who are expecting products and services that are meant to improve their lives, but instead are given suboptimal MVPs. Bidault and Castello (2009) emphasise that low trust is not conducive to innovation, where trust is defined as a combination of integrity, reliability, and mutual caring. Further in the book *Trust: Creating the Foundation for Entrepreneurship in Developing Countries*, Khanna (2018) discusses the downsides of the lack of trust on engagement and participation. In summary, social

entrepreneurs must be cognisant of the implications of launching MVPs on their relationship with their beneficiaries, and address the trust deficit head on in order to not compromise their beneficiaries' goodwill toward the final innovation. They must ensure that their beneficiaries are aware that the temporary MVPs will not become permanent fixtures, and take the customers with them on a journey to finalising the innovative offering.

6.0 CONCLUSION

The perspective of this paper is that social entrepreneurs who pursue social innovation often achieve greater impact, solve endemic problems and are catalytic forces of social transformation. Given that research on social innovation is in its infancy, this paper stitches together key mechanisms from across the literature, to provide theoretically sound yet practical ways in which social entrepreneurs can achieve more innovative outcomes during the initiation, solution-generation, and implementation phases of their businesses. Whilst this is both a valid and useful exercise, the lack of coherence in even the definitions of social innovation as well as the potential for negative externalities, highlight that further research is paramount in order to help social entrepreneurs better navigate this terra incognita.

REFERENCES

- Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006). 'Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (1) p. 1–22.
- Bandura, A. (1965). 'Vicarious processes: A case of no-trial learning'. In: Berkowitz, L. (Ed.) *Advances in experimental social psychology*, New York: Academic Press. (2), p. 1-55.
- Banerjee, A.V. and Duflo, E. (2007). 'The Economic Lives of the Poor', *Journal of Economic Perspectives*, 21(1), p. 141–167.
- Bidault, F. and Castello (2009). 'Trust and Creativity: Understanding the Role of Trust in CreativityOriented Joint Development.', *R&D Management*, 39 (3), p. 259-270,
- Chesbrough, H. 2003. 'Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology'. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Chesbrough, H. 2006. 'Open innovation: A new paradigm for understanding industrial innovation'. In H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, and J. West (Eds.), *Open Innovation: Researching a New Paradigm*: p 1-12. Oxford: Oxford University Press.

Christensen, C.M. and Overdorf, M. (2000). 'Meeting the Challenge of Disruptive Change', *Harvard Business Review*, 78 (2), p. 66-76.

Davis, J.P. and Eisenhardt, K.M. (2011). 'Rotating Leadership and Collaborative Innovation: Recombination Processes in Symbiotic Relationships', *Administrative Science Quarterly*, 56 (2), p. 159- 201.

DeGraff, J. (2018) 'The Creative Power of Constructive conflict', Jeff DeGraff Blog. [Electronic]. Available: <https://jeffdegraff.com/blog/2018/12/the-creative-power-of-constructive-conflict/> [1 Oct, 2019]

Hamel, G., and Prahalad, C. K. (1989). 'Strategic intent', *Harvard Business Review* , 67, p. 63–78

Hartley, J. (2005). 'Innovation in governance and public service: Past and present', *Public Money & Management*, 25(1), p. 27-34.

Hong, L. and Page,S. E.(2004). 'Groups of Diverse Problem Solvers Can Outperform Groups of HighAbility Problem Solvers', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101, p. 16385-16389

Karnani, A. (2007). 'The mirage of marketing to the bottom of the pyramid: How the private sector can help alleviate poverty', *California Management Review*, 49 (4), p. 90–111.

Katila R and Ahuja G.(2002). 'Something old, something new: a longitudinal study of search behavior and new product introduction'. *Academy of Management Journal*, 45(6), p.1183–1194.

Khanna,T. (2018) 'Trust: Creating the Foundation for Entrepreneurship in Developing Countries'. Oakland, CA: Berrett-Koehler Publishers.

Koppenjan, F. and Klijn, E. (2004). 'Managing Uncertainties in Networks'. London: Routledge.

Leiponen, A. and Helfat.C.E. (2009). 'Innovation objectives, knowledge sources, and the benefits of breadth', *Strategic Management Journal*, 31(2), p.224 - 236

Linna, P. (2013) 'Bricolage as a means of innovating in a resource-scarce environment: a study of innovator-entrepreneurs at the BOP', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18 (3), p. 1-23.

Mair, J. and Marti, I. (2006). 'Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight'. *Journal of World Business*. 41. p 36-44.

Miner, A.S., Bassoff, P. and Moorman, C. (2001). 'Organizational Improvisation and Learning: A Field Study', *Administrative Science Quarterly*, 46 (2), p. 304-337.

Millington, N. (2019). 'Learning for Good: How multinationals must learn to solve global social problems'. *Forbes [Electronic]*. Available:

<https://www.forbes.com/sites/london-school-of-economics/2019/09/19/learning-for-good-how-multinationals-must-learn-to-solve-global-social-problems/#4d16e4e92f5d> [10 Oct 2019]

Mintzberg, H. and Waters, J.A. (1985). 'Of strategies, deliberate and emergent', *Strategic Management Journal*, 6(3), p 257–272.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. and Sanders, B. (2007). 'Social innovation: What it is, why it matters, and how it can be accelerated.' *Skoll Centre for Social Entrepreneurship, SAID Business*. [Electronic]. Available: <https://youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated/> [September 28, 2019]

Phills, J. A., Deiglmeier, K., and Miller, D. T. (2008). "Rediscovering Social Innovation." *Stanford Social Innovation Review*; Stanford, 6(4), p. 34–43.

Prahalad, C. K. and Hammond, A. (2002). 'Serving the World's Poor, Profitably', *Harvard Business Review*, 80 (9), p. 48-57.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business

Rittel, H. W., and Weber, M. (1973). 'Dilemmas in a General Theory of Planning'. *Policy Sciences* , p. 155-169.

Schumpeter, J.A. (1928) In: Hartmann, H. (1959) 'Managers and entrepreneurs: a useful distinction', 430-431, *Administrative Science Quarterly*, 3 (3), p.429-451.

Sheen,E. , Denend,L. and Zenios,S. (2012). 'An Evaluation of the PlayPump® Water System as an Appropriate Technology for Water, Sanitation and Hygiene Programmes.' Global health insight innovation series [Electronic]. Available: <https://www.gsb.stanford.edu/sites/gsb/files/publicationpdf/playpumps-gaininguserbuy-in.pdf> [15 Oct 2019]

Simanis, E. (2012). 'Reality Check at the Bottom of the Pyramid', Harvard Business Review

[Electronic], Available: <https://hbr.org/2012/06/reality-check-at-the-bottom-of-the-pyramid>, [25 Oct 2019]

von Hippel, E. (1988). The Sources of Innovation. New York, NY: Oxford University Press. von Hippel, E. 2005. Democratizing Innovation. Cambridge, MA: MIT Press

Weick, K.E., Sutcliffe, K.M. and Obstfeld, D. (2005). 'Organizing and the Process of Sensemaking', Organization Science, 16(4), p. 409-421.

Wonacott,P.(2007). 'India's Skewed Sex Ratio Puts GE Sales in Spotlight', Wall Street Journal

[Electronic], Available: <https://www.wsj.com/articles/SB117683530238872926>, [28 Oct 2019]

Woodman, P. (2014). 'Is social enterprise among the top social innovations?'Enterprise and Society, British Council, UK [Electronic]. Available: <https://www.britishcouncil.org/voicesmagazine/is-social-enterprise-among-the-top-social-innovations> [20 Oct 2019]

ნადია მილინდომი

მეცნიერებათა დოქტორი, მენეჯმენტის დეპარტამენტი,
ლონდონის ეკონომიკის და პოლიტიკურ მეცნიერებათა სკოლა.

