



სოციალური მეწარმეობა

ტრენინგი სამოქალაქო აქტივისტებისათვის

წასაკითხი მასალა

აღნიშნული სატრენინგო მასალა შექმნილია ევროკავშირისა და გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ფედერალური სამინისტროს მხარდაჭერით პროექტის „სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ინიციატივა“ ფარგლებში. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია „კონსულტაციისა და ტრენინგის ცენტრი“ და არ ნიშნავს, რომ იგი ასახავს ევროკავშირისა და კონრად ადენაუერის ფონდის შეხედულებებს.

პროექტი „სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ინიციატივა“ ხორციელდება კონრად ადენაუერის ფონდის (KAS) მიერ სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტთან (CSI), კონსულტაციის და ტრენინგის ცენტრთან (CTC), საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრთან (CSRDG) და განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრთან (EDEC) თანამშრომლობით. პროექტს აფინანსებს ევროკავშირი, ხოლო თანადამფინანსებელია კონრად ადენაუერის ფონდი.

სარჩევი

1. სოციალური მეწარმეობა	4
1.1. სოციალური მეწარმეობის ფენომენის კონცეპტუალიზაცია	4
1.1.1. მეწარმეობის განმარტება	4
1.1.2. სოციალური მისია.....	7
1.2. სოციალური მეწარმეობის განმარტება	9
2. მეწარმე.....	12
2.1. “ვინ არის”, „როგორ მოქმედებს“ თუ „რას ფიქრობს“?.....	12
2.1.1. ბიქვეიორისტული მიდგომა.....	12
2.1.2. პერსონოლოგიური მიდგომა	16
2.1.3. კოგნიტივისტური მიდგომა	22
2.2. რა ამოძრავებს მეწარმეს?	27
2.2.1. სამეწარმეო მოტივაცია	27
2.2.2. სოციალური მისიის შესრულების მოტივი	34
2.2.3. დაგეგმილი ქცევის მოდელი	36
2.3. სოციალური მეწარმის კომპეტენცია.....	39
2.3.1. სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო.....	39
2.3.2. მეწარმეთა განსხვავებული ტიპები	42
3. სოციალური საწარმო	46
3.1. სოციალური საწარმოები ევროკავშირის ქვეყნებში	46
3.1.1. სოციალური საწარმოს განმარტება ევროკომისიის მიერ	46
3.1.2. სოციალურ საწარმოთა სამართლებრივი ფორმები.....	47
3.1.3. სოციალურ საწარმოთა კლასიფიკაცია	48
3.1.4. დაფინანსების წყაროები ევროკავშირში.....	48
3.1.5. წარმოების ფორმირების ტიპური გზა	50
3.1.6. ევროკავშირის პოლიტიკა სოციალური მეწარმეობის სფეროში	50
3.2. სოციალურ საწარმოთა სახეები ბიზნეს მოდელის მიხედვით	51
3.2.1. ტიპოლოგია	51
3.2.2. ფილანტროპიული ტიპის ორგანიზაცია	51
3.2.3. კომერციული ტიპის ორგანიზაცია სოციალური მისიით.....	53
3.2.4. კორპორატიული სოციალური მეწარმეობა	56
3.2.5. ჰიბრიდული ტიპის სოციალური საწარმო	57
3.3. სოციალური მეწარმეობა საქართველოში	59
3.3.1. სოციალური საწარმოები	59
3.3.2. სამიზნე ჯგუფი	59
3.3.3. მისია	60
3.3.4. წარმოებული პროდუქცია	61
გამოყენებული მასალა და წყაროები	68
ლიტერატურული წყაროები, რომელიც გამოყენებულ იქნა ტექსტში	68

1. სოციალური მეწარმეობა

1.1. სოციალური მეწარმეობის ფენომენის კონცეპტუალიზაცია

1.1.1. მეწარმეობის განმარტება

დიუკის უნივერსიტეტის პროფესორი გრეგორი დისი, რომელსაც 2014 წელს უწოდეს „ადამიანი, რომელმაც სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია განმარტა (Bloomberg, 2014)“ წერდა: „სოციალური მეწარმეობის ტერმინოლოგია, შესაძლებელია იყოს ახალი, ფენომენი კი არა. სოციალური მეწარმეები ყოველთვის არსებობდნენ, თუნდაც მათ არავინ ეძახდა ასე. ეს ის ადამიანებია, ვისაც უნდა ვუმადლოდეთ მრავალი სოციალური ინსტიტუტის არსებობით, მათ შორის ისეთი ინსტიტუტების, რომელთა არსებობა დღეს თითქოს თავისთავად იგულისხმება“. სოციალური მეწარმეობის კონცეფციის გაგებისათვის მნიშვნელოვანია როგორც ტერმინ „მეწარმის (entrepreneur)“, ასევე „სოციალური ღირებულების“, „სოციალური მისიის“ ტერმინის გააზრება. მიჩნეულია, ყოველ შემთხვევაში ავტორთა ნაწილის მიერ, რომ სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია ორთავე ასპექტის შერწყმაა: „ის აერთიანებს სოციალური მისიის ერთგულებას ბიზნესისათვის დამახასიათებელ დისციპლინასთან, თავდადებასა და სიახლისაკენ სწრაფვასთან (Dees, 2001)“. ან კიდევ: „სამეწარმეო და სოციალურ მოტივთა ერთობლივი მოქმედება აყალიბებს ორგანიზაციას, რომელშიც ეკონომიკური საქმიანობა სოციალური მიზნების მიღწევისა და სოციალურ ცვლილებათა საშუალებაა (Grieco C., 2015).“

მეწარმეობის ადრეული განმარტება ეკუთვნის მეფრამეტე საუკუნის ეკონომისტს ჟან ბატისტ სეის, რომელიც აღმსარებლობით ჰუგენოტი იყო. თავის ნაშრომში „ტრაქტატი პოლიტიკური ეკონომიკის შესახებ“ იგი წერდა: „მეწარმე გადაანაცვლებს ეკონომიკურ რესურსებს დაბალი პროდუქტიულობის არედან მაღალი პროდუქტიულობისა და უკუგების არეში (Say, 1880).“ აქ საინტერესოა 1880 წელს ამერიკის შეერთებულ შტატებში შემდგარი ამ ნაშრომის ინგლისურენოვანი გამოცემის სარედაქციო კომენტარი: „რთულია იპოვო სიტყვა მეწარმის (entrepreneur) ზუსტი ინგლისური შესატყვისი. შინაარსით ყველაზე ახლოს ალბათ არის სიტყვა undertaker¹, მაგრამ იგი უკვე გამოიყენება საკმაოდ ვიწრო გაგებით. საამქროში ასე უწოდებენ ოსტატს, სოფლის მეურნეობაში ფერმერს, ვაჭარს კომერციაში, ზოგადად კი, მათ, ვინც თავის თავზე იღებს რისკსა და პასუხისმგებლობას საკუთარ თუ ნასესხებ კაპიტალზე. უკეთესი ტერმინი იქნებოდა adventurer².“ ამ თვალსაზრისით არც ქართული სიტყვა „მეწარმე“ არის entrepreneur -ის ზუსტი შესატყვისი, რადგან ეს უკანასკნელი შეიცავს წარმოების კონოტაციას, მაშინ როდესაც სიტყვა entreprise -ის სემანტიკა გაცილებით ფართოა და გამოხატავს წამოწყებას, მცდელობას ხელი მოკიდო რაიმე საქმეს.

მეოცე საუკუნის პირველ ნახევარში ხდება ტერმინის შემდგომი კონცეპტუალიზაცია. გამოჩენილი ამერიკელი ეკონომისტი ჯოზეფ შუმპეტერი თავის ნაშრომში „კაპიტალიზმი,

¹ Undertaker - სიტყვასიტყვით, ის ვინც საკუთარ თავზე აიღებს რაიმეს, მაგალითად, პასუხისმგებლობას საქმეზე

² Adventurer - სიტყვასიტყვით, თავგადასავლის მაძიებელი

სოციალიზმი და დემოკრატია“ ასეთ განმარტებას სთავაზობს მკითხველს: „მეწარმის ფუნქციაა წარმოების დამკვიდრებული წესის რეფორმა ან რევოლუციური ცვლილება... ეს შესაძლებელია მოხდეს ახალი აღმოჩენის ან ტექნოლოგიის გამოყენებით, რაც ახალი პროდუქციის წარმოების ან არსებული პროდუქციის ახლებური წესით წარმოების საშუალებას იძლევა, მასალის მიწოდების ახალი წყაროს ან რეალიზაციის ახალი გზის მეშვეობით, დარგის რეორგანიზაციით თუ სხვაგვარად (Schumpeter, 1942)“. მოცემულ განმარტებაში ნათლად იკითხება სიახლის, ინოვაციის, გარდაქმნის თემატიკა. შუმპეტერისეული მეწარმე მოგვევლინა საქმიანობის „დესტრუქციულ-კონსტრუქციული“ პროცესის წარმმართველად, ცვლილების აგენტად.

მრავალი ადამიანი იწყებს საკუთარ საქმეს, მაგრამ სეისა და შუმპეტერის ინტერპრეტაციაში არა საქმის დაწყებაა მეწარმის მთავარი განმასხვავებელი თვისება, არამედ ეკონომიკური განვითარების ფუნქცია, რომელსაც ეს წამოწყება იძენს (Bosman & Fernhaber, 2017). აქ შეიძლება არ იყოს უადგილო მაქს ვებერის მოსაზრებები კაპიტალისტურ სულისკვეთებასა და პროტესტანტულ ეთიკაზე. ავტორი აღნიშნავდა, რომ სწრაფვა გამდიდრებისაკენ მრავალი ადამიანისათვის დამახასიათებელი საყოველთაოდ ცნობილი მოვლენაა, მაგრამ კაპიტალისტური სულისკვეთება მხოლოდ გამდიდრებისაკენ სწრაფვა როდია! მეოცე საუკუნის გამოჩენილი ბიზნესის თეორეტიკოსის პიტერ დრაკერის მიერ ჰენრი ფორდის მოღვაწეობის ანალიზი მეტად თვალსაჩინოა მეწარმეობაზე მსჯელობის ქრილში. უმძიმესი სამუშაო ატმოსფეროს (მაგალითად, დასმენა, ფარული „შიდა პოლიციის“ არსებობა), გაუმართლებელი ცენტრალიზაციის, მარკეტინგული მიოპიის³ მიუხედავად, ჰენრი ფორდი განასახიერებს თავისი ეპოქის უდიდეს მეწარმეს. კოგნიტივისტური ფსიქოლოგიის პერსპექტივაში მის მიერ შექმნილი კონვერსიული წარმოების სტრატეგია წარმოადგენს ახალ კოგნიტურ ჩარჩოს, ახალ რუკას და არა ახალ მარშრუტს არსებულ რუკაზე. ამგვარი სიახლის მაგალითი, რომელიც ამა თუ იმ დარგში გარღვევას ნიშნავს, მრავალია. გასაგებია პიტერ დრაკერის ფრაზა მოხერხებულ და ენერგიულ ცოლ-ქმარზე, რომლებმაც ერთი პატარა საცხობი გახსნეს: „ყველა ახალი მცირე ბიზნესი როდი წარმოადგენს სამეწარმეო ინიციატივის ნიმუშს (Drucker, 1985).“ ჯობიერ შუმპეტერის მსგავსად, მეწარმეობის ფენომენოლოგია დრაკერის წარმოდგენით უპირველეს ყოვლისა უკავშირდება სიახლესა და მიზანმიმართულ ცვლილებას: „...მეწარმე ყოველთვის ეძებს ცვლილებას, პასუხობს მას და აღიქვამს როგორც შესაძლებლობას (Drucker, 1985)“.

