

## სოციალური მენარმეობა, როგორც კვლევის ახალი სფერო

**ნინო ჯანელიძე**

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი  
[nin89@gmail.com](mailto:nin89@gmail.com)

სოციალური მენარმეობის სამეცნიერო კონცეპტუალიზაციამ ფორმირება დაიწყო მხოლოდ 1990-იან წლებში. XX საუკუნის ბოლოსა და XXI-ე საუკუნის დასაწყისში უკვე დაგროვდა გარკვეული პრაქტიკული გამოცდილება და თეორიული კვლევები სოციალური მენარმეობის შესახებ. ბოლო წლებში სოციალური მენარმეობის შესახებ პუბლიკაციათა სწრაფი ზრდა წამყვან, საერთაშორისო რეცენზირებად ჟურნალებში ახდენს მოცემული სფეროს კვლევისადმი მზარდი ინტერესის დემონსტრირებას. თუმცა, სოციალური მენარმეობა, ისევე, როგორც ნებისმიერი ახალი კვლევის სფერო, ფორმირების ეტაპზე ხასიათდება არასაკმარისი ლეგიტიმურობით და თეორიული საზღვრებისა და შინაარსის განუსაზღვრელობით.

სოციალური მენარმეობაში მოიაზრება სამეურნეო საქმიანობა, მიმართული ადამიანთა იმ განსაზღვრული ჯგუფის პრობლემების გადაჭრაზე, რომელთაც არშემდგარი სახელმწიფო პროგრამებისა თუ საბაზრო კრახის გამო, არ აქვთ წვდომა სასიცოცხლოდ აუცილებელ პირობებზე. სოციალური მენარმეობა არ არის ახალი მოვლენა, თუმცა უკანასკნელ პერიოდში მან განიცადა ჯერ არნახული აღმავლობა მთელი მსოფლიოს მასშტაბით და მათ შორის საქართველოშიც. ეს განპირობებულია იმით, რომ ერთი მხრივ, შეინიშნება სოციალურ პრობლემათა მთელი კომპლექსის გამწვავება, ხოლო მეორე მხრივ, საზოგადოების უუნარობა გადაჭრას ეს პრობლემები საბაზრო ეკონომიკისა და სახელმწიფო მხარდაჭერის ტრადიციული მეთოდებით.

სტატია ეხება სოციალური მენარმეობის, როგორც კვლევის ახალი სფეროს, არსის, ადგილისა და როლის განსაზღვრას საზოგადოებრივ-ეკონომიკურ სისტემაში და მისი ფორმირებისა და განვითარების თავისებურებების ანალიზს, რისი მემკვიდრეობაც შესაძლებელია სოციალური მენარმეობის არსის უფრო სიღრმისეული გაგება.

სტატიაში განსაზღვრულია სოციალური მენარმეობის კონცეფციის აგებისთვის საჭირო ფუნდამენტური ელემენტები, განხილულია სოციალური მენარმეობის ავტორისეული განმარტების ძირითადი ნიშნები, გამოვლენილია სოციალური მენარმეობის ფორმირების ძირითადი მოტივები და წყაროები.

**საკვანძო სიტყვები:** სოციალური მენარმეობა, სოციალური სანარმო, სოციალური მენარმეობის კონცეპტუალური ასპექტები.

## შესავალი

სოციალური მენარმეობის მსოფლიო მასშტაბით ფართო გავრცელებისა და ამ თემის ირგვლივ მკვლევარების მზარდი ინტერესის პარალელურად, საკუთრივ ამ მოვლენის არსი და ფუნქციონირების თავისებურებები ჯერ ისევ რჩება დისკუსიის საგნად (Austin, Stevenson, wei-skillern 2006).

სოციალური მენარმეობა, ვინრო გაგებით, გულისხმობს არაკომერციული ორგანიზაციების მიერ ინოვაციური მიდგომების გამოყენებას მოგების მიღების მიზანთან ერთად (Boschee 1995; Wallace 1999; Thompson 2002; Lasprogata, Cotton 2003). ვინრო გაგებით, სოციალური მენარმეობის ცნება დაკავშირებულია მისი, როგორც არაკომერციული ორგანიზაციების შემოსავლის მომტანი საქმიანობის, მასობრივ გამოჩენასთან აშშ-ში, რომლებიც XX საუკუნის 70-80-იან წლებში აღმოჩნდნენ დაფინანსების დიდი დეფიციტის წინაშე.

სოციალური მენარმეობა ფართო გაგებით, განიხილება ინოვაციურ საქმიანობად როგორც კომერციულ და არაკომერციულ სექტორში, ასევე მათი კომბინირებული ფორმით – შერეული ტიპის ორგანიზაციებში, რომელთა მიზანსაც წარმოადგენს სოციალური პრობლემების გადაჭრა (Deese 1998; Johnson 2000; Deese, Andersen 2003; Certo, Miller 2008). სოციალური მენარმეობა ფართო ცნებით – ფაქტობრივად აღწერს საქმიანობას, რომელიც მიმართულია სოციალური პრობლემის გადანყვეტისკენ და იყენებს ინოვაციურ მიდგომებს. სოციალური მენარმეები ფლობენ შემოქმედებით პოტენციალს და მიზანზე არიან ორიენტირებულნი.