სოციალური ინოვაცია, სოციალური მენარეჟობის მიღვა

შეჯამება

ინტერესი სოციალური ინოვაციების მიმართ, ასევე, სოციალური პრობლემების გადაჭრის ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული გზების მიმართ, იზრდება, განსაკუთრებით იმ კუთხით, რაც ეხება სოციალურ მეწარმეებს, ვინც საკუთარ სიცოცხლეს უძღვნის „კეთილდღეობას სიკეთის კეთების მეშვეობით“. ამავდროულად, ლიტერატურა იმაზე, თუ როგორ უნდა გავხდეთ უფრო მეტად სოციალურად ინოვაციური, ყველაზე ოპტიმისტური შეფასებითაც კი, საკმაოდ მწირია, ერთიანი ცოდნის ან შეთანხმებული ხედვის გარეშე. ამ სიცარიელის შესავსებად, ჩვენ არსებულ ლიტერატურას მოვიშველიებთ, რათა გავაერთიანოთ პრაქტიკული რჩევები და რამდენიმე მექანიზმი, რომელთა გამოყენება შესაძლებელია ინოვაციის გასაზრდელად, შორეული ძიებიდან დაწყებული სწავლის დივერსიფიკაციამდე, იმის სრული გააზრებით, რომ სოციალური ინოვაცია პანაცეა არ არის, და ჯერ კიდევ ბევრია გასაკეთებელი იმისათვის, რომ სოციალურ მეწარმეებს ზიანის მიყენება არ გამოუვიდეთ, სოციალური სიკეთის ძიებისას.

საკვანძო სიტყვები – სოციალური ინოვაცია, შორეული ძიება, ცოდნის მრავალფეროვნება, სწავლის მობილიზაცია, წინ- და უკუ-მიმართული სწავლის ინტეგრაცია, მინიმალური სიცოცხლისუნარიანი საქონელი

1.0 შესავალი

დღევანდელი მდგომარეობით, ფართოდ არის აღიარებული, რომ წარმატებული ბიზნესები არ უნდა იყვნენ მხოლოდ სიმდიდრის გენერატორები, არამედ ასევე „კარგი მოქალაქეებიც“ უნდა იყვნენ (Karnani, 2007; Prahalad and Hammond, 2002). ამ აღიარებამ განაპირობა ისეთი სოციალური მეწარმის აღმოცენება, რომელიც სიკეთის კეთებით აღწევს კეთილდღეობას; ბევრი მათგანი მიზნად ისახავს დაეხმაროს

მათ, ვინც მსოფლიოს 736 მილიონ ადამიანთა შორის არის, დღეში 2 აშშ დოლარზე ნაკლებად რომ ცხოვრობენ და აქვთ არასაკმარისი წვდომა ისეთ ძირითად საჭიროებებზე როგორცაა წყალი, საკვები, თავშესაფარი, სანიტარია, ჯანდაცვა და განათლება.

ყველაზე გავლენიანი სოციალური საწარმოების მიმოხილვა, მიკრო-ფინანსირებიდან დაწყებული M-Pesa– ის ინიციატივამდე, რომელიც უზრუნველყოფს ტელეფონით ფულის გადარიცხვის მომსახურებას საბანკო ანგარიშების არმქონე მილიონობით ადამიანისთვის აფრიკაში, მიუთითებს, რომ ისინი მხოლოდ სოციალური მეწარმეობის ფორმები კი არა, არამედ სოციალური ინოვაციები არიან. ამ სოციალურმა ინოვაციებმა შექმნეს ერთი შეხედვით გადაუღასავი სოციალური პრობლემების მოგვარების ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული გზები, საკითხის მხოლოდ ზედაპირული გადაჭრის მიღმა. ამით მათ ფართო და გრძელვადიანი გავლენა მოახდინეს, რაც ერთდროულად დამანგრეველიც იყო და ცვლილების გამომწვევიც (Christensen and Overdorf, 2000).

მაშ, როგორ შეიძლება სოციალური მეწარმეები გახდნენ უფრო სოციალურად ინოვაციური? ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად, ჩვენ პირველ რიგში განვიხილავთ სოციალური ინოვაციის განმარტებას, შემდეგ კი ჩავუღრმავდებით თეორიულ და პრაქტიკულ მიდგომებს, რომელთა გამოყენებით სოციალური მეწარმეები შეძლებენ გახდნენ უფრო ინოვაციური, და ამით გააძლიერონ ის დადებითი ეფექტი, რომელსაც ახდენენ ყველაზე მოწყვლად ჯგუფებზე. საბოლოო ჯამში, ეს ნაშრომი ამტკიცებს, რომ თუ სოციალურ ინოვაციას სწორად არ მივუდევით, ის შეიძლება ბენეფიციარებისთვის სასიცოცხლო საფრთხედ მოგვევლინოს, ამიტომ დამატებითი სიფრთხილე გვმართებს გამოცდილ მეთოდოლოგიებში ინვესტირებით, რაც ხელს შეუწყობს ნეგატიური შედეგების შემცირებას სოციალური სიკეთის ძიებაში.

2.0 სოციალური ინოვაციის განმარტება

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური ინოვაციების მრავალი განმარტება არსებობს როგორც თეორიულ, ასევე პრაქტიკულ ლიტერატურაში, ისინი დიდწილად ოთხ კატეგორიად შეიძლება შეჯამდეს.

სოციალური ინოვაციების განმარტებების პირველი წყება ყურადღებას ამახვილებს ნაწარმზე, ანუ იმაზე, რაც წარმოიქმნება სოციალური ინოვაციის შედეგად. ეს განმარტება საწყისს ინოვაციის ლიტერატურაში იღებს, სადაც ინოვაცია განისაზღვრება, როგორც ახალი და კრეატიული იდეების შემუშავება და პრაქტიკული რეალიზაცია, გარკვეული დამატებითი ღირებულების წარმოების მიზნით (Hartley,

2005). ამ მიმართულებაში, სოციალური ინოვაცია ორ პირობას უნდა აკმაყოფილებდეს: (i) ის ან სრულიად ახალი უნდა იყოს სამყაროსათვის, ან არსებულ შეთავაზებებს მნიშვნელოვნად აუმჯობესებდეს; და (ii) მან უნდა მოიტანოს აშკარა სარგებელი პროდუქტის ან მომსახურების კომერციალიზაციის გზით, რაც მკაფიოდ აისახება მის ბენეფიციარებზე. ამგვარად, სოციალური ინოვაცია სცილდება უბრალოდ დიად იდეებს, ან რაიმე ახლის გამოგონებას. ამ ტრადიციის შესაბამისად, ბრიტანეთის საბჭო განსაზღვრავს სოციალურ ინოვაციას, როგორც „სოციალური პრობლემების „დამანგრეველ“ გადაჭრას – ანუ, ისეთს, რომელიც ცდილობს შეცვალოს სტატუს ქვო, რათა გაუმკლავდეს საზოგადოების წინაშე არსებულ გამოწვევებს” (Woodman, 2014, გვ.1). ფილზი და სხვ. (2008, გვ.36) სოციალურ ინოვაციას განმარტავენ, როგორც „სოციალური პრობლემის ახლებურ გადაჭრას ან ინოვაციას, რომელიც უფრო ეფექტური, ქმედითი და მდგრადი, ან უფრო სამართლიანია, ვიდრე არსებული გადაწყვეტილებები, და რომლის ღირებულების ზრდა ვრცელდება სრულიად საზოგადოებაზე, და არა კერძო პირებზე. მულგანის და სხვ. (2007, გვ.8) თანახმად, სოციალური ინოვაცია არის, მარტივად, „ახალი იდეები, რომლებიც სოციალური მიზნების მიღწევაში ამართლებს”.