ჰარვარდის უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლის წამყვან თეორეტიკოსს ჰოვარდ სტივენსონს კიდევ ერთი განზომილება შემოაქვს მეწარმეობის განმარტებაში. მისი შესწავლის საგანი იყო განსხვავება ადმინისტრაციულ და სამეწარმეო მიდგომას შორის მენეჯერების ქცევაში. ავტორის დაკვირვებით პრინციპული დეტერმინანტი იყო ორიენტაცია შესაძლებლობაზე. გარემოება, რომელიც ადმინისტრაციული თვალთახედვით შეიძლება აღქმულ იქნას, როგორც დაბრკოლება, შეფერხება, სირთულე ან სულაც საფრთხე, მეწარმის მიერ ხშირად აღიქმება როგორც შესაძლებლობა. სტივენსონის მიერ მეწარმეობის შემდეგი განმარტება იყო შეთავაზებული: „შესაძლებლობებს დადევნება ხელთ არსებული რესურსების სიმცირის მიუხედავად (Stevenson, 1983).“ ცხადია, რომ ამგვარ დამოკიდებულებას განაპირობებს

³ მიოპია (ინგლისური Myopia) - ახლომხედველობა, მარკეტინგული მიოპია - გადაწყვეტილება, რომელიც არ გამოირჩევა სტრატეგიული შორსმჭკრეტელობით

განუსაზღვრელობის მიმართ შედარებით მშვიდი დამოკიდებულება, რისკის პირობებში მოქმედების უნარი.

მეწარმეობის აღწერისათვის გამოყენებული „ფასეულობის შექმნის“, „ინოვაციის“, „ცვლილებისა“ და „შესაძლებლობაზე ორიენტაციის“ მოსაზრებები გარკვეული სახეცვლილებით, მაგრამ ფიგურირებს ნიუ-ჯერსის „მეცნიერების მართვის ინსტიტუტის“ დირექტორის როჯერ კოპლის ნაშრომში „სამეწარმეო ქცევა როგორც ადამიანის უნივერსალური თვისება“. ავტორი განიხილავს მოვლენას ავსტრიული ეკონომიკური სკოლის ტრადიციაში და ახდენს ისრაელ კირშნერის შეხედულებათა ღრმა ანალიზს: „[მეწარმეობაში] ... საკვანძო კონცეფცია არის მზაობა (allertnes) და სიახლე (innovations), ხოლო აღმოჩენა (discovery) მათ დამაკავშირებელ ხიდს წარმოადგენს. მზაობა გვესმის როგორც სურვილი, შინაგანი მოთხოვნილება შეცვალოთ არსებული გეგმები თუ ჩვევა, ვიმოქმედოთ ახლებურად, რისთვისაც ვეძებთ ყველა შესაძლებლობას (allertness to opportunity). სხვა სიტყვებით, მონადინებული ვართ გამოვძებნოთ საშუალებათა და მოსალოდნელ შედეგთა არსებული საოპერაციო ჩარჩოს შეცვლის მისაღები გზა. აღმოჩენა სწორედ ასეთი გზის პოვნას გულისხმობს. და როდესაც ასეთი გზა აღმოჩენილია, მეწარმე მოქმედებს ახლებური წესით. (Koppl, 2007)“. როჯერ კოპლი ხაზს უსვამს, რაოდენ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა ისრაელ კირშნერი სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენის პროცესში შემოქმედებით (creative) ელემენტს, როდესაც წერდა: „...წარმოსახვის, რწმენის და თავდადების მეშვეობით მეწარმე ქმნის (create) მომავალს.“ როჯერ კოპლი ამახვილებს ყურადღებას, რომ ისრაელ კირშნერი ციტირებდა ლოურენს უაიტის ცნობილ ფრაზას სამეწარმეო პროექტების თაობაზე, რომელნიც არიან „გამოგონილნი უფრო, ვიდრე ნაპოვნი (not ... sought outso much as thought up)“, და ლიუდვიგ ლეჰმანის⁴ „მომავალი უცნობია, მაგრამ შესაძლებელია მისი წარმოდგენა (future isunknowable, though not unimaginalable).“

აღსანიშნავია, რომ სამეწარმეო განწყობა და სულისკვეთება მნიშვნელოვანი ელემენტია კორპორატიული სამყაროს დიდ ბიუროკრატიულ სტრუქტურებშიც. ცვლილება და ინოვაცია არსებულ ორგანიზაციათა მუდმივი განვითარების, საოპერაციო მოდელის განახლებისა თუ გადახედვის, ახალი ბაზრის აღმოჩენისა და პროდუქტის შემუშავების წინაპირობაა, რაც კორპორატიული მეწარმეობის სახელით არის ცნობილი (Covin & Miles, 1999).

N	აღწერა	კონცეფცია	წელი	ავტორი
1	მეწარმე გადაანაცლებს ეკონომიკურ რესურსებს დაბალი პროდუქტიულობის არედან მაღალი პროდუქტიულობისა და უკუვების არეში	ფასეულობის შექმნა	მეცხრამეტე საუკუნის დასაწყისი	ჟან ბატისტ სეი
2	მეწარმის ფუნქციაა წარმოების დამკვიდრებული წესის რეფორმა ან რევოლუციური ცვლილება... ეს შესაძლებელია მოხდეს ახალი აღმოჩენის ან ტექნოლოგიის გამოყენებით, რაც ახალი პროდუქციის წარმოების ან არსებული პროდუქციის ახლებური წესით წარმოების საშუალებას იძლევა, მასალის მიწოდების ახალი წყაროს ან რეალიზაციის ახალი გზის მეშვეობით, დარგის რეორგანიზაციით თუ სხვაგვარად	ინოვაცია	მეოცე საუკუნის დასაწყისი	ჯოსებ შუმპატერი
3	მეწარმე ყოველთვის ეძებს ცვლილებას, პასუხობს მას და აღიქვამს როგორც შესაძლებლობას	ცვლილება	მეოცე საუკუნის	პიტერ დრაკერი

⁴ ლოურენს უაიტი და ლიუდვიგ ლეჰმანი - ეკონომისტები, ეკონომიკის ავსტრიული სკოლის წარმომადგენლები

N	აღწერა	კონცეფცია	წელი	ავტორი
			მეორე ნახევარი	
4	მზაობა შესაძლებლობათა სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენისათვის	მზაობა, აღმოჩენა და ინოვაცია	მეოცე საუკუნის დასასრული	ისრაელ კირშენერი
5	შესაძლებლობებს დადევნება ხელთ არსებული რესურსების მიუხედავად, შესაბამისად განუსაზღვრელობის პირობებში მოქმედების უნარი და შედარებით მშვიდი დამოკიდებულება რისკის მიმართ	ორიენტაცია შესაძლებლობაზე	მეოცე საუკუნის მეორე ნახევარი	ჰოვარდ სტივენსონი

1.1.2. სოციალური მისია

თუ „სოციალური მეწარმეობის“ ტერმინოლოგიაში სამეწარმეო ასპექტი შედარებით⁵ ნათელია და „მეწარმეობის“ კონცეპტუალიზაციის ხანგრძლივ ისტორიას ეყრდნობა, სოციალური ასპექტი ბუნდოვანი რჩება. ბუნდოვანი იმ გაგებით, რომ მკაცრი განმარტებით სოციალური მისია გააჩნია როგორც კომერციულ ასე საჯარო ინსტიტუტებს. კომერციული ორგანიზაციები ქმნიან მომსახურებასა და საქონელს, რომელიც პასუხობს ადამიანების მოთხოვნილებას და შესაბამისად სოციალურ მისიას ასრულებენ, თუნდაც აქციონერები და მუშაკები პირადი გამდიდრების მოტივით ხელმძღვანელობდნენ. ამის შესახებ ბრწყინვალედ ისაუბრა ბიშოპ უილიამ ლოურენსის უნივერსიტეტის პროფესორმა ჰარვარდის ბიზნეს სკოლაში მაიკლ პორტერმა (Porter, 2013). ხელისუფლება მართავს საჯარო პროგრამებსა და ფინანსებს, რომელთა მიზანი ადამიანების კეთილდღეობაა, შესაბამისად ასრულებს სოციალურ მისიას. ერთი სიტყვით, არის კი სოციალური მეწარმეობა მართლაც რაიმე განსხვავებული მეწარმეობისაგან, როგორც ჩვენ მას ვიცნობთ (Beugre, 2017)? არის კი სოციალური მისია ისეთი ატრიბუტი, რომელიც ერთმნიშვნელოვნად გამიჯნავს სოციალურ მეწარმეობას მეწარმეობისაგან კომერციის სფეროში?

განვითარების სფეროს ექსპერტები სიუზენ დეივისი და დევიდ ბორნსტაინი თავიანთი წიგნის შესავალ ნაწილში სთავაზობენ მკითხველს შთამბეჭდავ მსჯელობას სოციალური მისიის შესახებ: „...აუცილებელია სასწრაფო ცვლილებები. გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ბოლო ანგარიშით მილიარდი ადამიანი განიცდის შიმშილს ფინანსური კრიზისის გამო. მილიონობით ქალი და გოგონა ნაადრევად კვდება ძალადობისა და სამედიცინო მომსახურების არ არსებობის გამო. მომაკვდინებელი დაავადებები წარმოუდგენელი სისწრაფით ვრცელდება მთელ სამყაროში. ნადგურდება მარტნის რიფები, ქრება მცენარეთა და ცხოველთა ჯიშები, სასმელი წყლის რეზერვები მცირდება და სახეზეა გლობალური დათბობა. შინ [ამერიკის შეერთებული შტატები] ჩვენ ვცდილობთ ვებრძოლოთ ჯანმრთელობის დაცვის და ფინანსური სისტემის პრობლემებს, რომლებიც გამოსულია კონტროლიდან. მრავალი ადამიანი თავს იცავს ამ შემოტევისაგან სინამდვილის ხელოვნური შელამაზებით, განყენებულ თეორიათა სამყაროში გაქცევით ან სულაც თავის ცინიკური არიდებით მათგან. მრავალი ადამიანი ცდილობს იმოქმედოს, მაგრამ დაბნეულია, არ იცის საიდან დაიწყოს ან თვლის, რომ პრობლემა

⁵ შედარებით, რამე თუ ლიდერის განმასხვავებელ თვისებათა აღწერის მცდელობა უშედეგოდ დასრულდა (Stogdill, 1948), მეწარმის კონცეფციასაც რიგი ავტორი კითხვის ქვეშ აყენებს (Gartner, 1988), (Koppl, 2007), რაზეც ქვემოთ ვიმსჯელებთ

დაუძლეველია. მაგრამ არიან ადამიანები, რომლებიც პასუხობენ ამ გამოწვევებს. შეიარაღებული შემოქმედებითი იდეებით, ენერგიით და ოპტიმიზმით ისინი უპირისპირდებიან პრობლემებს ადგილობრივ თუ გლობალურ დონეზე. ისინი ცდილობენ წინ აღუდგნენ იმ სირთულეებს, რომლებიც უგულებელყოფილია ტრადიციული ინსტიტუტების მიერ. ისინი არა მხოლოდ გამოხატავენ პროტესტს, არამედ პოულობენ გამოსავალს. მათი საქმიანობის შესახებ ხშირად ფართო საზოგადოებამ არც იცის. მიუხედავად ინფორმაციის სიჭარბისა, ადამიანები, რომლებიც ქმნიან ორგანიზაციებს, რათა გადაჭრან სოციალური პრობლემები, ხშირად ჩრდილში რჩებიან. ჩვენ მეტი ვიცით თანამედროვე სამყაროს პრობლემებზე, ვიდრე იმ ადამიანებზე, ვინც ებრძვის მათ. ჩვენ ვგულისხმობთ სამოქალაქო ორგანიზაციებს და ვთვლით, რომ სოციალური მეწარმეობა ამ ორგანიზაციათა ავანგარდს წარმოადგენს. სოციალური მეწარმეობა არის პროცესი, რომლის დროს მოქალაქეები ცდილობენ გარდაქმნან არსებული ინსტიტუტები ისეთ სოციალურ პრობლემათა აღმოფხვრისათვის, როგორცაა სიღარიბე, ავადობა, წერა-კითხვის არ ცოდნა, გარემოს განადგურება, ადამიანის უფლებების დარღვევა, კორუფცია და გახადონ ცხოვრება უკეთესი (Bornstein & Davis, 2010).“