აღსანიშნავია, რომ განსხვავებულია სოციალური მენარმეობის არამხოლოდ არსი და ფორმირების წინაპირობები, არამედ თვით ტერმინოლოგიაც. სოციალური მენარმეობა და სოციალური საწარმო არ არის ერთი და იგივე ცნება (Dees, 2003), რამდენადაც, „სოციალური საწარმო – ესაა სოციალურად ორიენტირებული საქმიანობა, რომელიც არ უკავშირდება კომპანიის ძირითად მისიას, ხოლო სოციალური მენარმეობა მიმართული და განპირობებულია სწორედ სოციალური მისიით. ცხადია, ტერმინი „სოციალური საწარმო არ ასახავს მოვლენის მთელ არსს, განსაკუთრებით იმ ნაწილში, რომელიც დაკავშირებულია სამენარმეო მიდგომასთან, რომელსაც იყენებენ ფირმები სოციალურ მენარმეობაში. ორგანიზაციების აღსაწერად, რომლებიც ჩართულნი არიან სოციალურ მენარმეობაში, ზოგჯერ მიმართავენ ტერმინებს „სოციალურ-სამენარმეო ორგანიზაცია (social entrepreneurial organization) ან „სოციალურ სამენარმეო კომპანია“ (social entrepreneurial company). ტერმინში „სოციალური მენარმე“, ჩვეულებრივ გულისხმობენ ინდივიდს, რომელსაც შეუძლია შესაძლებლობების გამოვლენა და მისი გამოყენება სოციალური კეთილდღეობის შესაქმნელად, და ასევე, ორგანიზაციების შექმნა და მართვა სოციალური ცვლილებების მისაღწევად (Bornstein 1998; Dees 1998; Thompson, Alvy, Lees 2000).

## სოციალური მენარმეობის განსაზღვრის ძირითადი მიდგომები

სოციალური მენარმეობის ხშირად ციტირებული განსაზღვრებიდან, შესაძლოა გამოვყოთ სამი ძირითადი მიდგომა: (იხ. სქემა 1). პირველი ყურადღებას ამახვილებს სოციალური მენარმეობის უნარზე განახორციელოს საზოგადოებრივი ტრანსფორმაციები, სოციალური ცვლილებები; მეორე მიდგომა სოციალურ მენარმეობას განსაზღვრავს, როგორც სოციალური ეფექტის შექმნის ინოვაციურ, მენარმეობრივ გზას; მესამე მიდგომა ეფუძნება სოციალურ მენარმეობაში უმნიშვნელოვანესი პირობის არსებობასა და შენარჩუნებას – „ორმაგი ეფექტის“ – სოციალურისა და ეკონომიკური ეფექტების მიღწევას.

### სოციალური მენარმეობის განსაზღვრის სხვადასხვა მიდგომის შედარებითი ანალიზი\*

სქემა 1

მიდგომა	განსაზღვრება
სოციალური მენარმეობა – საზოგადოებრივი ტრანსფორმაციის, სოციალური ცვლილებების კატალიზატორი	<p>სოციალური მენარმე – ინდივიდი, ჯგუფი, ქსელი ან ორგანიზაციათა ალიანსი, რომელიც ახორციელებს მასშტაბურ ცვლილებებს იმ იდეების მეშვეობით, რომელიც მთლიანად უგულვებელყოფს სოციალური პრობლემების გადაჭრის ჩვეულ, აქამდე არსებულ წესებს და ამ პროცესში იყენებს სახელმწიფო, არაკომერციული ორგანიზაციებისა და ბიზნესის რესურსებს.</p> <p>სოციალური მენარმეობა – გაცნობიერება, შეფასება და შესაძლებლობების ძიება სოციალური ტრანსფორმაციისთვის, რომლის განხორციელებაც ხდება გამჭრიახი, შორსმხედველი და ენთუზიაზმით სავსე ინდივიდების მიერ.</p>
სოციალური მენარმეობა – ინოვაციური, მენარმეობრივი გზა სოციალური ეფექტის შესაქმნელად	<p>სოციალური მენარმეობა – პროცესი, რომელიც გულისხმობს რესურსების ან რესურსთა კომბინაციების ინოვაციური გამოყენების ჩართვას შესაძლებლობათა რეალიზებისთვის, რომელიც უკავშირდება სოციალურ საჭიროებათა დაკმაყოფილებას.</p> <p>სოციალური მენარმეობა იყენებს მდგრად, ინოვაციურ მიდგომებს საზოგადოებისთვის სარგებლის მოსატანად, ღარიბებისა და სიღარიბის ზღვარზე მყოფთა სეგმენტზე აქცენტირებით.</p>

\* ეს და მომდევნო სქემები ავტორისეულია.