განმარტებების მეორე კატეგორია ყურადღებას ამახვილებს სოციალური ინოვაციის მიზანზე, რომელიც ასევე ცნობილია როგორც მისი მიზანმიმართულობა. ლიტერატურის დიდი ნაწილი ეთანხმება მოსაზრებას, რომ სოციალური ინოვაციის განზრახვა არის სოციალური საკითხის მდგრადი გზით გადაჭრა, და ამ მიზანს ყველა სხვასთან უპირატესობა ენიჭება. მულგანმა და სხვ. (2007: 8) გაიზიარეს ეს მოსაზრება, განსაზღვრეს რა სოციალური ინოვაცია, როგორც „ინოვაციური ქმედებები და სერვისები, რომლებსაც ამოძრავებს სოციალური მოთხოვნილების დაკმაყოფილების მიზანი, და რომლებიც დიდწილად შემუშავებულია და გავრცელებული სოციალური მიზნების მქონე ორგანიზაციების მიერ”. მიზანმიმართულობის მნიშვნელობას საფუძვლად უდევს მოსაზრება, რომ მკაფიო სტრატეგიული განზრახვის არსებობა პერფორმაციულია (Hamel and Prahalad, 1989) და კომპანიის ქცევას / შედეგებს ამ მიზნისკენ მიმართავს გრძელვადიან პერსპექტივაში, თუნდაც ეკონომიკური ციკლის ან ხელმძღვანელობის ცვლილებების ფონზე. მარტივად რომ ვთქვათ, მიზანმიმართულობა უზრუნველყოფს, რომ სოციალური მეწარმეები სოციალურად ინოვაციური გადაწყვეტილებებისკენ სწრაფვაში კურსს არ იცვლიან.

სოციალური ინოვაციების განმარტებების მესამე და მეოთხე კატეგორიები ყურადღებას ამახვილებენ იმაზე, თუ რას აკეთებს კომპანია (მისი საქმიანობა) და როგორ აკეთებს ამას (მისი პროცესები). ამის

მაგალითები მოიცავს მდგრად პრაქტიკებში ჩართულობას, საარსებოდ საკმარისი ანაზღაურების გადახდას, კარგ სოციალურ აგენტობასა და არა ზიანის მიყენებას. განმარტებების ამ კატეგორიის შესაბამისად, მაირი და მარტი (2006, გვ.37) ხაზს უსვამენ იმ გარემოებას, რომ სოციალური მეწარმეები ჩართულნი არიან „რესურსების ინოვაციურ გამოყენებასა და კომბინირებაში, რათა შექმნონ სოციალური ცვლილებების კატალიზატორის და/ან სოციალური მოთხოვნილებები დაკმაყოფილების შესაძლებლობებს მისდიონ“, და ოსტინი და სხვ. (2006 წ. 1) გამოთქვამენ აზრს, რომ ინოვაცია მოიცავს „სოციალური ღირებულების შექმნის პროცესს, რომელიც ვრცელდება არასამეწარმეო, ბიზნეს თუ სამთავრობო სექტორებზე“. შესაბამისად, სოციალური ინოვაციები სოციალურად განიხილებიან როგორც გამოყენებული გზების, ასევე მიღწეული შედეგების კუთხით.

განვიხილოთ რა სოციალური ინოვაციების განმარტებების სპექტრი, ამ ნაშრომში ჩვენ ვიკავებთ მაქსიმალისტურ / გამაერთიანებელ პოზიციას და ვახდენთ სხვადასხვა ხედვების ინტეგრაციას, განვსაზღვრავთ მათ, როგორც ჯერ არნახულ/ მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებულ ინტერვენციებს სოციალური გამოწვევების გადასაჭრელად, მდგრადი პროცესებისა და ქმედებების გამოყენებით, რაც ბენეფიციარებისათვის პოზიტიურ სოციალურ ცვლილებებში აისახება. ამ ტიპის ტრანსფორმაციული სოციალური ინოვაციის მიღწევა რთულია, რადგან, როგორც ტრადიციულ ბიზნესში, ინოვაცია არის სარისკო, მოუწესრიგებელი და არაპროგნოზირებადი. გარდა ამისა, სოციალური ინოვაცია ატარებს ნეგატიური გარეგანი ეფექტების დიდ ტვირთს, რასაც იმ შემთხვევებში წავაწყდებით, როდესაც ინოვაცია ისე არ მიდის, როგორც მოიზრებოდა. ამის მაგალითებია თვითმკვლელობები ანდრა პრადეში, მიკროფინანსური სესხების გადახდის გეწოლის შედეგად, ან მდედრობითი სქესის ნაყოფის შერჩევითი აბორტების ტალღა, რომელიც შედეგად მოყვა ინდოეთში დაბალფასიანი ულტრაბგერითი აპარატების შემოღებას, ვინაიდან ადგილობრივი კულტურა მამრობითი სქესის შთამომავალს აძლევს უპირატესობას (Wanacott, 2007 წ.). როგორც მიკროფინანსირება, ასევე დაბალფასიანი ულტრაბგერითი აპარატები განეკუთვნებოდნენ სოციალური ინოვაციების კატეგორიას, რომელთა მიზანიც კეთილი საქმის კეთება იყო, მაგრამ მოკლევადიან პერსპექტივაში, ისინი ბენეფიციარებს მძიმე წნეხად დააწვინენ, სანამ არ მოხდა ნეგატიური შედეგის შეზღუდვა საკანონმდებლო ჩარევის მეშვეობით. მთავარი ისაა, რომ სოციალური ინოვაცია არ არის პანაცეა, ხოლო სოციალური მეწარმეები უნდა იყვნენ ჩართულნი იმ მექანიზმებში, რომლებიც არამარტო გაზრდიან თავიანთ ინოვაციურ შესაძლებლობებს, არამედ უზრუნველყოფენ საბოლოო შედეგის „არა ზიან ჰქნა“-ს პრინციპს. ამ ნაშრომის შემდგომ თავებში, ჩვენ განვიხი-

ლავთ სამ მექანიზმს, რომელთაც შეუძლიათ სოციალურ მეწარმეებს ხელი შეუწყონ უარყოფითი შედეგის დადგომის რისკების შემცირებაში და ინოვაციის წარმატების ალბათობის გაზრდაში: პრობლემის კონცეპტუალიზაცია დაწყებით ეტაპზე, ცოდნის მრავალფეროვნების გაზრდა და შორეული ძიება გადაწყვეტილება-ჩამოყალიბების ეტაპზე, და ტესტირებაში ჩართულობა დანერგვის ეტაპზე.

3.0 სოციალური პრობლემის კონსექტუალიზაცია

სოციალური პრობლემების მაღალეფექტიანი, მდგრადი ინოვაციური გადაწყვეტილებები ხშირად არ არის აშკარა, რადგან სოციალური პრობლემების უმეტესი ნაწილი ისეთი ჩახლართული პრობლემებია, რომელთაც რიტელი და ვებერი (1973) ახასიათებენ, როგორც უთვალავი გამომწვევი მიზეზების მქონეს, დაბალი მიზეზ-შედეგობრივი კორელაციით, ადვილად განსაზღვრადი გადაწყვეტილებების გარეშე, სირთულის მაღალი ხარისხითა და შემოთავაზებული გადაწყვეტილებების დანერგვასთან დაკავშირებული უნებლიე ან „კონცენტრული წრეების“ ეფექტების მაღალი ალბათობით. ყველაზე უფრო ჩახლართული პრობლემები სამი დონის გამოწვევას წარმოადგენს:

- არსებითი გაურკვევლობა, რომელიც უკავშირდება პრობლემის ბუნების ურთიერთსაწინააღმდეგო გაგებას;
- სტრატეგიული გაურკვევლობა, (ეს მონაწილე მხარეები ხასიათდებიან ძალიან არაპროგნოზირებადი პრეფერენციებითა და ურთიერთქმედებებით.) რაც უკავშირდება მრავალ დიფერენცირებულ მონაწილე მხარეს, და
- ინსტიტუციური გაურკვევლობა იმის გათვალისწინებით, რომ მონაწილე მხარეები მიეკუთვნებიან მრავალ და ხშირად „განცალკევებულ“ ორგანიზაციას, ქსელსა თუ კონკურენტი მიზნების მქონე მარეგულირებელ გარემოს (Koppenjan and Klijn, 2004).