ტრადიციული ინსტიტუტების მიერ უგულებელყოფილი პრობლემები, არსებული ინსტიტუტების გარდაქმნა სიღარიბესთან, ავადობასთან, წერა-კითხვის არ ცოდნასთან, გარემოს განადგურებასა თუ სხვა ბაზისურ პრობლემებთან ეფექტური ბრძოლისათვის - ეს არის სიუზენ დევიჯისა და დევიჯიდ ბორნსტაინის თხრობის ყველაზე მნიშვნელოვანი მოსაზრებები. მცდელობა სოციალური მისიის განმარტება წარმოებულ იქნას იდეიდან ტრადიციული ინსტიტუტების მიერ ბაზისურ პრობლემათა უგულებელყოფის შესახებ (Mair & Marti, 2009), ფიგურირებს კონსტანტ ბოგრეს მიერ შეთავაზებულ განმარტებაშიც: „...სოციალური მეწარმეობა თანამედროვე კონცეფციაა, რომლის სამიზნე კერძო და საჯარო ინსტიტუტების მიერ უგულებელყოფილი სოციალური პრობლემები და ადამიანების ბაზისური საჭიროებებია (Beugre, 2017)“. ასევე, სტენფორდის უნივერსიტეტის ფილანთროპიისა და სამოქალაქო საზოგადოების ცენტრის მოწვეული პროფესორები კრისტან სილოსი და ჯოანა მეირი სოციალურ მისიას განიხილავენ დაუკმაყოფილებელ ბაზისურ მოთხოვნილებებთან კავშირში: „...მილიონობით ადამიანის ბაზისური მოთხოვნილებები არა-ინდუსტრიულ ქვეყნებში რჩება დაუკმაყოფილებელი, იმიტომ რომ ამ ადამიანებს სურთ შეიძინონ ესა თუ ის მომსახურება, მაგრამ არ შესწევთ უნარი გადაიხადონ მისი საფასური (Seelosa & Mair, 2005).“

შეჯამების სახით კი, მცდელობა გაგვეაზრებინა სოციალური მეწარმეობა როგორც ორი კონცეფციის - სამეწარმეო ქცევისა და სოციალური მისიის - შერწყმა (დიაგრამა 1. სოციალური და სამეწარმეო ასპექტების ერთობლიობა) სასურველია დავასრულოთ ციტატით: „...სოციალური მეწარმეობა მრავალგანზომილებიანი კონსტრუქტია, სადაც მეწარმე მისთვის დამახასიათებელი ვირტუოზულობით ასრულებს თავის როლს სოციალური მისიისათვის⁶, ღონისძიებათა და მიზანთა ერთობლიობა განიხილება კომპლექსურ მორალურ კონტექსტში, ვლინდება სოციალური ფასეულობის შექმნის შესაძლებლობანი და რისკის პირობებში მიიღება ინოვაციური გადაწყვეტილებები (Mort, Weerawardena, & Carnegie, 2002).“

⁶ინგლისურენოვან წყაროში მოცემული ფრაზის „entrepreneurially virtuous behaviour to achievethe social mission“ თარგმანი

1.2. სოციალური მეწარმეობის განმარტება

გრეგორი დის მიერ შემოთავაზებული განმარტება ტერმინ „მეწარმეობის“ კონცეპტუალიზაციის შეჯამებაა და მოიცავს ფასეულობის შექმნის, ინოვაციის, ცვლილებისა და შესაძლებლობებზე ორიენტაციის ელემენტებს. ავტორი სოციალური მეწარმეობის შემდეგ განმარტებას გვთავაზობს: „სოციალური მეწარმე სოციალურ სექტორში ცვლილების აგენტის როლს თამაშობს: საკუთარ თავზე იღებს სოციალური ფასეულობის შექმნის და დაცვის მისიას; მუდამ ეძებს, პოულობს და იყენებს ახალ შესაძლებლობებს ამ მისიის მსახურების პროცესში; მონაწილეობს სიახლეთა ადაპტაციის და სწავლის მუდმივ პროცესში; მოქმედებს თამამად მიუხედავად ხელთ არსებული რესურსებისა; იღებს პასუხისმგებლობას ცვლილებაზე იმათ წინაშე, ვისაც ემსახურება (Dees, 2001).“ ბუნებრივია შესაძლებლობათა ძიება სოციალური მეწარმეობის კონტექსტში მიმართულია სოციალურ ფასეულობაზე, ისე როგორც მოგებაზე კომერციაში (Certo & Miller, 2008).

აღნიშნული განმარტება გარკვეულ წილად იდეალისტურია და სოციალური სფეროს ლიდერები მხოლოდ მიახლოებით პასუხობენ მას - ნაწილი უფრო მეტად, ნაწილი ნაკლებად (დიაგრამა 2. სოციალური მეწარმის მახასიათებლები):

- ცვლილების აგენტი. ცვლილების აგენტი არის სოციალური სფეროს რეფორმატორი. ის შეიძლება შეგვხვდეს ნებისმიერ სფეროში: ადამიანის უფლებები, განათლება, ეკონომიკური განვითარება, გარემოს დაცვა თუ სხვა. ის მიისწრაფვის ძირეული ცვლილებისაკენ, ტრანსფორმაციისაკენ. ის არ კმაყოფილდება ზედაპირული, სიმპტომური გაუმჯობესებით, მისი ძალისხმევა მიმართულია ნეგატიურ გარემოებათა გამომწვევ მიზნებზე. ცვლილების აგენტის მიერ შემოთავაზებული ცვლილება ყოველთვის სისტემური და სიცოცხლისუნარიანია. მაშინაც კი, როდესაც ის მოქმედებს ლოკალურად, მისი საქმიანობა შეიძლება გახდეს მისაბაძი მაგალითი, სტიმული სხვებისათვის.
- ადამიანი მისიონერული სულისკვეთებით. სოციალური მეწარმე ხელმძღვანელობს მისიით და ეს თავისებურება ერთ-ერთი ძირითადი განმასხვავებელი მახასიათებელია. სოციალური მისია, როგორც ზემოთ იქნა აღნიშნული, განიხილება ადამიანების მდგომარეობის გაუმჯობესების ფუნდამენტურ მოთხოვნილებად. სწორედ ეს მოთხოვნილება წარმოადგენს სოციალური მეწარმის წამყვან მოტივს და განასხვავებს სოციალურ მეწარმეობას ბიზნესისა და ბიზნესის სოციალური კორპორატიული პასუხისმგებლობისაგან. შემოსავლის შემომტანი საქმიანობა სოციალური მისიის განხორციელების საშუალებაა. სოციალური მეწარმეობის წარმატებას განსაზღვრავს არა მოგების ნორმა, მომხმარებლის კმაყოფილება თუ უკუგება ინვესტიციაზე, არამედ გავლენა, რომელიც მან მოახდინა ადამიანების კეთილდღეობასა და მდგომარეობის გაუმჯობესებაზე, გრძელვადიანი სოციალური უკუგება.
- ის ვინც მუდამ ეძებს ახალ შესაძლებლობებს. იქ, სადაც სხვა ადამიანი ხედავს პრობლემას, მეწარმე ხედავს შესაძლებლობას. მას ამოძრავებს არა მხოლოდ ადამიანების საჭიროებათა გაცნობიერება და თანაგრძნობა. გადამწყვეტია სასურველი მდგომარეობის წარმოსახვითი სურათი და თავდადება, რომლითაც ის ცდილობს აქციოს ხედვა სინამდვილედ. სასურველი მდგომარეობის წარმოსახვითი სურათი ახდენს გავლენას მეწარმის მიერ სინამდვილის

აღქმაზე, რაც ეხმარება მას დაინახოს და აღმოაჩინოს შესაძლებლობა, და დამოკიდებულებაზე იმოქმედოს შეუპოვრად. ის ჭკუტად მიიწევს თავისი მიზნისაკენ და ამავდროულად ცვლის მიდგომას იმის მიხედვით, თუ რა მუშაობს და რა არა. სიჭკუტე შერწყმულია მოქნილი მოქმედებისა და საქმიანობის პროცესში სწავლის უნართან. ახალ დაბრკოლებას, შეფერხებას ის აღიქვამს როგორც გამოწვევას. სიტუაციაში, სადაც სხვები ხელებს დაუშვებენ, მეწარმე არ ნებდება და ეძებს გამოსავალს.

- ის, ვინც მუდამ სწავლობს და ახდენს სიახლის ადაპტაციას. მეწარმე ინოვატორია. ის ქმნის ახლებურ მიდგომას, ახლებურ მოდელს, კვალავს ახალ გზებს. სიახლე მრავალი სახის არსებობს. სიახლე არ ნიშნავს მაინცადამაინც რაიმე ახლის გამოგონებას. არსებული იდეის განსხვავებულ კონტექსტში ან განსხვავებული ფორმით გამოყენება ასევე სიახლეა. არ არის აუცილებელი მეწარმე იყოს გამომგონებელი, მთავარია შეძლოს არსებული გამოგონებების გამოყენება. ინოვაციურობა შეიძლება ვლინდებოდეს საორგანიზაციო გადაწყვეტილებებში, ფონდების მოძიებაში თუ სხვა. სწრაფვა სიახლისაკენ არ არის ერთი ცალკეული შემოქმედებითი აქტი. ის არის დაკვირვების, აღმოჩენის, სწავლის, დანერგვისა და შეფასების ცირკულარული პროცესის ნაწილი, რომელსაც ახლავს რისკიც და განუსაზღვრელობაც. სწრაფვა სიახლისაკენ არის მეწარმის ქცევის დამახასიათებელი თვისება განუსაზღვრელობის პირობებში მოქმედების უნართან ერთად. მარცხი არ აღიქმება მათ მიერ როგორც ტრაგიკული დასასრული. მარცხი არის გამოცდილების წყარო ახლის ძიების პროცესში.
- ის, ვისაც ახასიათებს გამბედაობა. სოციალური მეწარმე არ მიეკუთვნება იმ ადამიანთა რიცხვს, ვინც უარს იტყვის თავის ოცნებაზე შეზღუდული რესურსების გამო. მათ შესწევთ უნარი მცირე რესურსებით შექმნან მრავალი რამ. მათ შესწევთ უნარი მოიზიდონ რესურსები, შევიდნენ კოალიციაში სხვებთან, მოიპოვონ პარტნიორები. ისინი ცდილობენ გამოიყენონ ყველა წყარო - ფილანთროპია, დამატებითი ეკონომიკური შემოსავალი. ისინი არ იზღუდავენ თავს რესურსების მოპოვების დამკვიდრებული პრაქტიკითა და ტრადიციული სტრატეგიებით და არ იშურებენ ძალ-ღონეს თავიანთი მისიის განხორციელებისათვის საჭირო რესურსების მოსაძიებლად.
- ის ვინც იღებს პასუხისმგებლობას. ნაკლებეფექტური სოციალური ინიციატივები არ იცხრილებიან თავისთავად ბაზარზე მოქმედი ძალებით. პასუხისმგებლობა ეფექტურობაზე მეწარმემ საკუთარ თავზე უნდა აიღოს. ერთის მხრივ, მნიშვნელოვანია იმ ადამიანების საჭიროებათა გააზრება, ვისაც ემსახურება და ვის ინტერესებსაც წარმოადგენს სოციალური ინიციატივა (constituencies). ეს ითხოვს ინტენსიურ მუშაობას სამიზნე თემთან თუ ადგილობრივ მოსახლეობასთან, უნარს, დაინახოს სამყარო სხვა ადამიანის თვალთ, წვდვით მოთხოვნილებათა ქეშმარიტ შინაარსს. ამავდროულად მეწარმეს გათავისებული უნდა ჰქონდეს ინვესტორის (მაგალითად, დონორი ინსტიტუტი) მოლოდინი. მეწარმე პასუხისმგებელია მიაგნოს ყველა მხარისათვის მომგებიან კონფიგურაციას, მოდელს, სადაც ინვესტორი კმაყოფილია სოციალური და ეკონომიკური უკუგებით ინვესტიციაზე, ხოლო სამიზნე ჯგუფი სარგებლობს გაუმჯობესებული მიდგომარეობით. იპოვო შესაბამისობა ინვესტორის მოლოდინსა და სამიზნე თემის მოთხოვნილებას შორის ხშირად ნამდვილი თავსატეხია, რომელიც მეწარმის პასუხისმგებლობას წარმოადგენს. ერთი სიტყვით, მეწარმის

ამოცანაა სიცოცხლისუნარიანი, დინამიკური სოციალური სანარმო, რომლის ეფექტურობა დამტკიცებულია საბაზრო უკუკავშირის მექანიზმებით სოციალურ-ეკონომიკური შედეგების და არა გაწეული მომსახურების მოცულობის სახით.

2. მეწარმე

2.1. “ვინ არის”, „როგორ მოქმედებს“ თუ „რას ფიქრობს“?