<p>სოციალური მენარმეობა – ინოვაციური, მენარმეობრივი გზა სოციალური ეფექტის შესაქმნელად</p>	<p>სოციალური მენარმეობა მიეკუთვნება არაკომერციული ორგანიზაციების კატეგორიას, რომელთაც შემუშავებული აქვთ სამენარმეო სტრატეგია ფინანსური სტაბილურობის მისაღწევად და ამავდროულად ორიენტირდებიან თავიანთ სოციალურ მისიაზე (“ორმაგი ეფექტი”).</p> <p>სოციალური მენარმეობა – ესაა ხელოვნება მიიღო ერთდროულად ფინანსური და სოციალური შემოსავლები ინვესტიციებიდან (“ორმაგი ეფექტი”).</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

აღსანიშნავია, რომ განსაზღვრებათა ზემოთ მოცემული დაყოფა არ არის გამომრიცხავი ხასიათის. მოცემული კლასიფიკაცია საშუალებას გვაძლევს გამოვყოთ ისეთი მნიშვნელოვანი ასპექტები, რასაც ყველაზე ხშირად ვხვდებით სოციალურ მენარმეობაში და რომლებიც ზუსტად ასახევენ მის არსს.

XXI საუკუნის დასაწყისში გამოქვეყნებულ იქნა უამრავი ნაშრომი კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში, სადაც აღნიშნული პასუხისმგებლობა განხილულია, როგორც გრძელვადიანი კონკურენტული უპირატესობის წყარო (Grayson, Hodges 2004; Halme, Laurila 2009). კორპორატიული პასუხისმგებლობის ინტეგრაცია საშუალებას იძლევა ამალდეს საწარმოს ძირითადი ბიზნესპროცესების სოციალური მხარე, რაც უზრუნველყოფს წარმოებისა და გაყიდვების ზრდას, დანახარჯების და შესაბამისი რისკების შემცირებას.

თუმცა, თუკი მსჯელობა იქნება კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობისა და სოციალური მენარმეობის კორელაციაზე, საქმიანობის ამ სახეებს შორის მნიშვნელოვან განსხვავებად მიიჩნევა ორგანიზაციის მისია და მიზანი. სოციალურ მენარმეობაში ისინი პირდაპირ დაკავშირებულია სოციალური პრობლემების გადაჭრასთან, ხოლო კომერციულ კომპანიებში, მიუხედავად კომპანიების საქმიანობის, სამ ძირითად მაჩვენებელთან – ფინანსურ, სოციალურ და ეკოლოგიურ მაჩვენებლებთან დაკავშირების მცდელობისა, დასაწყისშივე დაიყვანება მხოლოდ ფინანსური მოგების მიღებაზე. ამასთან, სოციალური მენარმეობა არ ცვლის თავისთავად ბიზნესს, როგორც ასეთს, არამედ, ავსებს მას იქ, სადაც შესაძლებელია წარუმატებელი აღმოჩნდეს კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა.

ცხადია, სოციალურ მენარმეობაში ჯაჭვის ფორმირების ნებისმიერ ეტაპზე შესაძლებელია მოზიდულ იქნეს ან შეიქმნას რესურსთა ისეთი კომბინაცია, რომელიც მანამდე არ ყოფილა გამოყენებული, ან გამოიყენებოდა არასაკმარისად (მაგალითად, ეს შეიძლება იყოს შუშ პირების, პენსიონერების, ნასამარხთლევნი პირების და ა.შ. მოზიდვა) წარმოების პროცესში.

სოციალური მენარმეობა, როგორც წესი, მიმართულია დაბალშემოსავლიანი სეგმენტის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებისკენ ბაზარზე, სადაც კონ-

კურენცია თითქმის არ არის და შეუძლია შექმნას მანამდე არ არსებული მოთხოვნა ახალ ბაზარზე. მაგალითად, მ. იუნუსის მიერ მიკროსაკრედიტო ორგანიზაცია – „გრამინ ბანკისო შექმნამ არამხოლოდ უზრუნველყო ბანგლადეშში მოსახლეობის მწვავე სოციალური პრობლემების, სიღარიბისა და უმუშევრობის, გადაჭრა, არამედ ჩამოაყალიბა კიდევ მოთხოვნა ახალი სახის მომსახურებაზე – მიკროდაკრედიტებაზე. რესურსების უნიკალური კომბინაციის ხარჯზე, სოციალური პრობლემების გადაჭრისას, ახალი შესაძლებლობების აღმოჩენით, პროაქტიური და ინოვაციური მიდგომების გამოყენებით, კომპანიას შესწევს უნარი შექმნას ეკონომიკური და სოციალური ფასეულობა ერთდროულად.

„სოციალური მენარმეობის“ არსის განსაზღვრისას მნიშვნელოვან ასპექტად გვევლინება ფინანსური სტაბილურობა, რომელიც არის გრძელვადიანი სოციალური ეფექტის შექმნის აუცილებელი პირობა და გამოიხატება სოციალური მენარმეების მისწრაფებაში უზრუნველყონ თავიანთი საქმიანობის თვითკმარი ფუნქციონირება. სოციალური მისიის არსებობა და სოციალური ფასეულობების შექმნა ითვლება აუცილებელ პირობად სოციალური მენარმეობისთვის, ხოლო ეკონომიკური ფასეულობის შექმნა – მისი ფინანსური სტაბილურობის შენარჩუნებისთვის (Mair, Marti 2006).