ყველა ეს თვისება შეესაბამება ენდემური სოციალური პრობლემების უმეტესობას (Banerjee and Duflo, 2007), უსახლკარობიდან და სიღარიბიდან დაწყებული, ძალადობამდე და ფსიქიკური ჯანმრთელობის გამოწვევებამდე, ყველაზე მოწყვლადი თემებისათვის. ასეთ შემთხვევებში, ინოვაცია მოითხოვს ფოკუსის გამახვილებას საგნის შესწავლაზე, პროექტის ადრეულ ეტაპებზე. ამას ბიძგს აძლევს ბენეფიციარების, მათი ცხოვრებისეული გამოცდილებისა და მათი საჭიროებების გაგება უფრო ინტიმურ დონეზე, განსჯის და წინასწარ ჩამოყალიბებული წარმოდგენების გარეშე. ამ გაგების მისაღწევად, სოციალური მეწარმეები არ უნდა იყვნენ თავიანთი თავდაპირველი

გადაწყვეტილებების მეტისმეტად ერთგული, რადგან ამით მათ შეიძლება თვითდადასტურებადი გეგმა ააგონ (Mintzberg & Waters, 1985), იმის ნაცვლად, რომ შექმნან გადაწყვეტილებები, რომლებიც მათი ბენეფიციარების რეალურ საჭიროებებს პასუხობენ. ერთი შეხედვით, ეს ლოგიკა შეიძლება კონტრინტუიტიურად მოგვეჩვენოს, რადგან მეწარმეობა არსობრივად შიდა ინსტინქტს, ინიციატივის აღებას და გადაწყვეტილებებზე ორიენტირებულობას ნიშნავს. თვით ტერმინი „მეწარმე“ არის ფრანგული სიტყვა, წარმოშობილი ზმნიდან „entreprendre“, რაც ნიშნავს გაკეთებას, კისრებას ან თავის თავზე აღებას. მაგრამ შუმპეტერის უმნიშვნელოვანესი ნაშრომზე დაყრდნობით, „მეწარმეობის არსი [ანუ, გამჭრიახობა] მდგომარეობს ახალი შესაძლებლობების აღქმასა და გამოყენებაში“ (Schumpeter, 1928) და, უმეტესი სოციალური პრობლემების სირთულის გათვალისწინებით, სწავლა იმ გამოსადეგი აღქმის მშენებლობის წინაპირობაა, რომლის საფუძველზეც მოხდება ახალი შესაძლებლობების გამოყენება. მიუხედავად იმისა, რომ არ შეიძლება არ დავეთანხმოთ მარტოხელა გენიოსებისა და „გმირ-პრენერების“ არსებობას, რომელთაც ინოვაციური სოციალური გადაწყვეტილებების შექმნა ძალუძთ, მხოლოდ შემოქმედებითობის საშუალებით, სოციალურ-ინოვაციური პროექტების უმეტესობა უნდა იწყებოდეს საგნის შესწავლაზე ყურადღების გამახვილებით და პრობლემის სირთულის ამოხსნით, ვიდრე გადაწყვეტილების შექმნას შევუდგებით.

ადრეულ სწავლაში ინვესტიციის არჩადება ნიშნავს საპირისპირო მტკიცებულებების მიმართ გონებაგაუხსნელობას, რაც ეწინააღმდეგება მავანის ინსტინქტებს და რასაც ხშირად უარყოფით შედეგებამდე მიყვავართ. განვიხილოთ PlayPump-ის (Sheen et al., 2012) დეტალურად დასაბუთებული მაგალითი: ეს იყო ტექნოლოგია, რომელსაც სასმელი წყალი უნდა მოეტანა აფრიკის ათასობით თემისათვის, ბავშვების მიერ თამაშში გამოყენებული ენერჯის ხარჯზე. კონცეფცია იყო ინოვაციური და მარტივი: კარუსელი უკავშირდებოდა ჭაბურღილის, და ბავშვების თამაშის პროცესში კარუსელის ტრიალის მოძრაობა მიწისქვეშა წყალს ტუმბავდა რეზერვუარის ავზში, რომელზეც წვდომა სოფლის ყველა ბინადარს ჰქონდა. ამ იდეას ყველა დიდი ენთუზიაზმით შეეგება, მიიღო ინვესტიცია (100 მილიონი აშშ დოლარზე მეტი), გაზიარება და მხარდაჭერა ცნობილი ადამიანების, საერთაშორისო ინსტიტუტებისა და ლიდერებისაგან. მაგრამ, საბოლოო ჯამში, PlayPumps პროექტი ჩაიშალა მრავალი მიზეზის გამო, რომელთაგან ერთ-ერთი ის იყო, რომ გამომგონებლებმა არ დახარჯეს საკმარისი დრო პრობლემის ძირფესვიანად შესასწავლად. რომ შეესწავლათ, მიხვდებოდნენ, რომ სანამ ბავშვები სკოლაში იყვნენ, წყლის დატუმბვის პასუხისმგებლობა ქალებს ეკისრებოდათ, და „ქალების

უმეტესობა მიიჩნევდა, რომ PlayPumps-ის ამუშავება სოციალურად მისაღები საქმიანობა არ იყო. ისინი უხერხულობაში ვარდებოდნენ, როდესაც ხალხი, ვინც არ იცოდა კავშირი კარუსელსა და წყლის დატუმბვას შორის, მათ მიაშტერდებოდა” (Sheen et al., 2012, გვ.4). უფრო მეტიც, დროთა განმავლობაში, ბავშვებმა PlayPump-ზე რეგულარულად თამაშის ენთუზიაზმი დაკარგეს, ქალები კი ჩიოდნენ, რომ წყლის ამოღების ასეთ საშუალებას მეტი ძალისხმევა სჭირდებოდა, ვიდრე უფრო ტრადიციული გზების გამოყენებას. ტუმბოს გამომგონებლებს მეტი დრო რომ დაეხარჯათ ბენეფიციარების ცხოვრებისეული გამოცდილების გაგებაზე, როგორც ინოვაციური გადაწყვეტილებების აუცილებელ წინაპირობაზე, შესაძლოა, მათ უფრო სასარგებლო და მდგრადი დიზაინი შეემუშავებინათ.

მაშ, როგორ შეუძლიათ სოციალურ საწარმოებს პრობლემის უკეთ გაცნობიერება, უფრო შესაფერისი და ეფექტური ინოვაციების შესაქმნელად? პასუხი მდგომარეობს ბიზნესის საწყის / კონცეპტუალიზაციის ეტაპზე გამოყენებული სწავლის ტიპების დივერსიფიკაციაში. ტიპური გამოკითხვებისა და ფოკუს ჯგუფების მიღმა, დიდი ყურადღება ეთმობა დელეგირებულ სწავლას (Bandura, 1965), ანუ რთული სოციალური საკითხების ინტერპრეტაციის შესახებ მინიშნებების სხვებისგან მიღებას. ზოგჯერ დელეგირებული სწავლა მოდის ცნობარებში ჩაღრმავებიდან (Bandura, 1965), გამოკვლევებიდან და წარმოსახვასთან შეჯერებული კითხვიდან, რაც წინა კვლევებითაც დასტურდება. მაგრამ დელეგირებული სწავლის უკეთეს გზას წარმოადგენს სოციალიზაცია (Bandura, 1965), როდესაც სოციალურ მეწარმეებს შეუძლიათ სწავლის შესაძლებლობების ბერკეტებად თავიანთი საურთიერთობო ქსელების გამოყენება. ინდოეთის 3M Care- ის ჩემ მიერ განხორციელებული გრძივი შესწავლისას, ამ მიდგომამ გამოიჩინა უპირატესობები ცნობარებში ჩაღრმავებასთან შედარებით, გაზრდილი სპეციფიურობის კუთხით, სადაც ზოგიერთი ინფორმაცია რჩევებისა და მითითებების ზღვრულ დონეზე იყო, დროდადრო კი, ვიწრო კომერციულ მიდგომასაც სცდებოდა და ფილოსოფიურსა და ეთიკურ მითითებებს შეიცავდა, რაც სოციალური მეწარმეებისათვის მუდმივი დილემაა, მისიასა და მომგებიანობის შორის ჭიდილი. დელეგირებული სწავლების მიღმა, სოციალურ მეწარმეებს ასევე შეუძლიათ განახორციელონ იმერსია, მათი ბენეფიციარების მშობლიურ გარემოში ჩანერგვით, რათა მათი ცხოვრებისეული გამოცდილები უშუალოდ განიცადონ (Miner et al., 2001), და ამ კონტექსტში რამდენიმე კვირის განმავლობაში იცხოვრონ, მათი სასიცოცხლო გამოწვევების გადასაჭრელად მიმართული გაუმჯობესებული პროდუქტის შექმნის იმედით. იქ, სადაც შეუძლებელია იმერსია, სოციალურ საწარმოებს შეუძლიათ ბენეფიციარებს სთხოვონ მათი ცხოვრებისა და ადათების ფოტო ან წერილობითი

დღიურების წარმოება, რათა სიღრმისეულად გაიგონ მათი ცხოვრებისეული გამოცდილება. რომ შევაჯამოთ, სოციალურ მეწარმეებს შეუძლიათ უამრავი შემოქმედებითი საშუალების გამოყენება სოციალური ინოვაციის განვითარების ადრეულ ფაზაში პრობლემის კონცეპტუალიზაციისათვის.