2.1.1. ბიქვეიორისტული მიდგომა

სტატიაში „კითხვა „ვინ არის მეწარმე?“ აზრსმოკლებულია“ უილიამ ჰარტენერი⁷ ციტირებს ჰარვარდის უნივერსიტეტის „მეწარმეობის ისტორიის კვლევითი ცენტრის“ აღმასრულებელ დირექტორს არტურ კოლს: „გფიქრობ, კვლევითი ცენტრის საქმიანობის ათწლიანი ისტორია მეწარმის განმარტების მცდელობა იყო. ის უშედეგო აღმოჩნდა. ყველა ჩვენგანს ეკუთვნის ესა თუ ის განმარტება, რომელიც, ყოველი ჩვენთაგანის აზრით, შეესაბამებოდა მის კვლევით ამოცანებს. და არა მგონია ვინმე ამაზე წინ წავიდეს.“ ეს მოსაზრება არტურ კოლმა 1969 წელს გამოთქვა და იგი წინასწარმეტყველური აღმოჩნდა. მეწარმეობის ფსიქოლოგიისადმი მიძღვნილი ლიტერატურის მიმოხილვა აჩვენებს, რომ მეწარმეობის ერთიანი განმარტება არ არსებობს ან ვერ მოიძებნა მისი აღწერის სწორი მეთოდოლოგია. ყოველ შემთხვევაში მეწარმესა და მცირე ბიზნესის მფლობელს შორის სარწმუნო განმასხვავებელი ნიშნები გამოვლენილი არ იქნა (Gartner, 1988).

ამ წლებში მეწარმეობის კვლევაში გაბატონებული იყო პერსონოლოგიური მიდგომა. პერსონოლოგია განიხილავს ადამიანს დისპოზიციურ პერსპექტივაში ანუ ძირეულ, შედარებით მყარ ფსიქოლოგიურ მახასიათებელთა (qualities) ერთობლიობად, რომელიც განუყოფელია პიროვნებისაგან, უფრო მეტიც, მის ქსოვილს წარმოქმნის. ამგვარ მახასიათებელთა ერთობლიობა განსაზღვრავს ადამიანის ქცევას. დისპოზიციური მიდგომის ფუნდამენტური დაშვებაა ქცევის ერთგვაროვნება სხვადასხვა ვითარებაში (consistency in actions, thoughts, and feelings between situations and over time). იგივე სამართლიანია ადამიანებს შორის განსხვავების შესახებ, სადაც თვისებათა კომბინაცია განასხვავებს ადამიანს (the composition of dispositions varies from person to person).

შედარებით ადრეულ ნაშრომებში დისპოზიცია კონცეპტუალიზირებულია “პიროვნების ტიპების” სახით. ნებისმიერი ადამიანი შეიძლება ყოფილიყო მიკუთვნებული პიროვნების მხოლოდ რომელიმე ერთ-ერთ ტიპს. მაგალითად, 1940 წელს უილიამ შელდონის მიერ შემუშავებული სომატოტიპური კლასიფიკაციაა: მოსვენების, ფიზიკური კომფორტის, ჰედონიზმისა და სოციალური კონტაქტებისაკენ მიდრეკილი ენდომორფული ტიპის ადამიანი; ენერგიული, შეუპოვარი, გამბედავი მეზომორფული ტიპის ადამიანი; მგრძობიარე, თავშეკავებული, ინტროვერსიისა და მელანქოლიისაკენ მიდრეკილი ექტომორფული ტიპის ადამიანი. თავში „2.3.2 მეწარმეთა განსხვავებული ტიპები“ წარმოდგენილია მეწარმეთა სახეები, რაც აღნიშნული პარადიგმის ჩარჩოში შექმნილ ტიპოლოგიად შეგვიძლია მოვიაზროთ. ჰორდონ ოლპორტის, ჰანს ეიზენკის, რეიმონდ კეტელის ნაშრომებში კი დისპოზიციის კონცეპტუალიზაცია “ხასიათის თვისებათა (trait)” მეშვეობით ხდება, როგორცაა სიტყვაზე ექსტრავერსია-ინტროვერსია,

⁷ უილიამ ჰარტენერი ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალისტი, კალიფორნიის უნივერსიტეტის პროფესორი, ცნობილი თავისი ნაშრომებით მეწარმეობის საკითხზე

ნევროტიციზმი, სიახლის მიმღებლობა თუ სხვა. თვისებათა კომბინაცია განაპირობებს პიროვნების თვითმყოფადობას (Carver & Scheier, 2017).

დისპოზიციური მიდგომა ხშირად გამხდარა კრიტიკის საგანი. რიგ შემთხვევაში კრიტიკა ეხებოდა თვისებათა შესწავლის მეთოდოლოგიურ მხარეს, რიგ შემთხვევაში თავად დისპოზიციურ მიდგომას აყენებდა ეჭვის ქვეშ. მეტად საჩვენებელია ამ თვალსაზრისით სეიმურ ეფსტეინი⁸, რომელიც წერდა, რომ დისპოზიციური მიდგომა არ სწავლობს დისპოზიციის მიღმა მიმდინარე ფსიქოლოგიურ პროცესებს, დისპოზიციათა ურთიერთკავშირს გარემოსთან, უკულებელყოფს გარემოს მნიშვნელობას ქცევის ინტერპრეტაციის დროს. დავიწყებასაა მიცემული მარტივი ქეშმარიტება, რომ ადამიანი ავლენს ქცევის ერთგვაროვან პატერნს გარკვეული ვითარების მიხედვით, სხვა სიტყვებით, ქცევა განპირობებულია არა მხოლოდ დისპოზიციით, არამედ სიტუაციური თავისებურებებითაც (Epstein, 1994).

მეწარმეობის ფენომენის პერსონოლოგიურ პერსპექტივაში შესწავლისას, კვლევის საგანი მეწარმე და მისთვის დამახასიათებელი თვისებები იყო. უილიამ ჰარტნერის ხატოვანი გამოთქმით მეწარმე პერსონოლოგიურ პერსპექტივაში წარმოადგენდა „ყოფის უცვლელ მდგომარეობას, სახეობას, რომელიც ექვემდებარება აღწერას“. კითხვა ისმოდა შემდეგნაირად: „როგორი თვისებები უნდა გააჩნდეს ადამიანს, რომ ის იყოს მეწარმე?“ იგულისხმებოდა, რომ ეს თვისებები ნიშანდობლივია და განასხვავებს მეწარმეს არა მეწარმისაგან. ამ თვისებათა შორის სხვადასხვა ავტორის მიერ დასახელდა მიღწევათა მოთხოვნილება (need for achievement), კონტროლის შინაგანი ლოკუსი (internal locus of control), განუსაზღვრელობისადმი მშვიდი დამოკიდებულება (risk taking) და სხვა. მეთოდოლოგიური დაშვება გულისხმობდა, რომ მეწარმის თვისებათა შესწავლა და აღწერა მეწარმეობის ფენომენის გაგების საშუალებაა, რამეთუ მეწარმე არის მეწარმეობის „წინაპირობა“. უილიამ ჰარტნერი თვლიდა, რომ პერსონოლოგიური მიდგომა წინააღმდეგობრივი და არაეფექტურია კვლევითი თვალსაზრისით: „ვფიქრობ, მიდგომა, რომლის ფოკუსია მეწარმის პიროვნული თვისებები, ვერასოდეს მიგვიყვანს მეწარმის განმარტებამდე (Gartner, 1988).“ მეწარმის განმასხვავებელი თვისებების დადგენას მიძღვნილი შთამბეჭდავი მოცულობის ლიტერატურის⁹ შესწავლის საფუძველზე უილიამ ჰარტნერი აკეთებს დასკვნას: „განსაცვიფრებელი რაოდენობის თვისება იქნა მიჩნეული მეწარმის მახასიათებლად, მეწარმის ფსიქოლოგიური პორტრეტი თვით სიცოცხლეზე უფრო მრავალფეროვანია. წინააღმდეგობრივი, იგი იმდენი თვისებით ხასიათდება, რომ ნებისმიერ ადამიანს (everyman) შეიძლება წარმოადგენდეს (Gartner, 1988).“

მეწარმეობის შესწავლის მეთოდოლოგიაზე მსჯელობისას ავტორი მიმართავს ანალოგიას კალათბურთთან. პერსონოლოგიურ პერსპექტივაში კითხვა ასე ისმის: „რა თვისებები გააჩნია კალათბურთელს?“ კითხვა განაპირობებს პასუხს - შესაბამისი სიმაღლე, გრძელი კიდურები, წონა და სხვა მსგავსი. ბიქვეიორისტულ ქრილში კითხვა დაისმებოდა ამგვარად: „რას აკეთებს კალათბურთელი თამაშის დროს?“ შესაბამისად პასუხია - კენწლავს ბურთს, გადასცემს ბურთს თავისი გუნდის სხვა მოთამაშეს, ისვრის ბურთს კალათში და მრავალი სხვა. რას ნიშნავს იყო

⁸ სეიმურ ეფსტეინი ამერიკელი ფსიქოლოგი, რომელიც ცნობილი იყო თავისი ნაშრომებით პიროვნების ფსიქოლოგიის სფეროში
⁹ უილიამ ჰარტნერის მიერ შესწავლილ იქნა ოცდაათზე მეტი ავტორის სხვადასხვა ნაშრომი

კალათბურთელი? გაგანდეს გარკვეული თვისებები (სიმაღლე, გრძელი კიდურები, წონა), თუ მოქმედებდე გარკვეული წესით (კენწლავდე, გადაცემდე ბურთს, ისროდე კალათში)? რიტორიკული შეკითხვა ავტორს გადააქვს მეწარმეობის კვლევის კონტექსტში - როგორ განვასხვავოთ მეწარმე მცირე ბიზნესის მფლობელისაგან? თვისებებით, რომელიც ამ უკანასკნელს გააჩნია (მაგალითად, სწრაფვა წარმატებისაკენ, კონტროლის შინაგანი ლოკუსი და რიგი სხვა), თუ ქცევით, რომელსაც ერთი ავლენს, ხოლო მეორე კი არა? თავისი მიდგომის უკეთ ილუსტრაციისათვის ავტორი მიმართავს ჰენრი მინცბერგის იდეას მენეჯერის საქმიანობის შესწავლასთან დაკავშირებით: „რა საქმიანობას ეწევა მენეჯერი? რა ინფორმაციასთან მუშაობს? ვისთან, სად და რამდენად ხშირად? რა განასხვავებს მის სამუშაოს? რა საშუალებებს იყენებს იგი, რომელ ღონისძიებებშია ჩაბმული, და როგორია ამ ღონისძიებათა მიმდინარეობა სამუშაო დღის განმავლობაში... რა არის ძირითადი როლი, რომელსაც მენეჯერი ასრულებს... როგორია განსხვავება სხვადასხვა მენეჯერის საქმიანობას შორის (Mintzberg, 1973)?“ როგორც ვხედავ, მკვლევარის ყურადღება ეთმობა მენეჯერის, როგორც შესწავლის ობიექტის, საქმიანობას, მოქმედებებს, ღონისძიებებს, რომლებსაც იგი ახორციელებს სამუშაო დღის განმავლობაში, ანუ როლს, რადგან მოქმედებათა პატერნი მოცემულ სოციალურ გარემოში, რომელსაც ადამიანი სწავლობს და ასრულებს, კონცეპტუალიზირებულია როგორც როლი (Jenks, 1949).