სოციალური მენარმეობის ფინანსური სტაბილურობა პირდაპირაა დამოკიდებული მენარმეების უნარზე მოიძიონ, შეინარჩუნონ და გაზარდონ რესურსები, რაც შესაძლებელია მიღებული იყოს ერთდროულად კომერციული და მოხალისეობრივი საქმიანობის შედეგად, ასევე გრანტებისა და სუბსიდირების ხარჯზე. ამ მოსაზრებას ემხრობიან „სოციალური ინოვაციების სკოლის“ წარმომადგენლებიც – ჟ. დეფურნი და მ. ნისენსი (De`fourny, Nyssens 2009). „სოციალური სანარმეობის სკოლისო ამერიკელი მკვლევარები შემოიფარგლებიან მხოლოდ საბაზრო რესურსების წყაროებით. ამ პოზიციას იზიარებენ რიგი ევროპული ქვეყნის კანონმდებლებიც (მაგალითად, დიდი ბრიტანეთი, ირლანდია, ფინეთი), სადაც სოციალური სანარმეობი მიეკუთვნება ბაზარზე ორიენტირებულ ორგანიზაციებს. ჯ. ბოსჩი (Boschee 2001) მიუთითებს განსხვავებაზე თვითკმარობასა და ფინანსურ სტაბილურობას შორის და ხაზს უსვამს, რომ თუკი ფინანსური სტაბილურობის მიღწევა შესაძლებელია გრანტების, დონაციების, სუბსიდიების და გამომუშავებული შემოსავლების ხარჯზე, თვითკმარობის მიღწევა და შენარჩუნება შესაძლებელია მხოლოდ საკუთარი, შემოსავლების მიღების მიზნით განხორციელებული საქმიანობის ხარჯზე (გამომუშავებული შემოსავალი). კ. ალტერი (Alter, 2007) გამოყოფს თვითკმარობის სხვადასხვა ვარიანტებს სოციალურ მენარმეობაში – საბაზროზე დაბალი ფასების დანესებით მხოლოდ დანახარჯების დაფარვიდან გამომუშავებულ შემოსავლებამდე, რომლის ხარჯზეც შესაძლებელია არა – მხოლოდ საოპერაციო, არამედ საინვესტიციო დანახარჯების დაფარვაც. თუმცა, ბევრი სოციალური სანარმო, განსაკუთრებით კი სანყის ეტაპზე, ხშირად არის დაფინანსების მხოლოდ არა-

საბაზრო წყაროების იმედად და ცხადია ასეთი დამოკიდებულება ზრდის ორგანიზაციის არასტაბილურობის რისკს და შესაძლებელია შექმნას მოტივაციის ცვლილების საფრთხე – სოციალური კეთილდღეობის ბენეფიციარისთვის ფასეულობის შექმნიდან დამაფინანსებელი მხარისთვის ფასეულობის შექმნამდე.

სოციალური მენარმეობის შემსწავლელი ბევრი მკვლევარი აღნიშნავს, რომ სოციალური მენარმეობის საზღვრების ბუნდოვანება, ცნების მკაფიო, ყველასთვის მისაღები განსაზღვრების არ არსებობა, დაკავშირებულია სოციალური მენარმეობის საკმაოდ რთულ, შერეულ ბუნებასთან (Dees and Anderson 2006; Nicholls 2010), რაც გამოიხატება სექტორებსშორისი საზღვრების ნაშლით, სოციალური მიზნების ეკონომიკურზე გადამეტებით ა. შ. იმისთვის, რომ დაძლეული იქნეს ასეთი კონცეპტუალური ბუნდოვანება, მკვლევარები ცდილობენ შეიმუშაონ სოციალური მენარმეობის ტიპოლოგია, მოახდინონ მათი კლასიფიკაცია და ამგვარად, გამოყონ მოცემული მოვლენის საზღვრები (Dees and Anderson 2006; Alter 2007). თუმცა, აღსანიშნავია, რომ პირველ რიგში, ასეთი შდარებით ახალი მოვლენა – სოციალური მენარმეობა, რომელიც იმყოფება განვითარების „პარადიგმულ“ საფეხურზე (Nicholls, 2010), მუდმივად ექცევა ინსტიტუციონალური ზეგავლენის ქვეშ, რაც აისახება სოციალური მენარმეობის აღიარებული, ლეგიტიმური ფორმების სპექტრის ცვალებადობით, და მეორე, ზემოთაც აღინიშნა, სოციალური მენარმეობა არის მოვლენა, შეზღუდული და მჭიდროდ ურთიერთდაკავშირებული კონტექსტით.