ამასთან, ერთერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი ისაა, რომ სოციალური მეწარმეები ყურადღებას არა მხოლოდ უფრო მეტი სწავლის მობილიზაციასა და დეტალური ცოდნის შეძენაზე უნდა ამახვილებდნენ, არამედ ასევე შეგნებულად უდგებოდნენ ამ ცოდნის ინტეგრაციას და შერწყმას ინოვაციური მიზნების მისაღწევად. Forbes-ის ბოლოდროინდელ სტატიაში მილინგტონი (2019, გვ.1) გვაფრთხილებს: „მეტისმეტი ყურადღება ეთმობა სწავლის მობილიზაციას და ძალიან ცოტა – მის ინტეგრაციას.“ სოციალური მეწარმეები უნდა უფრთხოდნენ „უკუმიმართული სწავლის ინტეგრაციას“, როდესაც ისინი მონაცემთა შეგროვების ფართო სპექტრში ერთვებიან, მაგრამ ვერ ასრულებენ იმის დაწერვას, რისი ცოდნაც მიიღეს. აქ, სწავლის მცდელობა არაკოორდინირებულია, ერთობლივი კონსულტაციების, ჩაღრმავებისა და საღი აზრის (სხვადასხვა დომენების ხედვების დაკავშირების (Weick et al., 2005)) ნაკლებობით. ამის ნაცვლად, სოციალურმა მეწარმეებმა ინვესტირება „წინ–მიმართული სწავლის ინტეგრაციაში“ უნდა მოახდინონ, რაც უფრო კოორდინირებული მიდგომაა, რომელიც მოიცავს „სიღრმისეულ დისკუსიებს, შეხვედრების დროს განსაზღვრულ წერტილებში, სადაც ხდება ინფორმაციის გადამოწმება და ხარვეზების გამოვლენა. ეს ნიშნავს, რომ ხდება ვარაუდებში ეჭვის შეტანა და, საჭიროების შემთხვევაში, ხორციელდება მონაცემების შეგროვების შემდგომი ნაბიჯები. საბოლოო ჯამში, [ამას] მივყავართ საბაზრო პოტენციალისა და შესაძლებლობების იდენტიფიცირებას უფრო ეფექტურ შეფასებისკენ, რაც სწავლის უფრო ინოვაციურ და შემოქმედებით შედეგებს უზრუნველყოფს“ (Millington, 2019, გვ.1).

რომ შევაჯამოთ, სოციალურმა მეწარმეებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ სამეწარმეო კომპეტენცია არ გადაიქცეს ისეთ პასივად, რომელიც საკუთარი იდეების აღმბეჭდავი ინოვაციის შექმნას განაპირობებს, ბენეფიციარების საჭიროებებზე მორგებული გადაწყვეტილების ნაცვლად. უფრო მიზანშეწონილი და სასარგებლო ინოვაციების მისაღწევად (განსაკუთრებით, მეტად ჩახლართულ სოციალურ პრობლემებთან მიმართებაში, რომელთაც უარყოფითი შედეგის დადგომის რისკის მაღალი პოტენციალი აქვთ), სოციალურმა მეწარმეებმა უნდა გამოიჩინონ დისციპლინა, ნაადრევი გადაწყვეტილებების შემუშავებისაგან თავი შეიკავონ, და სოციალური ინოვაციის ადრეულ ეტაპებზევე განახორციელონ სწავლის მრავალნაირ ფორმებში ინვესტიცია. ის

ასევე მოითხოვს მათ ჩართვას წინ–მიმართული სწავლის ინტეგრაციაში, სადაც სოციალური პრობლემის გადაჭრა მოიაზრება პრიორიტეტად, საგნის რეალურ გაგებაზე დაფუძნებით, და არა უკუ–მიმართული სწავლის ინტეგრაციაში, რომელიც ახალ ცოდნას ძალისმიერად მიუსაბამებს სოციალური მეწარმის წინასწარ ჩამოყალიბებულ გადაწყვეტილებებს (Millington, 2019). ამით სოციალური მეწარმეები უფრო გახსნილი იქნებიან მოულოდნელი აღმოჩენებისა და ილბლიანი მიგნებების მიმართ, საიდანაც ბიძგი მიეცემა სოციალურ ინოვაციებს.

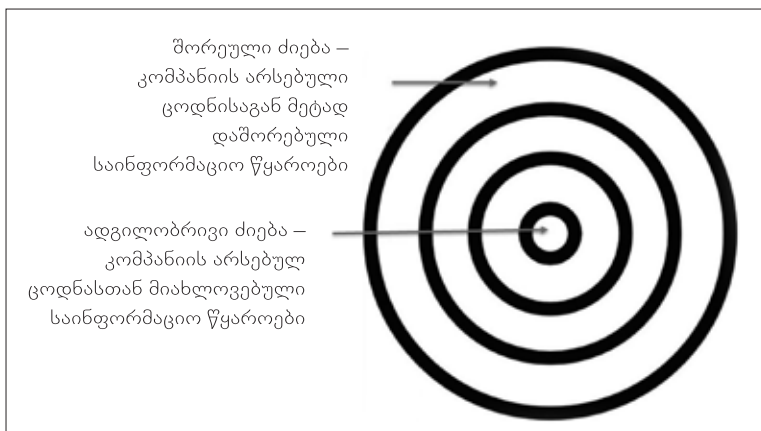
4.0 გადაწყვეტილებების ძიებაში

პრობლემის გააზრებიდან მისი გადაჭრისათვის საჭირო გადაწყვეტილების შემუშავებამდე, სოციალურ მეწარმეს უწევს ამ გადაწყვეტილების ძიება. საამისოდ, ინოვაციური ლიტერატურა ორ მთავარ მიდგომას გვთავაზობს: შორეული ძიება და ცოდნის მრავალფეროვნება. ეს მიდგომები სტაბილურად უკავშირდება ინოვაციების უფრო მაღალ შედეგებს (Katila & Ahuja, 2002) და სოციალური მეწარმის არსენალში სასარგებლო ინსტრუმენტებად გვევლინება.