უილიამ ჰარტნერი მიიჩნევს, რომ მეწარმის ძირითადი საქმე ორგანიზაციის შექმნაა: „მეწარმეობა ახალი ორგანიზაციის შექმნაა (Entrepreneurship is creation of new organization)“, - და შესაბამისად: „მეწარმე განისაზღვრება იმ მოქმედებებით, რომელსაც ის ახორციელებს ორგანიზაციის შექმნის პროცესში (Entrepreneurs... are identified by a set of behaviours, which link them to organization creation (Gartner, 1988)).“ ავტორი თვლის, რომ მეწარმეობის შესწავლა შესაძლებელია, მხოლოდ მეწარმის საქმიანობაზე დაკვირვების პროცესში: „მკვლევარი უნდა დააკვირდეს მეწარმეს ორგანიზაციის შექმნის პროცესში. მეწარმის სამუშაო უნდა იქნას აღწერილი, სისტემატიზირებული და კლასიფიცირებული (Gartner, 1988).“ ავტორი თვლის, რომ როლი, რომელსაც ასრულებს ადამიანი, იცვლება. თუ ორგანიზაციის შექმნის ეტაპზე ადამიანი მეწარმის როლში მოგვევლინება, განვითარების გვიან ეტაპზე მან შესაძლებელია ადმინისტრატორის როლი მოირგოს. მეწარმის როლის შესწავლა მნიშვნელოვანია წმინდა გამოყენებითი თვალსაზრისით, რადგან როლის შესწავლით შეიძლება დადგინდეს რა კომპეტენციას უნდა ფლობდეს მეწარმე წარმატებული საქმიანობისათვის, რომელი უნარი შეიძლება იქნას განვითარებული. კომპეტენციათა შესახებ მსჯელობა მოცემულია თავში „2.3.1 სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო.“

საინტერესოა სამეწარმეო ქცევის განხილვა ადამიანისათვის დამახასიათებელ უნივერსალურ თავისებურებად. ამგვარ მოსაზრებებს ანვითარებს თავის პუბლიკაციაში „სამეწარმეო ქცევა ადამიანის უნივერსალური თვისებაა“ როჯერ კოპპლი: „ჩვენ არ ვიცით ვინ არის მეწარმე და რა აქცევს ადამიანს მეწარმედ. ... პროგრესი ამ მიმართლებით [მეწარმეობის განმარტება] შესაძლებელია თუ შევცვლით საკითხის შესწავლის პერსპექტივას და ვაღიარებთ, რომ მეწარმეობა ადამიანის ქცევის უნივერსალური ასპექტია... (Koppl, 2007).“ მართლაც, ვთქვათ სწრაფვა მიღწევისაკენ, კონტროლის შინაგანი ლოკუსი მეწარმისათვის დამახასიათებელი თვისება, საქმიანობაში ინოვაციური მეთოდების სისტემატიური ძიება და გამოყენება კი

მეწარმისათვის დამახასიათებელი ქცევა. თუ მსჯელობას ამ მიმართულებით განვაგრძობთ, უნდა ვაღიაროთ, რომ გამოჩენილ მკვლევარს, სპორტსმენს, მხატვარს ასევე ამოდრავებთ სწრაფვა წარმატებისაკენ და სიახლის ძიება... უფრო მეტიც, რა ამოდრავებს კარგ დიასახლისს, რომელსაც სურს ოჯახის წევრებს განსხვავებული ვახშამი დაახვედროს? რა ახასიათებს მის ქცევას? მაგალითი მრავალი შეიძლება მოიძებნოს. როჯერ კოპპლი წერდა მეწარმის პიროვნულ თვისებებსა და ქცევაზე: „... მეწარმეები არ წარმოადგენენ ადამიანების განსხვავებულ კლასს, და სამეწარმეო ქცევა არ წარმოადგენს განსხვავებულ ქცევით კლასს. სამეწარმეო ქცევა ადამიანის ქცევის ასპექტია. სამეწარმეო ქცევა ადამიანისათვის დამახასიათებელი უნივერსალური თვისებაა. შესაბამისად, მეწარმეობის თეორია ფართო სოციალური თეორიის ნაწილად უნდა იქნას მოაზრებული... (Koppl, 2007).“ ერთი სიტყვით ადამიანები რიგი და რიგი გარე თუ შინაგანი ფაქტორების გამო განსხვავებულად უდგებიან საქმიანობას დარგობრივი სფეროს მიუხედავად, და ეს განსხვავება უნდა გახდეს შესწავლის საგანი.

2.1.2. პერსონოლოგიური მიდგომა

მიუხედავად წინა თავში აღწერილი კრიტიკული დამოკიდებულებისა პერსონოლოგიური მიდგომის მიმართ, ეს უკანასკნელი ფართოდ გამოიყენება და გარკვეული გაგებით სავსებით პროდუქტიულია. პერსონოლოგიური მიდგომის მხოლოდ ერთ-ერთი მაგალითის სახით განხილულია 2017 წელს გამოქვეყნებული საარლენდის უნივერსიტეტის ფსიქოლოგიის ფაკულტეტის მკვლევარის მარტინ ობშონკას და ბადენ-ვიურტემბერგის უნივერსიტეტის მკვლევარის მაიკლს შტუცერის ნაშრომი „მეწარმეობისადმი ფსიქოლოგიური მიდგომების ინტეგრაცია: სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემა¹⁰.“ ავტორები სწავლობენ კავშირს ხუთფაქტორიანი მოდელით (Five Factor Theory) აღწერილ თვისებებს, სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემასა (Entrepreneurial Personality System) და სამეწარმეო ქცევას შორის. ავტორთა ჰიპოთეზის თანახმად, ხუთფაქტორიანი თეორიით განსაზღვრული თვისებები მოცემულ მოდელში დამოუკიდებელ ცვლადებს, ხოლო სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემა და სამეწარმეო ქცევა მათ ფუნქციას წარმოადგენენ. სამეწარმეო ქცევა, რომელიც კონცეპტუალიზირებულია როგორც თვითდასაქმება, ქცევითი ფენომენია და დამოკიდებული ცვლადის სახით მონაწილეობს მოდელში. სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემა კი, ერთის მხრივ, განაპირობებს სამეწარმეო ქცევას, მაგრამ, თავის მხრივ, განპირობებულია ხუთფაქტორიანი თეორიით განსაზღვრული თვისებებით (Obschonka & Stuetzer, 2017), რაც სქემატურად ნაჩვენებია მოდელის სახით (დიაგრამა 3. პიროვნულ და სამეწარმეო თვისებათა მოდელი).

ხუთფაქტორიანი თეორიით აღწერილი ნევროტიციზმი, ექსტრავერსია, გამოცდილებისადმი ღიაობა, თანხმობისათვის მზაობა და პატიოსნება სტაბილური პერსონოლოგიური თვისებებია, რომლებიც „განაპირობებენ ძირითად პიროვნულ თვისებურებებს ქცევის, აზროვნებისა და ემოციურ სფეროში, განსაზღვრავენ ქცევის ერთგვაროვნებას სხვადასხვა სიტუაციაში გრძელვადიან პერსპექტივაში (McAdams & Pals, 2006)“. აღნიშნულ თვისებებს მყარი ბიოლოგიური საფუძველი გააჩნიათ. ისინი ფუნდამენტურ დეტერმინანტებს მიეკუთვნებიან და „პიროვნების აბსტრაქტულ პოტენციალს წარმოადგენენ (McCrae & Costa, The five-factor theory of personality., 2008).“ ქვემოთ მოცემულია ამ თვისებათა მოკლე განმარტება:

- ნევროტიციზმი. ნევროტიციზმი ხასიათდება ნეგატიური აფექტური ფონით, სადაც ხშირია შფოთვის, უმიზეზო შიშის, სევდის, შინაგანი დაძაბულობისა და საკუთარი უნარობის, გაღიზიანების თუ ზიზღის განცდა. ნევროტიციზმისათვის დამახასიათებელია ნეგატიური აფექტით განპირობებული ირაციონალური მოსაზრებები, იმპულსური ქცევა და სტრესისადმი მოწყვლადობა. ადამიანები, რომელთათვის ნევროტიციზმი არა დამახასიათებელია გამოირჩევიან სიმშვიდით, ემოციური სტაბილურობით. რთულ სიტუაციაშიც კი ისინი ინარჩუნებენ შინაგან წონასწორობას.
- ექსტრავერსია. ექსტრავერსია ხასიათდება ხალხმრავლობისა და ბევრი ლაპარაკის სიყვარულით, აქტიურობით, თავდაჯერებულობით. ექსტრავერსიული თვისებების მატარებელი ადამიანები არიან მხიარული, აზარტული, ოპტიმისტური და ენერგიული. ისინი

¹⁰ Integrating psychological approaches to entrepreneurship: Entrepreneurial Personality System (EPS)

იოლად შედიან კონტაქტში უცნობ ადამიანებთან და ამაყარებენ კავშირს. მათგან განსხვავებით ინტროვესიული თვისებების მატარებელი ადამიანები არიან კარჩაკეტილნი, ამჭობინებენ მართლობას ან მცირე ზომის კარგად ნაცნობი ადამიანების ჯგუფს. ისინი გამოირჩევიან დამოუკიდებელი ხასიათით. ინტროვერსიისათვის დამახასიათებელია გაწონასწორებული მოქმედებები და ემოციური სიმშვიდე.

- გამოცდილებისადმი ღიაობა. აქტიური წარმოსახვის უნარი, ესთეტიზმი, მგრძობელობა, ცნობისმოყვარეობა და აზრთა დამოუკიდებლობა დამახასიათებელია მათთვის, ვინც გახსნილია ახალი გამოცდილებისათვის. ცნობისმოყვარეობა მდიდარი და მრავალფეროვანი გამოცდილების წინაპირობაა. ადამიანები, რომლებსაც არ ახასიათებთ გამოცდილებისადმი ღიაობა, არიან უფრო კონსერვატიული, ამჭობინებენ კარგად ნაცადს, ეჭვით არიან განწყობილი სიახლის მიმართ. მათი ემოციური სამყარო შედარებით ღარიბია.
- მზაობა თანხმობისათვის. თავმდაბალი და მორჩილი თანხმობისათვის მზა ადამიანი ქვეშევრდომი ალტრუისტია და სხვების ქცევაშიც მსგავს მოტივს ეძებს. ის მზად არის თანამშრომლობისა და დახმარებისათვის, საჭიროების შემთხვევაში ცდილობს დაიცვას სხვა ადამიანი, მშვიდობიანად გადაჭრას არსებული კონფლიქტი. ანტაგონისტური ტიპის ადამიანებისათვის კი დამახასიათებელია ურთიერთობის კონკურენტული სტილი, ეგოცენტრიზმი, სკეპსისი სხვა ადამიანების განზრახვების მიმართ.
- პატიოსნება. ადამიანები, რომლებსაც განვითარებული აქვთ ეს თვისება, გამოირჩევიან პუნქტუალობით, საიმედოობით, წინდახედულობითა და ორგანიზებულობით. აკურატული, მოწესრიგებული და საღად მოაზროვნენი, ისინი ყოველთვის ასრულებენ თავის დანაპირებს, მოვალეობებს და მკაცრად იცავენ მორალურ პრინციპებს. მათთვის დამახასიათებელია მიზნისაკენ სწრაფვა და თვითდისციპლინა (McCrae & Costa, NEO Inventories, 2010).

სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემა აერთიანებს შედარებით უფრო ადაპტურ თვისებურებებს, როგორცაა კონტროლის შინაგანი ლოკუსი, რისკისადმი მშვიდი დამოკიდებულება (risk tolerance) და თვითეფექტურობა (self-efficacy). ქვემოთ მოცემულია ამ თვისებათა მოკლე განმარტება:

- კონტროლის ლოკუსის კონცეფცია შემოთავაზებულ იყო გამოჩენილი ამერიკელი ფსიქოლოგის ჯულიან როტერის მიერ. თავის ნაშრომში სოციალური დასწავლის შესახებ ავტორი მსჯელობს კავშირზე ქცევისა და ქცევის შედეგებს შორის (reinforcement). ქცევის შედეგი მრავალი რამ შეიძლება იყოს, მათ შორის ჯილდო, კმაყოფილება (reward, gratification). ავტორის აზრით ქცევის შედეგი ამყარებს მოლოდინს (reinforcement ... strengthen an expectancy), რომ მსგავსი ქცევა მომავალშიც იგივე შედეგს გამოიღებს. ადამიანი შეიძლება უკავშირებდეს ქცევის შედეგებს საკუთარ ძალისხმევასა და უნარს ან მის შესაძლებლობათა მიღმა მოქმედ ძალებს, მის კონტროლს მიღმა არსებულ გარემოებებს. ჯულიან როტერის აზრით: „თუ ქმედების შედეგი მიიჩნევა თანმდევ მოვლენად, რომლის მიღწევა არ უკავშირდება გაწეულ ძალისხმევას, მას ჩვენ კულტურაში უკავშირებენ ბედ-იღბალს, გამართლებას, ბედნიერ ან უბედურ შემთხვევას, ხსნიან ან მრავლის შემძლე ადამიანების გავლენით ან სირთულის შემთხვევაში არაპროგნოზირებად მოვლენად

მიიჩნევენ. ინტერპრეტაციის ასეთ ნაირსახეობას გარე კონტროლის რწმენა ეწოდება (belief inexternal control). თუ ქმედების შედეგები აღიქმება გაწეული ძალისხმევითა და საკუთარი თვისებებით განპირობებულ მიღწევად, სახეზეა შინაგანი კონტროლის რწმენა (Rotter, 1966)“.