### **სოციალური მენარმეობის ფორმირების წყაროები და დამახასიათებელი ძირითადი ნიშნები**

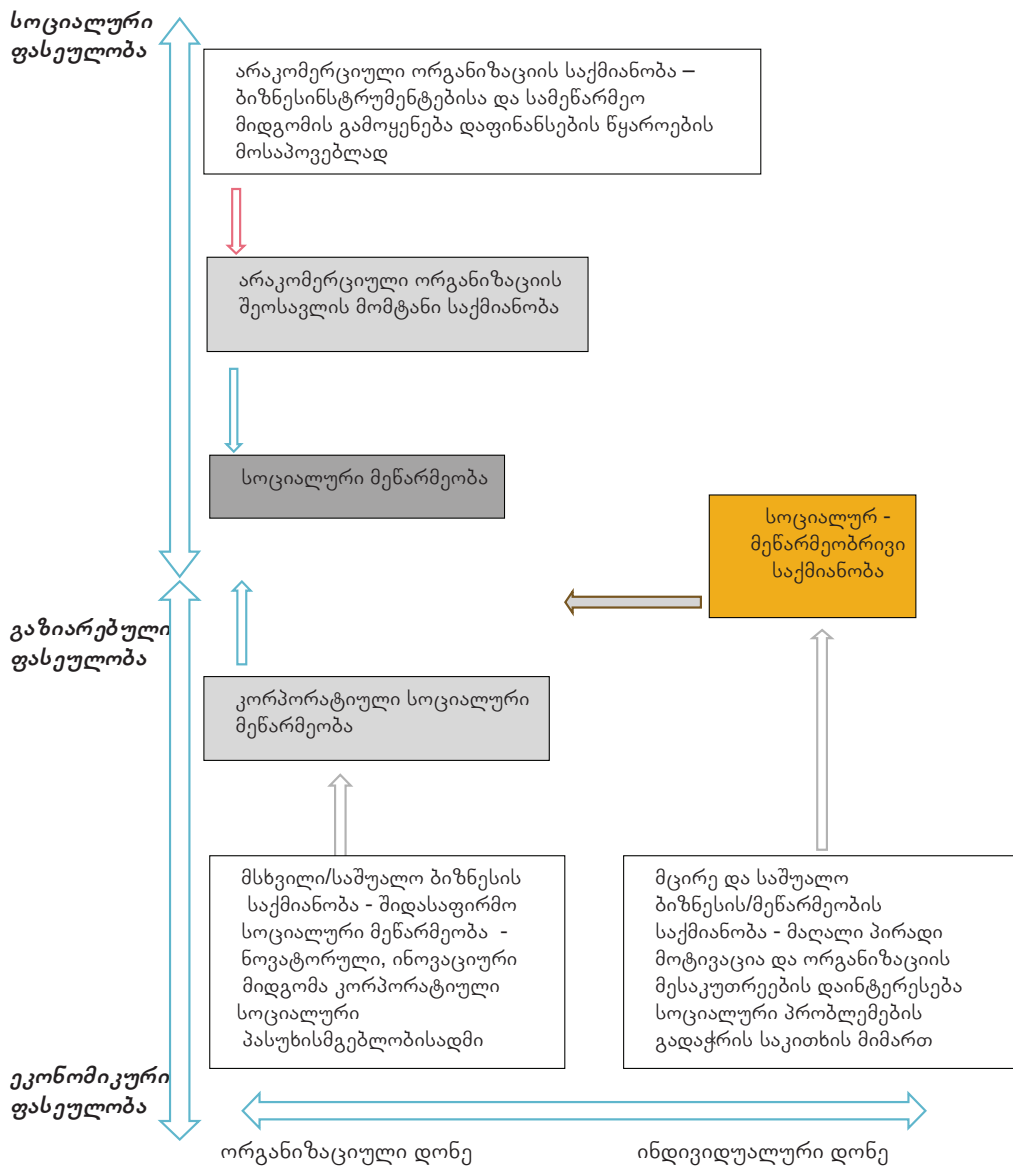
სოციალური მენარმეობა შესაძლებელია გაჩნდეს, როგორც ახალი ორგანიზაციის შექმნისას, ასევე უკვე არსებულ ორგანიზაციაში ახალი მიმართულების განვითარების შედეგად.

სქემაში (2) აღწერილია სოციალური მენარმეობის ფორმირების წყაროები და მოტივები, რომელიც, ერთი მხრივ, ეფუძნება ორგანიზაციული მიზნების კონტინუუმს – სოციალურიდან ეკონომიკურამდე, ხოლო, მეორე მხრივ, დამოკიდებულია სოციალური მენარმეობის განხორციელების მოტივაციის დონეზე – იქნება ეს ორგანიზაციულ დონეზე თუ ინდივიდუალურ დონეზე განხორციელებული საქმიანობა.



## სოციალური მენარმეობის ფორმირების წყაროები

სქემა 2



წარმოდგენილი სქემით ნაჩვენებია, რომ სოციალური მენარმეობა შესაძლებელია გაჩნდეს, პირველ რიგში, არაკომერციული ორგანიზაციების მიერ სამენარმეო მიდგომისა და ბიზნესინსტრუმენტების გამოყენების შედეგად, თავიანთ საქმიანობაში, დაფინანსების დამატებითი წყაროების მისაღებად, სოციალური მიზნების განსახორციელებლად (Austin, Stevenson, wei-skillern 2010;

Boschee, 1998). მეორე, კომერციული ორგანიზაციების მიერ სექტორთაშორისი ურთიერთქმედების განვითარების ხარჯზე, მაგალითად, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ჩარჩოპროგრამის რეალიზაცია, რომელიც ქმნის არამხოლოდ სოციალურ, არამედ ეკონომიკურ ეფექტსაც (Sagawa & Segal 2000; Waddock 1988). მესამე, სოციალური მენარმეობა შესაძლებელია გაჩნდეს მენარმის კარგად გააზრებული არჩევანის საფუძველზე განახორციელოს ეკონომიკური საქმიანობა, რომლის ძირითადი მიზანი იქნება არა მოგების მიღება, არამედ, სოციალური ფასეულობის შექმნა სოციალური პრობლემების გადაწყვეტის გზით.