შორეული ძიება გულისხმობს წვდომის მოპოვებას ცოდნის წყაროებზე, რომლებიც ახალი შეხედულებისა და ახალი ტექნოლოგიების მიჯნაზე არიან. ძიების ამ ფორმას უკავშირდება ინოვაციური იდეებისა და ახალი გადაწყვეტილებების უფრო დიდი მოცულობა (Katila & Ahuja, 2002). ამის საპირისპიროდ, ადგილობრივი ძიებისას, მეწარმე გადაწყვეტილებებს ეძებს უკვე არსებული ცოდნის „სამეზობლოში“, სადაც ცნობილია, თუ როგორ მოგვარდა პრობლემა წარსულში (Katila & Ahuja, 2002). ამ ზედაპირული ძიების ტრაექტორიებს (Davis and Eisenhardt, 2011) შეუძლიათ სწრაფად გააუმჯობესონ სიტუაცია და მოხსნან გაურკვევლობა, მაგრამ ამავედროულად, შეიძლება მივიყვანონ კომპლექსური სოციალური პრობლემების ე.წ. „ლეიკოპლასტის“ გადაწყვეტილებამდე, რაშიც დროებითი და არაეფექტური ხასიათის გამოსავალი იგულისხმება. დისტანციური ძიება კი, პირიქით, ადგილობრივის ნაკლოვანებებისაგან გვიცავს და უბიძგებს სოციალურ მეწარმეს, რომ უფრო კრეატიული იყოს. შორეული ძიების შესანიშნავი მაგალითია კომპანია 3M–ის შემთხვევა, რომელსაც პრობლემა ჰქონდა სერიოზული ოპერაციების შემდეგ კანის პერიმეტრზე საფენების დასამაგრებლად წებოვანი სუბსტანციის შემუშავებისას. კომპანიამ ადგილობრივი ძიების მეთოდს მიმართა, და სამედიცინო სფეროში ეძებდა გამოსავალს, მაგრამ ასეთი ვერ მოიძებნა. სამაგიეროდ, გამოსავალი მოიძებნა შორეული ძიების პროცესში, სამედიცინო საქმიანობისაგან საკმაოდ დაშორებულ სფეროში, კერძოდ კი, მაკიაჟის პროფესიონალის სახით: ის ბროდვეის მსახიობებს სახის კონტურებ–

ზე ნიღბების უნაკეროდ დამაგებას რეგულარულად ახორციელებდა წებოვანის მეშვეობით¹ამგვარად, დისტანციური ძიების გამოყენებით, 3M- მა შეძლო ინოვაციური გამოსავლის შემუშავება იმ პრობლემა-სათვის, რომელიც მანამდე, გადაუჭრელად ესახებოდა.

მიუხედავად იმისა, რომ დისტანციური ძიების დამკვიდრებული თე-ორიული ტრადიცია შეიძლება ადვილად გასაგები იყოს, როგორ შე-უძლიათ სოციალურ მეწარმეებს ეფექტურად აღასრულონ იგი რეა-ლურ სამყაროში? სოციალურ მეწარმეებს შეუძლიათ წარმოიდგინონ ძიების სივრცე, როგორც კონცენტრული წრეების სერია. პირველი და ყველაზე მცირე ზომის წრე წარმოადგენს ფირმის ადგილობრივ ცოდ-ნას ინდივიდების, ორგანიზაციების, თეორიების, პატენტების, პრო-დუქტების და ა.შ. ფორმით. მეორე წრე წარმოადგენს ოდნავ უფრო შორეულ ცოდნას, ხოლო ბოლო წრე, რომელიც ფირმის ადგილო-ბრივი ცოდნის ბაზისაგან ყველაზე მეტადაა დაცილებული, წარმოა-დგენს შორეულ ძიებას (იხ. დიაგრამა 1 ქვემოთ).



დიაგრამა 1.0 - ადგილობრივი და შორეული ძიება.

მაგალითის სახით, განვიხილოთ სოციალური მეწარმე, რომელსაც სურს გადაჭრას უსახლკარო თემში ცუდი კვების პრობლემა. ადგილო-ბრივი ძიება შეიძლება მოიცავდეს ინფორმაციის ისეთ წყაროებს, რო-გორებიცაა უსახლკაროები, დიეტოლოგების და ა.შ., ხოლო ყველაზე შორეულმა ძიებამ შეიძლება მოიცვას ინფორმაცია, მაგალითად, შეი-არაღებული ძალებისა ან მისი პარტნიორებისაგან, რომლებიც მძიმე პირობებში მომუშავე სპეციალური დანიშნულების რაზმელებისათვის აწარმოებენ მაღალი კვებითი თვისებების მქონე ბრიკეტებს, ხანგრ-

1. ბმული ონლაინ რეჟიმშია ხელმისაწვდომი: <https://www.youtube.com/watch?v=-jY6kGFLUBGc&t=333s>

ძლივი შენახვის ვადით. თეორიის პროგნოზით, ცოდნის ამ შორეულ ძიებას (შეიარაღებული ძალების / მისი პარტნიორებიდან) უფრო მეტი ალბათობით შეუძლია ახალი და შემოქმედებითი იდეების გაღვივება მასზე, თუ როგორ უნდა მოგვარდეს უსახლკართოა შორის საკვების უკმარისობის პრობლემა, ვიდრე ადგილობრივი გზით მიღებულ ცოდნას. ამგვარად, დისტანციური ძიების გამოყენებით, სოციალურ მეწარმეებს ეძლევათ შესაძლებლობა, შექმნან თითქოსდა გადაუჭრელი პრობლემების მოგვარების უფრო ინოვაციური გადაწყვეტილებები.

მეორე ფაქტორი, რომელიც ხშირად განაპირობებს უფრო ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს მოძიებას, არის ცოდნის მრავალფეროვნება. ლიტერატურის უზარმაზარი მოცულობა იმ ფაქტის სასარგებლოდ მეტყველებს, რომ კომპანიები, რომლებიც ცოდნის მრავალნაირ და მრავალფეროვან წყაროებს იყენებენ, უფრო მეტ ინოვაციას წარმოქმნიან (Leiponen and Helfat, 2009). ამის მიზეზი კი ის არის, რომ როდესაც სხვადასხვა პერსპექტივებისა და შეხედულებების მქონე პირები ერთად იკრიბებიან, ურთიერთთანამშრომლობის შედეგად ხდება ახალი იდეების განაცოფიერება, გამოკვეთა და შერწყმა. ესოდენ მრავალი მონაწილის თანამშრომლობა იძლევა ცალკეულ მიმართულებებზე დამოკიდებულობის შემცირების საშუალებას, კონსტრუქციული კონფლიქტის შედეგად კი ბიძგი ეძლევა ინოვაციას (DeGraff, 2018), რა დროსაც ხდება პერსპექტიული გადაწყვეტილებების გაშალაშინება, სხვადასხვა ამომავალი წერტილებისა და ინტერესების მქონე მონაწილეების მიერ მოგება-მარაღის განხილვების ფონზე. ეს მოსაზრება, რომ გაზრდილ თანამშრომლობას და თანა-კრეატიულობას უფრო ინოვაციურ გადაწყვეტილებებამდე მივყავართ, სოციალურმა მეწარმეებმა უნდა გაითავისონ, რადგან კვლევა (Hong and Page, 2004) გვიჩვენებს, რომ პრობლემების გადაჭრის ჯგუფებს შორის შედარებისას, „მრავალფეროვანები“ „მაღალ-შესაძლებლობიანებზე“ (ექსპერტები) გაცილებით უკეთეს შედეგებს აღწევენ.

მაშ, როგორ შეუძლიათ სოციალურ მეწარმეებს ცოდნის მრავალფეროვნების გაზრდა? ტრადიციული მეთოდების მიღმა (შეხვედრები დაინტერესებულ მხარეებთან, ინდუსტრიის ექსპერტებთან და ა.შ.), ღია ინოვაციების სფერო² (Chesbrough, 2003) სავსეა თანამედროვე მიდგომებითა და გადაწყვეტილებებით. პირველ რიგში, ინიციატივები, როგორცაა Open Idea, ცხადყოფს, თუ როგორაა შესაძლებელი ქრედიტორსინგის ძალის გამოყენება, ანუ ხალხის დიდი ჯგუფის (მასის) კოლექტიური სიბრძნის ათვისება ონლაინ ინტერაქციის გზით,

2. „ღია ინოვაცია არის ცოდნის მიზანმიმართული შემოღინება და გაღინება შიდა ინოვაციების დაჩქარებისა და ინოვაციების გარე გამოყენებისათვის ბაზრების გაფართოების მიზნით.“ [Chesbrough, 2006ბ, გვ.1]

სოციალური პრობლემების გადასაჭრელად. დღეისათვის, Open Ideo-მ 90 000-ზე მეტი იდეა დააგენერირა 200-ზე მეტი ქვეყნის მონაწილეებისგან, რომლებიც 70 სოციალურ საკითხს ეხმიანებოდნენ, რადგან პლატფორმის მომხმარებელთა ცოდნის მრავალფეროვნებამ უფრო ინოვაციური გადაწყვეტილებების შედეგი გამოიღო. განვიხილოთ აგრეთვე ღია ინოვაციის კიდევ ერთი ფორმა: წამყვანი მომხმარებლები (Von Hippel, 1998 & 2005), კონცეპტი რომლის თანახმადაც, სოციალურ მეწარმეს შეუძლია იმუშაოს მომხმარებელთა სპეციალურ ჯგუფთან, რომელსაც უფრო კრეატიული და ინოვაციური გადაწყვეტილებების პროგნოზირება და ადაპტაცია შეუძლია. ამ მეთოდოლოგიების გამოყენებით, სოციალურ მეწარმეებს შეუძლიათ ცოდნის დივერსიფიკაცია და თავიანთი კომპანიების ფარგლებს მიღმა მთელ რიგ ადამიანებთან თანამშრომლობა, რათა მიიღწიონ უფრო ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს.