- სამეწარმეო აქტივობის შედეგად, რომელიც გულისხმობს სიახლესა და ცვლილებას, საქმიანობა ნაცნობი გარემოდან ახალ, უცნობ გარემოში გადასაცვლდება. რისკისადმი მშვიდი დამოკიდებულება კონცეპტუალიზირებულ უნდა იქნას რისკისაგან თავის არიდების, დანაკარგისაგან თავის არიდების და განუსაზღვრელობისაგან თავის არიდების მეშვეობით.

რისკისაგან თავის არიდება, სავარაუდოდ, ყველაზე მკაცრად განსაზღვრული კონსტრუქტია. იგი ასახავს რამდენად მზად არის ადამიანი უარი თქვას გარანტირებულ მოგებაზე ალბათური მოგების სასარგებლოდ. მაგალითად, როგორი იქნება გადაწყვეტილება, თუ ადამიანს არჩევანს შევთავაზებთ: გარანტირებული მოგების რამდენიმე ოპცია 10 ლარიდან 90 ლარამდე; თამაში, სადაც შესაძლებელია 100 ლარის მოგება .5 ალბათობით. მოსალოდნელი ეკონომიკური სიდიდის ტერმინებში 50 ლარი გარანტირებული მოგება და თამაში, სადაც შესაძლებელია 100 ლარის მოგება.5 ალბათობით ტოლია. ადამიანს, რომელიც მზად არის ითამაშოს მაშინაც კი, როდესაც მას 50 ლარზე მეტ გარანტირებულ მოგებას სთავაზობენ, რისკის მიმღებს უწოდებენ.

დანაკარგისაგან თავის არიდება კარგად არის გააზრებული დენიელ კაჰემანისა და ამოს ტვერსკის¹¹ მიერ პერსპექტივათა თეორიაში. დანაკარგისაგან თავის არიდება ვლინდება იმით, რომ 50 ლარი დანაკარგი აღიქმება ადამიანის მიერ მის საკუთრებაში რიცხულ აქტივთა სარგებლიანობის უფრო გამოხატულ შემცირებად, ვიდრე აღნიშნული სარგებლიანობა გაიზრდებოდა იგივე 50 ლარის მოგების შემთხვევაში.

განუსაზღვრელობისაგან თავის არიდება ვლინდება როდესაც, ადამიანი, რომელიც მშვიდად მოქმედებს რისკის შემცველ სიტუაციაში, როდესაც რისკის ხდომილების ალბათობა ცნობილია, გაურბის სიტუაციას, სადაც რისკის ხდომილების ალბათობის სიდიდე უცნობია.

ცნობილია, რომ მეწარმეთათვის, რომელთა შერჩევა იყო წარმოდგენილი თვითდასაქმებული ადამიანებით, არა დამახასიათებელია რისკისა და დანაკარგისაგან თავის არიდება, მაგრამ ისინი სისტემატიურად არიდებენ თავს განუსაზღვრელობას (Koudstaal, Sloof, & Praag, 2014).

- თვითეფექტურობა გულისხმობს ადამიანის წარმოდგენას იმაზე, თუ რისი გაკეთება შეუძლია, რისი უნარი შესწევს. თვითეფექტურობის კონცეფცია გამოჩენილ ამერიკელ ფსიქოლოგ ალბერტ ბანდურას ეკუთვნის. ავტორის აზრით, საკუთარ ძალებში რწმენა ახდენს გავლენას მოსაზრებებზე, ქცევასა და ემოციურ სფეროზე. რაც მეტად დაჯერებულია ადამიანი საკუთარ შესაძლებლობებში, მით უკეთესად ართმევს თავს სხვადასხვა დავალების შესრულებას და ინარჩუნებს ემოციურ სიმშვიდეს. ალბერტ ბანდურა თვლის, რომ რთულ სიტუაციაში მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ საჭირო უნარ-ჩვევები, არამედ მათი მობილიზაცია და შესაბამისი წესით გამოყენება, რაც დამოკიდებულია საკუთარი თავის რწმენაზე: „ცოდნა,

¹¹ დენიელ კაჰემანი და ამოს ტვერსკი ისრაელელი ფსიქოლოგები, რომლებიც ცნობილი არიან თავიანთი ნაშრომებით ეკონომიკური ფსიქოლოგიის სფეროში, მათ შორის რისკის შეფასების სისტემატიური შეცდომის კვლევით

ოპერაციები და უნარ-ჩვევები აუცილებელი, მაგრამ არა საკმარისი პირობაა ამა თუ იმ ამოცანის ჯეროვანი შესრულებისათვის. უდაოა, ხშირად ადამიანებმა იციან რა გააკეთონ, მაგრამ ვერ მოქმედებენ ოპტიმალურად. ეს იმიტომ ხდება, რომ საკუთარ შესაძლებლობათა შეფასება განსაზღვრავს დამოკიდებულებას ცოდნასა და მოქმედებას შორის.“ ავტორი წერს: „ყოველ დღე ადამიანები წყვეტენ როგორ იმოქმედონ და რა დრო დაუთმონ თავიანთ წამოწყებას. საკუთარ შესაძლებლობათა შეფასება მართებული თუ მცდარი განსაზღვრავს რა ღონისძიებებს მიმართავენ ადამიანები. ისინი გაურბიან იმ ამოცანებს, რომლებიც მათი აზრით აღემატება მათ შესაძლებლობას, და ჰკიდებენ ხელს საქმეს თუ სჯერათ, რომ მას თავს გაართმევენ(Bandura, 1982).“ იგივე ეხება ძალისხმევას და დროს, რომელსაც ადამიანი უთმობს ამა თუ იმ ამოცანას: „სირთულის წინაშე ადამიანები, რომლებიც არ არიან დარწმუნებული საკუთარ თავში, იოლად ყრიან ფარ-ხმალს, როდესაც ისინი ვისაც თვითფექტურობის გამოხატული განცდა ახასიათებს, არ ნებდებიან რთულ გარემოებებს (Bandura, 1982).“

ბუნებრივია მარტინ ობშონკას და მაიკლ შტუცერის მიერ სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემის კონცეპტუალიზაცია კონტროლის შინაგანი ლოკუსის, რისკის მიღებისა და თვითფექტურობის გამაერთიანებელ კონსტრუქტად არ არის უნივერსალური და მხოლოდ აღნიშნულ ნაშრომში გამოიყენება. სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემა, ისევე როგორც სხვა კოგნიტურ-აფექტური სისტემები, მოიცავს განსხვავებული ბუნების მრავალ ფსიქოლოგიურ ფენომენს, მათ შორის წარმოდგენა საკუთარ თავზე, ადამიანებზე, სამყაროზე, შეხედულებები და მოლოდინი, აფექტური რეაგირების ტიპი, პირადი მიზნები, სპეციფიკური უნარ-ჩვევები და კომპეტენცია, თუ სხვა(Mischel & Shoda, 1995).

როგორია მარტინ ობშონკასა და მაიკლ შტუცერის მიერ მიღებული დამოკიდებულებათა სურათი? ხუთფაქტორიანი თეორიით აღწერილ თვისებებსა და სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემის ცვლადებს შორის კავშირის შესწავლა შემდეგ სურათს იძლევა:

თვისება	კონტროლის შინაგანი ლოკუსი	რისკისადმი მშვიდი დამოკიდებულება	თვითფექტურობა
ნევროტიციზმი	-	-	-
ექსტრავერსია	+	+	+
ღიაობა	-	+	0
მზაობა	+	-	+
პატიოსნება	+	0	+

ნევროტიციზმი უარყოფით კავშირშია სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემის სამივე ცვლადთან, ხოლო ექსტრავერსია კი პირიქით, დადებით კავშირშია აღნიშნულ ცვლადებთან. დანარჩენი ცვლადების კავშირი არ არის ერთგვაროვანი. კერძოდ, ღიაობა დადებით კავშირშია რისკისადმი მშვიდ დამოკიდებულებასთან. მისი კავშირი თვითფექტურობასთან არ ვლინდება, ხოლო კონტროლის შინაგან ლოკუსთან ის უარყოფით კავშირშია. მზაობა დადებით კავშირშია კონტროლის შინაგან ლოკუსთან და თვითფექტურობასთან, მაგრამ უარყოფით კავშირშია რისკისადმი მშვიდ დამოკიდებულებასთან. და ბოლოს, პატიოსნება დადებით კავშირშია, კონტროლის შინაგან ლოკუსთან და თვითფექტურობასთან, ხოლო მისი კავშირი რისკისადმი მშვიდ დამოკიდებულებასთან არ ვლინდება. შესაბამისად, ყველაზე მჭიდრო პირდაპირი კავშირი სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემასთან გააჩნია ექსტრავერსიას და შემდეგ

პათიოსნებას. კავშირი პიროვნულ თვისებებსა და სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემას შორის ნაჩვენებია სქემატურად მწვანე, ყვითელი და წითელი ისრების მეშვეობით. მწვანე ფერით აღიშნულია გამომხატული დადებითი დამოკიდებულება /ძლიერი კორელაცია, ყვითელი ისრით დამოკიდებულების არ არსებობა /სუსტი კორელაცია, ხოლო წითელი ფერით უარყოფითი კორელაცია (დიაგრამა 3. პიროვნულ და სამეწარმეო თვისებათა მოდელი).

რაც ეხება სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემას, ავტორების მიერ მასში გაერთიანებულ სამივე ცვლადს გააჩნია გამომხატული კავშირი სამეწარმეო ქცევასთან, ანუ კონტროლის შინაგანი ლოკუსი, რისკისადმი მშვიდი დამოკიდებულება და თვითეფექტურობა განაპირობებენ სამეწარმეო ქცევას. კავშირი სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემასა და ქცევას შორის ნაჩვენებია სქემატურად, სადაც დამოკიდებულება აღნიშნულია მწვანე ფერის ისრებით (დიაგრამა 3. პიროვნულ და სამეწარმეო თვისებათა მოდელი).

და ბოლოს, როგორია ხუთფაქტორიანი თეორიით აღწერილი თვისებების პირდაპირი /უშუალო გავლენა სამეწარმეო ქცევაზე? მონაცემთა დამუშავების შედეგები განსხვავდება მონაცემთა წყაროების მიხედვით, მაგრამ ყველაზე გამომხატული კავშირი დამოკიდებულ ცვლადთან გააჩნია ექსტრავერსიასა და ღიაობას, რაც ნაჩვენებია ცხრილის მეშვეობით¹²:

თვისება	თვითდასაქმება (GSOEP მიხედვით)	თვითდასაქმება (HILDA მიხედვით)	თვითდასაქმება (MIDUS მიხედვით)
ნევროტიციზმი	0	0	0
ექსტრავერსია	+	+	0
ღიაობა	+	+	+
მზაობა	0	0	-
პათიოსნება	-	-	0

კავშირი პიროვნულ თვისებებსა და სამეწარმეო ქცევას შორის ნაჩვენებია სქემატურად, სადაც მწვანე ფერის ისარი ასახავს დადებით დამოკიდებულებას /კორელაციას მონაცემთა სამივე წყაროზე დაყრდნობით, ხოლო ყვითელი ისარი კი ასახავს დადებით დამოკიდებულებას მხოლოდ მონაცემთა ორ წყაროზე დაყრდნობით (დიაგრამა 3. პიროვნულ და სამეწარმეო თვისებათა მოდელი).

ინტერპრეტაცია ამგვარი შეიძლება იყოს - ადამიანები, რომელთა პერსონოლოგიური სისტემა ხასიათდება კონტროლის შინაგანი ლოკუსით, რისკისადმი მშვიდი დამოკიდებულებითა და მაღალი თვითეფექტურობით, ავლენენ ექსტრავერსიისა და პათიოსნების თვისებებს. ისინი არიან ასერტიული, სოციალურად აქტიური ადამიანები, ამასთან ერთად მოწესრიგებული და საიმედო პარტნიორები. აღნიშნული პერსონოლოგიური სისტემა განაპირობებს სამეწარმეო ქცევას (რის გამოც მას მოვისხენიებდით როგორც სამეწარმეოს). სამეწარმეო ქცევა ასევე განპირობებულია ისეთი თვისებით როგორცაა ღიაობა, ანუ მენამისათვის დამახასიათებელია ახლის ძიება, ცნობისმოყვარეობა, დამოუკიდებელი აზრი (Obschonka & Stuetzer, 2017). შესაბამისად, თუ დიდი ხუთეულის ცვლადები გამოყენებულ იქნება სამეწარმეო ქცევის პრედიქტორად, ყურადღება ხუთიდან ოთხ ცვლადს უნდა დაეთმოს: ნევროტიციზმი,

¹² ცხრილი შედგენილია მ. ოზონკასა და მ. შტუცერის „მეწარმეობისადმი ფსიქოლოგიური მიდგომების ინტეგრაცია: სამეწარმეო პერსონოლოგიური სისტემა“ მიხედვით, რომელიც იყენებს მონაცემებს სამი წყაროდან: German Socio-Economic Panel, GSOEP, Household, Income and Labor Dynamics in Australia study, HILDA და The Midlife Development in the US study, MIDUS.