სშირად სოციალური პროექტების რეალიზება მოითხოვს სახელმწიფოსთან, არაკომერციულ ორგანიზაციებთან პარტნიორობას ან/და ფირმათაშორის თანამშრომლობას. ალიანსის შექმნა ორგანიზაციებთან, რომლებიც ფლობენ განსხვავებულ რესურსებს, იძლევა სინერგიულ ეფექტს. კომპანიების მიერ იმ რესურსებისა და კომპეტენციების გამოყენება, რომელიც განსხვავდება მის მფლობელობაში არსებულისგან, განაპირობებს ძლიერი ერთობლივი ეკონომიკური და სოციალური ფასეულობების შექმნას (Austin, Reficco 2009). კომპანიებმა “Danone” და “Adidas” „გრამინ ბანკთან“ თანამშრომლობით გადაიტანეს ბანგლადეშში არაძვირადღირებული, მაგრამ ხარისხიანი საფირმო პროდუქციის წარმოება, რომელიც ხელმისაწვდომი გახდა მოსახლეობის ღარიბი ფენებისთვისაც. ასეთი ტიპის ინიციატივებს კვალდაკვალ მოჰყვება კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ტრანსფორმირება სოციალურ მენარმეობად, როდესაც კომპანია ქმნის პროექტს, მიმართულებას (მოცემულ შემთხვევაში სასაქონლო ხაზს) რომელსაც არ მოაქვს მოგება, მაგრამ აქვს უდიდესი სოციალური ეფექტი.

ამგვარად, სოციალური მენარმეობა თავისთავად წარმოადგენს რთულ და მრავალმხრივ მოვლენას, სხვადასხვა კონცეფციის, ბაზრებისა და ორგანიზაციული ფორმების შეერთების ადგილს, რაც ართულებს მის შესწავლას და კონცეპტუალური ჩარჩოების გამოკვეთას. სოციალური მენარმეობის სხვადასხვა ინტერპრეტაციას მივყავართ იქამდე, რომ საქმიანობის ზოგიერთი სახე არ შეესაბამება „სოციალური მენარმეობის“ კონცეფციის არსს, მაგრამ მაინც მიეკუთვნება ამ მოვლენას. ცხადია, ყველა სოციალურად ორიენტირებული საქმიანობა, არ უნდა იქნეს განხილული, როგორც სოციალური მენარმეობა.

ყოველივე აღნიშნულის საფუძველზე, შესაძლებელია სოციალური მენარმეობის იმ ძირითადი ნიშნების გამოყოფა (იხ. სქემა 3), რაც ახასიათებს ამ მოვლენას და გვეხმარება განვასხვავოთ ის სოციალურ-ეკონომიკური საქმიანობის სხვა სახეებისგან.



სოციალური მენარმეობის კრიტერიუმები და ნიშნები

სქემა 3

კრიტერიუმები	სოციალური მენარმეობის ნიშნები
საქმიანობის სახე	საქმიანობა, რომელიც ეფუძნება გრძელვადიან დაგეგმარებას
ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა	ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმაზე დამოკიდებულების მიღმა
ორგანიზაციის მიზანი	მისია, მიზნები დაკავშირებულია კონკრეტული სოციალური პრობლემების გადაჭრასთან (სასურველსა და არსებულ მდგომარეობას შორის წყვეტა, რომელიც გამონეულია საბაზრო და სახელმწიფო პოლიტიკის კრახით)
ფინანსური სტაბილურობა	ფინანსური სტაბილურობის მიღწევა შესაძლებელია შერეული მიდგომის ხარჯზე – საბაზრო და არასაბაზრო ინსტრუმენტებისა და შემოსავლის მიღების წყაროების გამოყენება.
საქმიანობის ხასიათი და თავისებურებები	სამენარმეო მიდგომა – რისკის ალბა, შესაძლებლობების მოძიება (საბაზრო და სახელმწიფო პოლიტიკის კრახის მიზეზების მიგნება), რესურსების კომბინირების ინოვაციური მეთოდების მოძიება სოციალური ფასეულობების შესაქმნელად.
მინოდებული საქონლის მომსახურების ხასიათი და თავისებურებები	მაღალი დადებითი ეფექტის მქონე საქონელი მომსახურება, რომლით უზრუნველყოფაც ვერ ხერხდება საბაზრო, ანდა სახელმწიფო პოლიტიკის გამო.