5.0 გადაწყვეტილებების დანერგვა

პრობლემის გადაწყვეტა ზუსტად იმდენადაა ეფექტური, რამდენადაცაა ეფექტური მისი იმპლემენტაცია. კვლევებით დადგენილია, რომ დანერგვის სტადიაზე მეწარმეებს შეუძლიათ უზრუნველყონ თავიანთი ინოვაციური გადაწყვეტილებების უფრო ეფექტური შესრულება, მინიმალური სიცოცხლისუნარიანი საქონლის (MVP) ტესტირების გამოყენებით (Reis, 2001). MVP ტესტირება ექსპერიმენტის ის ფორმაა, რომლის მიხედვითაც მეწარმე ქმნის კონტრასტულ სიტუაციებს, რათა მიიღოს სისტემატური გამოცდილება (Cook & Campbell, 1979, Miner et al., 2001–ში), ან დაინახოს, ერთდროულად, მაგრამ სხვადასხვა სცენარის პირობებში განხორციელებული ქმედებები როგორ გამოიღებენ სრულიად განსხვავებულ შედეგებს მოგვიანებით. სიტყვა „მინიმუმი“ აქ მნიშვნელოვანია, რადგან MVP ტესტირება არ საჭიროებს სრულ ინვესტიციას საბოლოო გადაწყვეტილებაში, გარდა გაცილებით პატარა მასშტაბის პროტოტიპის ადრეული მომხმარებლის დასაკმაყოფილებლად საკმარისი თვისებებით. ეს იდეა პოპულარიზებულ იქნა ერიკ რიის მიერ (2011), რომელმაც მაღალტექნოლოგიურ სტარტაპებთან მუშაობის პირად გამოცდილებაზე დაყრდნობით, MVP თავისი Lean Start-up მოდელის ყველაზე კრიტიკულ კომპონენტად შეიყვანა, რათა ინოვაციური პროდუქტების დანერგვისათვის მახასიათებელი რისკების შემცირება შეძლებოდა.

ერთი შეხედვით, MVP იდეა ზედგამოჭრილია სოციალური მეწარმეებისათვის, რომლებსაც სურთ სოციალური ინოვაციების განვითარება, რადგან მწირი რესურსების პირობებში მუშაობამ ისინი მიაჩვია დინამიურ იმპროვიზაციასა და საკუთარი ხელით შექმნილ გადაწყვეტილებ-

ბებს (Linna, 2013), ანუ, ხელთ არსებული ცოდნისა და რესურსის ნაზავს. ისიც უნდა ითქვას, რომ MVP პროცესის გამოყენება სოციალური ინოვაციის განვითარების მიზნით მოითხოვს ინოვაციური პროდუქტის მინიმალისტური ვერსიის გაშვებას, რომელიც შემდგომ უკან უნდა იქნას გამოხმობილი და გაუმჯობესებული უკუკავშირის მრავალჯერადი გამოვლენების საფუძველზე. თუ MVP-ს პირველი ვერსიები შორსაა ბენეფიციარების რეალური მოთხოვნებისაგან, პივოტირება (MVP-ს დიზაინის შეცვლა, რათა ის ფუნქციონალურად პასუხობდეს მომხმარებლების პრობლემების გადაჭრის ამოცანებს) წაიღებს დროს, და შესაძლოა, რომ დადგეს გარკვეული უარყოფითი შედეგები, განსაკუთრებით, უაღრესად მოწყვლადი თემების მძიმე სოციალურ პირობებში.

სიმანისი (2012, გვ.122) აცხადებს, რომ MVP-ების მსგავსი ექსპერიმენტები მეტად მოწყვლად მომხმარებლებზე შეიძლება იყოს განსაკუთრებით რთული, რადგან მათ „არ აქვთ ის, რასაც ანთროპოლოგები უწოდებენ „კულტურულ კომპეტენციას“ პროდუქტის მოხმარებისათვის ... ისინი არ არიან მიჩვეული პროდუქტების გამოყენებას და მათთან ექსპერიმენტირებას“. ასევე, მულგანი და სხვ. (2007 p19) აკეთებენ დასკვნას, რომ „ხალხმა [შეიძლება] წინააღმდეგობა გაუწიოს ყველაზე მიმზიდველ რეფორმებსაც კი, [თუ] მოკლევადიან პერსპექტივაში არსებობს მომსახურების შესრულების გაუარესების რისკი [შედარებით მათ არსებულ მდგომარეობასთან]“. მეტიც, MVP-ებს შეუძლიათ, არასწორი მართვის პირობებში, გამოიწვიონ ნდობის ეროზია სოციალურ მეწარმეებსა და მათ ბენეფიციარებს შორის, რომლებიც ელიან მათი ცხოვრების გაუმჯობესებისკენ გამიზნულ პროდუქტებსა და მომსახურებებს, მაგრამ ამის ნაცვლად, იღებენ ოპტიმალურისაგან შორს მდგომ MVP-ებს. ბიდო და კასტელო (2009) ხაზს უსვამენ, რომ ნდობის დაბალი ხარისხი ხელშეწყობის საპირისპიროა ინოვაციისათვის, სადაც ნდობა განისაზღვრება, როგორც პატიოსნების, საიმედოობის და ურთიერთდახმარების ერთობლიობა. შემდგომ წიგნში „ნდობა: განვითარებად ქვეყნებში მეწარმეობის საძირკვლის ჩაყრა“, ხანა (2018) განიხილავს ნდობის ნაკლებობის უარყოფით გავლენას ჩართულობასა და მონაწილეობაზე. და ბოლოს, სოციალური მეწარმეები უნდა აცნობიერებდნენ MVP-ების დანერგვის გავლენას მათ ურთიერთობებზე საკუთარ ბენეფიციარებთან, ისინი ნდობის დეფიციტის უმაღლეს დაუპირისპირდნენ, რათა საბოლოო ინოვაციის მიმართ ბენეფიციარების დადებით განწყობა საფრთხის ქვეშ არ მოექცეს. მათ უნდა უზრუნველყონ, რომ ბენეფიციარები გაითავისებენ დროებითი MVP-ების არამუდმივ ხასიათს, და ინოვაციური შეთავაზების საბოლოო ფორმატამდე მიყვანის გრძელ გზას მომხმარებლებთან ერთად გაივლიან.

6.0 დასკვნა

ამ ნაშრომში წარმოდგენილია ხედვა, რომ სოციალური მეწარმეები, რომლებიც ახორციელებენ სოციალურ ინოვაციებს, ხშირად უფრო მეტ გავლენას აღწევენ, ენდემურ პრობლემებს წყვეტენ და საერთოდ, საზოგადოებრივი ტრანსფორმაციის კატალიზურ ძალებად მოკვევლინებიან. იმის გათვალისწინებით, რომ კვლევა სოციალური ინოვაციების შესახებ ჯერ კიდევ ადრეულ ეტაპზეა, ეს ნაშრომი თავს უყრის ლიტერატურაში მოცემული საკვანძო მექანიზმების მთელ რიგს, რათა წარმოგვიდგინოს თეორიულად დამაჯერებელი, მაგრამ ამავდროულად, პრაქტიკული გზები, რომელთა გამოყენებითაც სოციალურ მეწარმეებს შეეძლება უფრო მეტად ინოვაციური შედეგების მიღწევა მათი საქმიანობის ინიცირების, გადაწყვეტილებების გენერირებისა და დანერგვის ეტაპებზე. მიუხედავად იმისა, რომ ეს მიდგომა სწორიცაა, და სასარგებლოც, აზრების სხვაობა, თვით სოციალური ინოვაციის განმარტებებშიც კი, ისევე როგორც ნეგატიური გამოვლინებების პოტენციალის არსებობა, აშკარას ხდის შემდგომი გამოკვლევის აუცილებლობას, რათა ის სოციალურ მეწარმეებს დაეხმაროს terra incognita-ში უკეთ გარკვევასა და წარმართვაში.