ექსტრავერსია, ღიაობა და პატიოსნება. აქედან ნევროტიციზმის შეფასება დაბალი მნიშვნელობით უნდა ხასიათდებოდეს, ხოლო ექსტრავერსია, ღიაობა და პატიოსნება კი პირიქით, მაღალი მნიშვნელობით. თუ სამეწარმეო ქცევის პრედიქტორად პერსონოლოგიური სისტემის განხილული ცვლადები იქნა გამოყენებული სამივე ცვლადი მნიშვნელოვან დეტერმინატს წარმოადგენს. აქ გავმეორდებით, რომ პერსონოლოგიური სისტემა, რომელიც განსაზღვრავს სამეწარმეო ქცევას, აერთიანებს სხვა ფსიქოლოგიურ კონსტრუქტებსაც, მათ შორის შეხედულებებს, დამოკიდებულებას, წარმოდგენას იმაზე, თუ რა არის მნიშვნელოვანი, რისკენ უნდა ისწრაფვოდეს ადამიანი, ინტერესთა სფეროს და მრავალი სხვა.

2.1.3. კოგნიტივისტური მიდგომა

შესაძლებლობათა სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენის პროცესი, აღწერილი ისრაელ კირშნერის მიერ, საინტერესოა კოგნიტური ფსიქოლოგიისა და სუბიექტივიზმის პერსპექტივაში. სუბიექტივისტური წარმოდგენა შესაძლებლობებზე, რომელიც მრავალია ყოველი ადამიანის გარშემო, პარადოქსალური უნდა გვეჩვენოს ნეოკლასიკური ეკონომიკის ქრილში, რადგან იგი გვკარნახობს, რომ შესაძლებლობა არსებობს მაშინ და მხოლოდ მაშინ, თუ მას აღმოაჩინენ (de Bono, 1990). რასაკვირველია, მოცემული დებულება სულაც არ უარყოფს მოვლენათა ობიექტურ და დამოუკიდებელ არსებობას. იდეა მხოლოდ მენტალურ რეპრეზენტაციათა ანუ წარმოდგენათა მნიშვნელობაშია. შესაძლებლობის არსებობა თუ არ არსებობა აქ უნდა გავიგოთ როგორც მოვლენის აღმოჩენის და გამოყენების უნარი, უნარი შეამჩნიო, მიაქციო ჯეროვანი ყურადღება, მისცე სწორი შეფასება, მიახლოე შესაბამისი მნიშვნელობა და მოახდინო ეფექტური კაპიტალიზაცია. სწორედ ეს უნარი აქცევს ამა თუ იმ პოტენციალის მქონე მოვლენას შესაძლებლობად.

მაგალითის სახით ჰონგ-კონგის სიუ იანის უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ფინანსების ფაკულტეტის პროფესორი ტონი ფუ-ლაიუ მოგვითხრობს „Western Union Telegraph Company“ -ის პრეზიდენტის უილიამ ორთონის შესახებ, რომელსაც ალექსანდრ ბელმა მეტად მოკრძალებულ ფასად შესთავაზა ტელეფონის პატენტი. ძნელია შეაფასო, განვითარების რა შესაძლებლობას უქადდა სატელეფონო კავშირგაბმულობა „Western Union Telegraph Company“ -ის, მაგრამ უილიამ ორთონმა ყოველგვარი ყოყმანის გარეშე უარით გაისტუმრა ალექსანდრ ბელი. სწორედ ამგვარ შესაძლებლობათა არსებობა არ არსებობაზე წერდა ისრაელ კირშნერი: „ის რასაც ადამიანი უგულებელყოფს არ არსებობს (...things about which men are completely ignorant are things that simply do not exist)“. ის რაც უნდა იქნას აღმოჩენილი, თითქოს ელოდება თავისი აღმოჩენის ბედნიერ საათს, შემდეგ კი სახეზეა საყოველთაო გაკვირვება ამ აღმოჩენის სიმარტივის გამო, თითქოს იგი თავისთავად ცხადი და ნაგულისხმევი ყოფილიყო (Fu-Lai Yu, 2001).

ძიება-აღმოჩენა წარმოადგენს ინფორმაციის აღქმისა და გააზრების პროცესს, შესაბამისად კავშირშია ადამიანის ხელთ არსებულ ცოდნასა და გამოცდილებასთან. ინფორმაციის ინტერპრეტაცია დამოკიდებულია ადამიანზე, მეტიც ინტერპრეტაციის თავისებურებანი განსხვავებენ ადამიანებს ერთმანეთისაგან. ტონი ფუ-ლაი იუ სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენის ორ განსხვავებულ შრეს განიხილავს: შესაძლებლობათა ძიება-აღმოჩენა ცოდნის არსებულ სისტემაში, წარმოდგენათა რაიმე მნიშვნელოვანი გადასინჯვის გარეშე, თუ ამგვარად არ მივიჩნევთ მცირედ ცვლილებებს; შესაძლებლობათა ძიება-აღმოჩენა როგორც შეხედულებათა რადიკალური გადასინჯვა, მოცემულობის ახლებურად გააზრება, ცოდნის სისტემის მნიშვნელოვანი ცვლილება. ამ გაგებით აზროვნების ინერციულობა აიხსნება ადამიანის მცდარი დაშვებით ცოდნის არსებული სისტემის უდაო ქვემარტების თაობაზე, რაც დაატყვევებს კიდევ მას დამკვიდრებულ წარმოდგენათა ჩარჩოში. ამ გაგებით მეწარმე ცოდნის დამკვიდრებული სისტემის მეშვეობით ოპერირებს არსებულ მოცემულობაში, ამავდროულად მას შესწევს უნარი აღმოაჩინოს ახალი მოცემულობა, „შექმნას“ მისი მენტალური რეპრეზენტაცია, წარმოიდგინოს ის ისეთი, როგორც თავად სურს. შესაძლებლობათა ძიება არსებულ მოცემულობაში რუტინული და იმიტატიურია, მოცემულობის „შექმნა“ კი შემოქმედებითი ძალისხმევის შედეგია (Fu-Lai Yu,

2001). ალსანიშნავია მსგავსება მოსაზრებებთან რუტინულ და არა რუტინულ გადაწყვეტილებებს შორის, სადაც რუტინული გადაწყვეტილებები შემოიფარგლება რესურსების ოპტიმალური განაწილებით, ხოლო არა რუტინული გადაწყვეტილებები ითხოვს განუსაზღვრელობის პირობებში მოქმედების უნარს, შესაძლებლობათა ძიება-აღმოჩენას, არსებული სისტემის რადიკალურ გარდაქმნას (Grieco D. , 2007).

შესაძლებლობათა ძიება-აღმოჩენის პროცესი შემეცნების განსხვავებულ ფორმებს უკავშირდება. ავტორი ორი მარგინალური ფორმის არსებობაზე მიუთითებს: მიზანმიმართული და არა მიზანმიმართული შემეცნება. პირველი გულისხმობს ამა თუ იმ ფენომენის შესწავლის ფორმალურ ღონისძიებებს, კვლევით საქმიანობას განსაზღვრული მიზნითა და მეთოდოლოგიური წინაპირობებით, განსაზღვრული თეორიული პარადიგმის ჩარჩოში. მეორე კი მოიაზრებს ცოდნის აკუმულირების თავისთავად მიმდინარე პროცესს რაიმე წინასწარ განსაზღვრული მიზნისა და მეთოდოლოგიის გარეშე, ცოდნის სისტემის კონსტრუირებას თვითღონებით, ყოველდღიური ცხოვრებისეული გამოცდილების საფუძველზე. გამოჩენილი ავსტრიელი ეკონომისტი და ფილოსოფოსი ფრიდრიხ ავგუსტ ფონ ჰაეკი, 1947 წლის ნობელის პრემიის ლაურეატი, წერდა: „დღევანდელ სამყაროში თითქმის ერესია დაუშვა, რომ მეცნიერული ცოდნა არ არის ერთადერთი სახის ცოდნა. მაგრამ მცირე დაკვირვებაც კი გვაჩვენებს, რომ ამ ტიპის ცოდნის მიღმა არსებობს მართალია არაორგანიზებული, მაგრამ მეტად მნიშვნელოვანი სახის ცოდნა. ეს არ არის ცოდნა მეცნიერული განზოგადების თვალსაზრისით. ეს არის კონკრეტული გარემოებების, ადგილისა და დროის ცოდნა. ნებისმიერი ადამიანი სარგებლობს უპირატესობით, როდესაც ფლობს ამ ცოდნას, თუმცა სასარგებლოდ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ გადაწყვეტილება, რომელიც ამ ცოდნის საფუძველზე უნდა იქნას მიღებული, მისი უფლებამოსილებაა. საკმარისია გავიხსენოთ რამდენი გვიწევს ვისწავლოთ სამუშაო ადგილზე, იმის შემდეგ, რაც თეორიულ კურსს დავასრულებთ (Hayek, 1945).“ დიდწილად თავისი ბუნებით ეს ის ცოდნაა, რომლის შესახებ ჯერ კიდევ წინა საუკუნის დასაწყისში წერდა ავსტრო-უნგრული წარმოშობის გამოჩენილი ბრიტანელი ფილოსოფოსი და მეცნიერი მაიკლ პოლანი: „ჩვენ ვიცით მეტი, ვიდრე შეგვიძლია მოვყვეთ (Polanyi, 1910).“

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ძვირადღირებული კვლევითი საქმიანობა არ არის სამეწარმეო შესაძლებლობათა აღმოჩენის ცალსახა გარანტია - ხდება ისე, რომ შესაძლებლობებს ვერ ხედავენ მაშინაც კი, როდესაც მიზანდასახულად ეძებენ მათ. მეტიც, სამეწარმეო აღმოჩენა ხშირად წინ უძღვის მოვლენათა მიზანმიმართულ შესწავლას, რომელიც შემდგომ მისი სხვადასხვა ასპექტის კვლევას ეთმობა. იგი ხდება კვლევის საგანი, განსაზღვრავს კვლევით ჰიპოთეზებს, იმას, თუ რა ინფორმაციაა საჭირო და როგორ შეგროვდეს იგი. ეს გასაგებია - შეუძლებელია სწავლობდე რამეს ისე, რომ არ იცოდე მის შესახებ! უილიამ ორთონი ვერასოდეს შეისწავლიდა ტელეფონის ტექნოლოგიურ, საოპერაციო, მარკეტინგულ თუ სხვა თავისებურებებს, რადგან ტელეფონი მისთვის არ არსებობდა. თავის მხრივ, სამეწარმეო აღმოჩენა არსებული ცოდნის პროდუქტია. ცოდნა, წარმოდგენათა ერთობლიობა, რომელიც თითქოს რაღაც სიუბიექტური პარადიგმა, წინ უძღვის სამეწარმეო აღმოჩენას და ბიძგს აძლევს მას, როგორც წესი არა მიზანმიმართული შემეცნების პროდუქტია. როგორც ითქვა, იგი გროვდება და ყალიბდება ყოველდღიური საქმიანობის პროცესში, მრავალ მოვლენასა და ადამიანთან ინტერაქციაში. მის ფორმირებას წინ არ უძღვის რაიმე დაგეგმვა. ის მოიცავს

სამეწარმეო აღმოჩენის ელემენტს. ამ ტიპის ცოდნის უგულებელყოფა ვერაფრით აიხსნება და აჩვენებს სამეწარმეო მზაობის ნაკლოვანებას(Fu-Lai Yu, 2001).