ჩვენ მიერ განხორციელებული სოციალური მენარმეობის ანალიზის საფუძველზე, სოციალური მენარმეობის ნიშნების გამოვლენისა და ფორმირების წყაროების დასაბუთების შედეგად, ვლბულობთ სოციალური მენარმეობის შემდეგნაირ განსაზღვრებას: სოციალური მენარმეობა არის ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მქონე სამეურნეო სუბიექტის ეკონომიკური საქმიანობა, რომელიც იყენებს სამენარმეო მიდგომას იმ კონკრეტული სოციალური პრობლემის გადაჭრასთან დაკავშირებული მისიის შესასრულებლად, რომელიც ვერ იქნა გადაჭრილი საბაზრო და სახელმწიფო პოლიტიკის კრახის გამო.

აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ასეთი ორგანიზაციების მისია უკავშირდება ამა თუ იმ საზოგადოების კონკრეტული სოციალური პრობლემის გადაჭრას, რაც წინასწარვე განსაზღვრავს სოციალური სამენარმეო ფორმების დამოკიდებულებას მოგების მიღების საკითხის მიმართ, რომელიც არის არა უპირველესი მიზანი, არამედ, აუცილებელი და სასურველი პირობა მისიის რეალიზებისთვის. სოციალური მენარმეობის ინოვაციურობა დაკავშირებული არ არის მხოლოდ რესურსების ახლებურად გადანაცვების, დალაგებისა და კომბინირების უნართან ფასეულობის შესაქმნელად, არამედ, სოციალური მენარმეობის შესაძლებლობასთან – განახორციელოს გარღვევა იმ სფეროში, სადაც არსებობს საბაზრო და სახელმწიფო პოლიტიკის კრაზი, ანუ იქ, სადაც არსებობს მწვავე სოციალური პრობლემები. მოცემული განმარტებას გამოჰყავს კონცეპტუალური ჩარჩოდან ისეთი სოციალურად ორიენტირებული საქმიანობა, როგორიცაა ქველმოქმედება, აგრეთვე საზოგადოებრივი და არაკომერციული ორგანიზაციების ნოვატორული საქმიანობა, რომლებიც არ ახორციელებენ ეკონომიკურ საქმიანობას და არ იყენებენ სამენარმეო მიდგომას.

## დასკვნა

სოციალური მენარმეობა – საქმიანობის ინოვაციური სახეა, რომელიც მიმართულია სახელმწიფო და საბაზრო პოლიტიკის ნაკლოვანების აღმოფხვრაზე, შესაძლებლობათა მოძიების (სოციალური პრობლემების აღმოჩენა) და რესურსების კომბინირების ხარჯზე სოციალური ფასეულობების შესაქმნელად.

სოციალური მენარმეობები ახორციელებენ იმ საქონლის (მომსახურების) მინოდებას, რომელსაც გააჩნია მაღალი დადებითი ეფექტები, რაც, როგორც წესი, გათვლილია „საშუალო სამომხმარებლო მოთხოვნაზე და რომლით უზრუნველყოფაც ვერ ხდება საბაზრო და სახელმწიფო პოლიტიკის კრაზის გამო.

ზოგიერთი მკვლევარი გამოთქვამს გარკვეულ შიშს იმასთან დაკავშირებით, შეძლებს თუ არა სოციალური მენარმეობა გახდეს დამოუკიდებელი კვლევის სფერო, შეიძენს ის ლეგიტიმურ სტატუსს, თუ დარჩება უბრალოდ, როგორც სხვა დისციპლინების შესამონმებელი, საცდელი ასპარეზი. თუმცა, სოციალური მენარმეობის გავრცელების მზარდი მასშტაბები, ამ სფეროში კვლევებისა და პუბლიკაციების მოცულობის ზრდა, მონიშნავს იმას, რომ სოციალური მენარმეობა, წარმოადგენს რა კვლევის ახალ სფეროს, აწყდება მხოლოდ და მხოლოდ ისეთი ტიპის პრობლემებს (კონცეპტუალური უზუსტობა, „თეორიული საზღვრების ბუნდოვანება“), როგორსაც – ნებისმიერი სხვა სფერო -ფორმირების სანყის ეტაპზე. ამგვარად, სოციალური მენარმეობის თეორიის განვითარების აუცილებლობა, რომელიც იმყოფება ფორმირების სტადიაში, სოციალური მენარმეობის შემდგომი განვითარების მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