ბიბლიოგრაფია

- Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006). 'Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (1) p. 1–22.
- Bandura, A. (1965). 'Vicarious processes: A case of no-trial learning'. In: Berkowitz, L. (Ed.) *Advances in experimental social psychology*, New York: Academic Press. (2), p. 1-55.
- Banerjee, A.V. and Duflo, E. (2007). 'The Economic Lives of the Poor', *Journal of Economic Perspectives*, 21(1), p. 141–167.
- Bidault, F. and Castello (2009). 'Trust and Creativity: Understanding the Role of Trust in CreativityOriented Joint Development.', *R&D Management*, 39 (3), p. 259-270,
- Chesbrough, H. 2003. 'Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology'. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Chesbrough, H. 2006. 'Open innovation: A new paradigm for understanding industrial innovation'. In H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, and J. West (Eds.), *Open Innovation: Researching a New Paradigm*: p 1-12. Oxford: Oxford University Press.

Christensen, C.M. and Overdorf, M. (2000). 'Meeting the Challenge of Disruptive Change', *Harvard Business Review*, 78 (2), p. 66-76.

Davis, J.P. and Eisenhardt, K.M. (2011). 'Rotating Leadership and Collaborative Innovation: Recombination Processes in Symbiotic Relationships', *Administrative Science Quarterly*, 56 (2), p. 159- 201.

DeGraff, J. (2018) 'The Creative Power of Constructive conflict', Jeff DeGraff Blog. [Electronic]. Available: <https://jeffdegraff.com/blog/2018/12/the-creative-power-of-constructive-conflict/> [1 Oct, 2019]

Hamel, G., and Prahalad, C. K. (1989). 'Strategic intent', *Harvard Business Review* , 67, p. 63–78

Hartley, J. (2005). 'Innovation in governance and public service: Past and present', *Public Money & Management*, 25(1), p. 27-34.

Hong, L. and Page,S. E.(2004). 'Groups of Diverse Problem Solvers Can Outperform Groups of HighAbility Problem Solvers', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101, p. 16385-16389

Karnani, A. (2007). 'The mirage of marketing to the bottom of the pyramid: How the private sector can help alleviate poverty', *California Management Review*, 49 (4), p. 90–111.

Katila R and Ahuja G.(2002). 'Something old, something new: a longitudinal study of search behavior and new product introduction'. *Academy of Management Journal*, 45(6), p.1183–1194.

Khanna,T. (2018) 'Trust: Creating the Foundation for Entrepreneurship in Developing Countries'. Oakland, CA: Berrett-Koehler Publishers.

Koppenjan, F. and Klijn, E. (2004). 'Managing Uncertainties in Networks'. London: Routledge.

Leiponen, A. and Helfat.C.E. (2009). 'Innovation objectives, knowledge sources, and the benefits of breadth', *Strategic Management Journal*, 31(2), p.224 - 236

Linna, P. (2013) 'Bricolage as a means of innovating in a resource-scarce environment: a study of innovator-entrepreneurs at the BOP', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18 (3), p. 1-23.

Mair, J. and Marti, I. (2006). 'Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight'. *Journal of World Business*. 41. p 36-44.

Miner, A.S., Bassoff, P. and Moorman, C. (2001). 'Organizational Improvisation and Learning: A Field Study', *Administrative Science Quarterly*, 46 (2), p. 304-337.

Millington,N. (2019). 'Learning for Good: How multinationals must learn to solve global social problems'. *Forbes* [Electronic]. Available:

<https://www.forbes.com/sites/london-school-of-economics/2019/09/19/learning-for-good-how-multinationals-must-learn-to-solve-global-social-problems/#4d16e4e92f5d> [10 Oct 2019]

Mintzberg, H. and Waters, J.A. (1985). 'Of strategies, deliberate and emergent', *Strategic Management Journal*, 6(3), p 257–272.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. and Sanders, B. (2007). 'Social innovation: What it is, why it matters, and how it can be accelerated.' Skoll Centre for Social Entrepreneurship, SAID Business. [Electronic]. Available: <https://youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated/> [September 28,2019]

Phills, J. A., Deiglmeier, K., and Miller, D. T. (2008). "Rediscovering Social Innovation." *Stanford Social Innovation Review*; Stanford, 6(4), p. 34–43.

Prahalad, C. K. and Hammond, A. (2002). 'Serving the World's Poor, Profitably', *Harvard Business Review*, 80 (9), p. 48-57.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business

Rittel, H. W., and Weber, M. (1973). 'Dilemmas in a General Theory of Planning'. *Policy Sciences* , p. 155-169.

Schumpeter, J.A. (1928) In: Hartmann, H. (1959) 'Managers and entrepreneurs: a useful distinction', 430-431, *Administrative Science Quarterly*, 3 (3), p.429-451.

Sheen,E. , Denend,L. and Zenios,S. (2012). 'An Evaluation of the PlayPump® Water System as an Appropriate Technology for Water, Sanitation and Hygiene Programmes.' *Global health insight innovation*

series [Electronic]. Available: <https://www.gsb.stanford.edu/sites/gsb/files/publicationpdf/playpumps-gaininguserbuy-in.pdf> [15 Oct 2019]

Simanis, E. (2012). 'Reality Check at the Bottom of the Pyramid', Harvard Business Review

[Electronic], Available: <https://hbr.org/2012/06/reality-check-at-the-bottom-of-the-pyramid>, [25 Oct 2019]

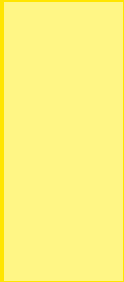
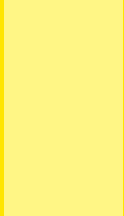
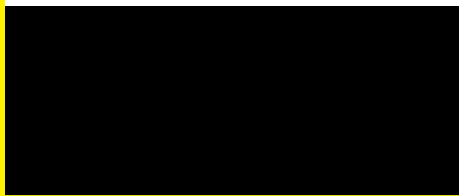
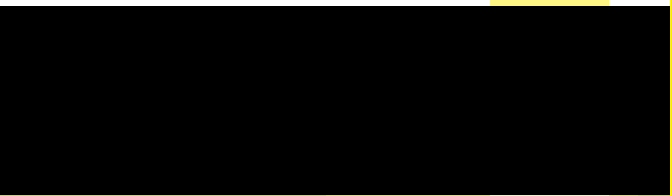
von Hippel, E. (1988). The Sources of Innovation. New York, NY: Oxford University Press. von Hippel, E. 2005. Democratizing Innovation. Cambridge, MA: MIT Press

Weick, K.E., Sutcliffe, K.M. and Obstfeld, D. (2005). 'Organizing and the Process of Sensemaking', Organization Science, 16(4), p. 409-421.

Wonacott,P.(2007). 'India's Skewed Sex Ratio Puts GE Sales in Spotlight', Wall Street Journal

[Electronic], Available: <https://www.wsj.com/articles/SB117683530238872926>, [28 Oct 2019]

Woodman, P. (2014). 'Is social enterprise among the top social innovations?'Enterprise and Society, British Council, UK [Electronic]. Available: <https://www.britishcouncil.org/voicesmagazine/is-social-enterprise-among-the-top-social-innovations> [20 Oct 2019]



ISBN 978-9941-8-2208-7



9 789941 822087