## ლიტერატურა:

### Referens:

- Alter K. (2007). Social enterprise typology. – Virtue Ventures LLC. P. 124.
- Austin J. E. (2009). Corporate social entrepreneurship / Austin. J. E. & Ezequiel Reficco. (2009). Cambridge, MA : Harvard Business School, (Working paper / Harvard Graduate School of Business Administration ; 09-101). – P. 8.
- Bornstein D. (1998) Changing the world on a shoestring: an ambitious foundation promotes social change by finding ‘social entrepreneurs’ // The Atlantic Monthly. – Vol. 281, Issue 1. – P. 34-39.
- Boschee J. (1995). Social Entrepreneurship // Across the Board – Vol. 32, Issue 3. – p. 20-25.
- Boschee J. (2001). Eight basic principles for nonprofit entrepreneurs // Nonprofit World. – July-August. – P. 15-18.
- Deese J. G. (1998). Enterprising nonprofits // Harvard Business Review. – Vol. 76, Issue 1. – P. 55-66.
- Dees J. G. & Anderson B. B. (2003). // International Journal of Entrepreneurship Education. – Vol. 2. – P. 1-26.
- Deese J. G. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought (2006) / J. G. Dees & B. B. Anderson // ARNOVA Occasional Paper Series. (2006). – Vol. 1, Issue 3. – P. 1- 28. 79.
- Defourmy J. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments / Derourmy J. & Nyssens. M. (2008). // Social Enterprise Journal. – Vol. 4, Issue 3. – P. 202-228.
- Grayson D. (2004). Corporate social opportunity: 7 steps to make corporate social responsibility work for your business / Grayson. D & Hodges. A. (2004). Sheffield: Greenleaf. – P. 390.
- Halme M. (2009). Philanthropy, integration or innovation? : exploring the financial and societal outcomes of different types of corporate responsibility / Halme. M. & Laurila. J. (2009). // Journal of Business Ethics. – Vol. 84, Issue 3. – P. 325-339.
- Johnson S. (2000). Literature review on social entrepreneurship. P. 16. – (working paper / Canadian center for social entrepreneurship).
- Lasprogata G. A. & Cotton M. N. (2003). Contemplating enterprise: the business and legal challenges of social entrepreneurship // American Business Law Journal. – Vol. 41. – P. 67-113.
- Mair J. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight / Mair. J. & Marti. I. (2006). // Journal of World Business. – Vol. 41, Issue 1. – P. 6-44.
- Nicholls A. (2010). The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field / Nicholls A. (2010) // Entrepreneurship Theory and Practice. – Vol. 34, Issue 4. – P. 611-633.
- Sagawa S. (2000). Common interest, common good : creating value through business and social sector partnership / Sagawa S. & Segal. E. (2000) // California Management Review. – Vol. 42, Issue 2. – P. 105-122.
- Thompson J. (2002). The World of the social entrepreneur // International Journal of Public Sector Management. – Vol.15, Issue 5. – P. 412-431.

- Thompson J., Alvy. G., & Lee. A. (2000). Management Decision. – Vol. 38, Issue 5. – P. 328-338.
- Wallace S.L. (1999). Social Entrepreneurship: the role of social purpose enterprises in facilitating community economic development // Journal of Developmental Entrepreneurship – Vol. 4. – P. 153-174.
- Waddock S. A. (1988). Building successful social partnership // Sloan Management Review. – P. 17-23.
- [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1501555](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1501555)
- [https://www.researchgate.net/publication/4885554\\_Social\\_Entrepreneurship\\_Key\\_Issuesand\\_Concepts](https://www.researchgate.net/publication/4885554_Social_Entrepreneurship_Key_Issuesand_Concepts)
- <http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>

## Social Entrepreneurship as a New Field of Research

**Nino Janelidze**

*Doctoral Student*

*Iv. Javakhishvili Tbilisi State University*

[nin89@gmail.com](mailto:nin89@gmail.com)

The scientific conceptualization of social entrepreneurship began to form only in the 1990s. Some practical experience and theoretical materials on social entrepreneurship have already been accumulated in the late 20th and early 21st centuries. In last years the rapid growth of publications on social entrepreneurship in leading international peer-reviewed journals demonstrates the growing interest for researching this field. However, social entrepreneurship, as well as areas of new research, cannot be shaped by insufficient legitimacy and theoretical boundaries and indefinite content. The need to develop social entrepreneurship theory, which is at the stage of formation, is an important task for the development of social entrepreneurship itself.

Social entrepreneurship, as a socio-economic and organizational event, has become the focus of researchers, business representatives and the state in recent years. Social entrepreneurship is a form of economic activity aimed at solving the problems of a defined group of people who do not have access to vitally essential prosperity due to failed state programs or market failures. Social entrepreneurship is not a new phenomenon, but it has made unprecedented growth worldwide lately, including in Georgia. This is due to the fact that on the one hand there is an exacerbation of the whole complex of social problems, and on the other hand, the inability of society to solve these problems through traditional methods of market economy and state support.

The article deals with identifying the conceptual aspects of social entrepreneurship, defining social entrepreneurship as a new field of research, its place and role in the socio-economic system, and analyzing its formation and development features to gain a deeper understanding of the essence of social entrepreneurship.

The development of research in the field of social entrepreneurship has shifted the focus of attention from the essential issues of the formation and functioning of this event to the operational and strategic issues of the formation of organizations involved in social entrepreneurship. Gradually, studies have emerged in which the study of social entrepreneurship, the subject of analysis, and the unit of research is considered the business model and the peculiarities of the formation of business models of social entrepreneurship are discussed. In order to increase the effectiveness of the functioning of the organization implementing social entrepreneurship and defined in its development theory conceptual clarity both in practical and theoretical terms requires understanding of the basic business models of social entrepreneurship and the institutional features of their formation.

The article identifies the fundamental elements needed to build the concept of social entrepreneurship, discusses the key features of the author's definition of social entrepreneurship, identifies the main motivations and sources for the formation of social entrepreneurship.

**Keywords:** Social entrepreneurship, social enterprise, the conceptual aspects of social entrepreneurship.

**JEL Codes:** L26, L31, L32