გამოჩენილი ფრანგი ანთროპოლოგი კლოდ ლევი-სტროსი თავის წიგნში „პირველყოფილი გონება (The savage mind)“ სთავაზობს მკითხველს განსაკუთრებით დაუცველი ტომების¹³ ენისა და ცოდნის სისტემის მეტად საინტერესო ანალიზს. იგი ციტირებს სხვადასხვა მკვლევარს, რომლებიც დიდი დროის განმავლობაში ცხოვრობდნენ ამ ხალხთან: „ ... „ეს ხალხი ფლობს წარმოუდგელოდ დიდი მოცულობის ცოდნას მცენარეული და ცხოველური სამყაროს შესახებ მათ გარშემო. ეს ცოდნა განასხვავებს მათ დაბლობში მცხოვრები ქრისტიანი მოსახლეობისაგან. მათ არა მხოლოდ იციან ფენომენალური რაოდენობის სახეობა, არამედ ამ მცენარეთა, ცხოველთა, ფრინველთა და მწერთა ცხოველქმედებისა და ქცევის თავისებურებანი. ისინი სრულად არიან ინტეგრირებული თავიანთ გარემოსთან და რაც მთავარია მუდამ იკვლევენ მას.“... „განსაცვიფრებელია სიზუსტე, რომლითაც ისინი ცნობენ უმცირეს და უნატიფეს განსხვავებებს ერთი გვარის სხვადასხვა სახეობას შორის“... „გამძაფრებელი აღქმა ეხმარება მათ იგრძნონ ბუნებრივ მოვლენათა - ქარი, განათება, ზღვის დინება, ამინდი - თითქმის შეუმჩნეველი ცვლილებები.“(Levi-Strauss, 1966).“ვფიქრობთ, ანალოგია სრულიად ნათელია. შემეცნებითი ფსიქოლოგიის თვალსაზრისით, მეწარმე სრულად ინტეგრირებულია თავის გარემოსთან და სარგებლობს ამოუწურავი ცოდნით ამ გარემოს ყველაზე ინტიმურ დეტალებზეც კი. სწორედ ეს ცოდნაა „ბედნიერი“ სამეწარმეო აღმოჩენის წინაპირობა და ამ გაგებით იგი წინ უძღვის ფორმალურ კვლევით საქმიანობას სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენის პროცესში.

სამეწარმეო მზაობა წარმოადგენს გარკვეულწილად მუდმივ შინაგან მდგომარეობას, განწყობას, შესაძლებლობათა ძიება-აღმოჩენის სურვილს. ამასთან, ლევი-სტროსის „გმირის“ მსგავსად, ყურადღებას ამახვილებენ უნარზე ამოიცნო შესაძლებლობა თუნდაც უმნიშვნელო, სუსტი ნიშნებით, რაიმე თუნდაც ირიბი მახასიათებლით, თითქოს ინტუიტიურად მიხვდეს მის არსებობას, რის გამოც მას სელექტიური ყურადღების ფენომენთანაც აიგივებენ, როდესაც ადამიანი ხედავს იმას, რისი დანახვაც სურს (Gifford, 1992). სამეწარმეო მზაობა არ უკავშირდება პრობლემის გადაჭრას, რადგან იგი სახეზეა მაშინაც, როდესაც მოვლენები ვითარდება სასურველი მიმართულებით. აღნიშნავენ, რომ მას საკუთარი, დამოუკიდებელი სამოტივაციო სისტემა გააჩნია (მაგალითად, ცნობისმოყვარეობა). მზაობა სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენისათვის გაუცნობიერებელია. სურვილი აღასრულოს თავისი ოცნება - სამეწარმეო ხედვა - არასოდეს ხდება გააზრების საგანი, ის არ მიეკუთვნება ნებელობით სფეროს, შეგნებულ გადაწყვეტილებას. მეწარმე არ აცნობიერებს მზაობას და „არ იცის“ მისი როგორც შინაგანი რესურსის არსებობის შესახებ.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, ცოდნის სისტემა ან მენტალური ჩარჩო უმეტეს წილად იქმნება ყოველდღიური გამოცდილების საფუძველზე. ის წარმოადგენს ადამიანებთან მიმდინარე ინტერაქციის, დაკვირვებისა და ექსპერიმენტირების პროდუქტს, ერთი სიტყვით ბიოგრაფიულია. მისი ელემენტების ერთი ნაწილი იძლევა მიმდინარე მოვლენების, მათ შორის სხვა ადამიანების მოქმედების, შინაარსის წვდომის საშუალებას, მოვლენისათვის განსაზღვრული აზრის,

¹³ ადრინდელ წყაროებში პრიმიტიული ხალხების ტომები

მნიშვნელობის მინიჭებას. მართალია გამოცდილება, როგორც აღინიშნა, ინდივიდუალურია და ცოდნის სისტემას საკუთარი ისტორია გააჩნია, აზრი, რომელიც მოვლენებს ენიჭება, სოციალურად კონსტრუქტირებულია. ეს შესაძლებელს ხდის კომუნიკაციას ადამიანებს შორის, აზრის გაცვლას, მომხდარი ამბების ერთად განხილვას თუ მიმდინარე მოვლენებზე მსჯელობას. ცოდნის სისტემის ელემენტთა მეორე ნაწილი კი მოიცავს მოქმედებათა მზა პატერნს მოცემულ სიტუაციაში, პროგრამას, ეგრედ წოდებულ ალგორითმს, და ისიც დამოკიდებულია არსებულ გამოცდილებაზე, ანუ ბიოგრაფიული და ინტერპრეტატიულია. ზემოთ აღინიშნა ასევე, რომ ცოდნის სისტემა ხშირად იძენს ინერციულობას - მკვიდრდება მოვლენათა აღქმისა და მოქმედების გარკვეული წესი, რომლის გადახედვა და ხელახალი გააზრება აღარ ხდება. სამეწარმეო ძიება-აღმოჩენას და მზაობას ამ აღმოჩენისათვის სწორედ ცოდნის სისტემით განსაზღვრული კოგნიტური ჩარჩოს ცვლილების უნარს უკავშირებენ, უნარს დაინახო მოვლენები ახლებურად, სხვა მხრიდან, სხვა პერსპექტივაში და იმოქმედო შესაბამისად, თუ საჭიროა ისე, როგორც ჯერ არავის უქნია (Fu-Lai Yu, 2001).

ედუარდ დე ბონო თავის წიგნში „ლატერალური აზროვნება“ სთავაზობს მკითხველს მაგალითს, რომელიც ცოდნის სისტემის ინერციულობის და კოგნიტური ჩარჩოს ცვლილების ილუსტრაციისათვის შეიძლება იქნას გამოყენებული. ცდის პირს ეტაპობრივად სთავაზობენ მყარი მასალისაგან დამზადებულ სხვადასხვა ფორმის გეომეტრიულ ფიგურებს. მისი ამოცანაა შეაერთოს ისინი და მიიღოს გეომეტრიული ფიგურა, რომლის ფორმა აღინიშნება ერთი მარტივი ტერმინით, როგორცაა სიტყვაზე სამკუთხედი თუ სხვა. ფიგურები ისეა შერჩეული, რომ თავდაპირველად ცდის პირს მარტივად შეეძლოს შეაერთოს ისინი კვადრატის ან პარალელეპიპედის ფორმის მქონე გეომეტრიულ ფიგურად. მართალია ფიგურების შეერთება ამ ეტაპზე შესაძლებელია სხვა ფორმის მქონე გეომეტრიულ ფიგურადაც, მაგალითად, პარალელოგრამად ან ტრაპეციად, ცდის პირი, როგორც წესი, აწყობს კვადრატს ან პარალელეპიპედს. ცდის ბოლო ეტაპზე ექსპერიმენტატორი აწვდის ცდის პირს ფიგურას, რომელიც ველარ იქნება გაერთიანებული ვერც კვადრატის და ვერც პარალელეპიპედის ფორმის ფიგურაში (დიაგრამა 4. ლატერალური აზროვნება). ცდის პირი იძულებულია შეცვალოს მიდგომა. მან უნდა დაშალოს აწყობილი ფიგურა და ხელახლა დაიწყოს კონსტრუირება ბოლო ეტაპზე მიღებული ფიგურის ფორმის გათვალისწინებით (de Bono, 1990). ცდის პირის მსგავსად მეწარმეს შესწევს უნარი ახალი ინფორმაციის გათვალისწინებით მოახდინოს არსებული კოგნიტური ჩარჩოს მოდიფიკაცია - გააფართოვოს, შეცვალოს არსებული კატეგორიები თუ ელემენტები, დააკავშიროს ისინი განსხვავებული წესით თუ სხვა.

სამეწარმეო წარმატება არის უნარი აღიქვა მოვლენები და იმოქმედო იმ მიმართულებით, რომელიც ეფექტური აღმოჩნდება. სამეწარმეო აღმოჩენას, ახალი ჩარჩოს კონსტრუირებას, ადარებენ შუქის სხივს - თითქოს „გონება განათდა“. მნიშვნელობა ენიჭება ფიქრის პროცესს, რომლის დროსაც, სავარაუდოდ, ხდება არსებული ჩარჩოს რესტრუქტურირება და იდებათა ახლებური გზით შერწყმა. ფიქრის პროცესი მოსამზადებელი შინაგანი სამუშაოს როლს ასრულებს. უნდა ვიფიქროთ ამ დროს, გონებაში ცდისა და შეცდომის გზით ხდება ელემენტების მრავალნაირი გადაწყობა და დაკავშირება მრავალი განსხვავებული, მათ შორის შემთხვევითი, წესით. ხდება რიგი ელემენტების ამოღება და იმ ელემენტთა დამატება, რომლებიც საჭიროა სქემის მთლიანობისათვის თუ სხვა. ამ იტერატიული ხასიათის პროცესისათვის ნიშანდობლივია

უკუკავშირი, რათა შეფასდეს მოდიფიკაციის სისწორე. უკუკავშირი მისი განუყოფელი კონსტიტუციური კომპონენტია. სწორედ რომ უკუკავშირი აქცევს ცდისა და შეცდომის ყოველ ცალკეულ იტერაციას ლოგიკურ ინკრემენტალურ თანმიმდევრობად, რომელსაც, როგორც აღმოჩნდება ხოლმე, აქვს ლოგიკა. ინერციული მოქმედება არსებული ჩარჩოს ფარგლებში ხშირად აიხსნება გადაუდებელი საკითხების არსებობით. როგორც ზემოთ ითქვა, რაც ნაკლებია დრო, რაც უფრო მწვავეა საკითხი, მით მეტია ალბათობა, რომ ადამიანი გააგრძელებს მოქმედებას დამკვიდრებული წესით, მრავალნაცადი გზით, არ ჩაებმება ახლის შრომატევად ძიებაში. შესაძლებელია ადაპტაციური ხასიათის მცირედი ცვლილებები არსებული კოგნიტური ჩარჩოს ფარგლებში. შესაბამისად გადაუდებელი საკითხების არსებობა თრგუნავს შემოქმედებით იმპულსს და ასიმილაციური მექანიზმების ამოქმედებას (Fu-Lai Yu, 2001).

2.2. რა ამოდრავებს მეწარმეს?

2.2.1. სამეწარმეო მოტივაცია

სამეწარმეო მოტივაციის განხილვის დროს აღნიშნავენ, რომ მეწარმე თითქოს საკუთარი თავის მეტოქეა. მეწარმე „ხვალ“ იწვევს კონკურენციაში საკუთარ თავს „წარსულიდან“, რათა დაანახოს თავისი წარმატება და დაუმტკიცოს საკუთარი უნარი და შესაძლებლობანი. წინსვლა და მიღწევები სამეწარმეო ასპარეზზე არა მატერიალური დოვლათის მოპოვების ან საყოველთაო აღიარების მიღწევის საშუალებაა, არამედ თავად წარმოადგენს მოქმედების მოტივს, მდგომარეობას, რომლისკენაც ისწრაფიან (Beugre, 2017). ტერმინი „სწრაფვა მიღწევისაკენ“ ეკუთვნის გამოჩენილ ამერიკელ ფსიქოლოგს ჰენრი მიურეის, რომელიც წინა საუკუნის დასაწყისში ხელმძღვანელობდა „ჰარვარდის უნივერსიტეტის ფსიქოლოგიურ კლინიკას“ და მუშაობდა ადამიანის საქროებათა სტრუქტურაზე. მისი აზრით, მრავალ სხვა მოტივთან ერთად ადამიანისათვის დამახასიათებელია სურვილი შეეჭიდოს რთულ ამოცანებს, გადაჭრას ისინი რაც შეიძლება უფრო ეფექტურად და სწრაფად, გადალახოს დაბრკოლებები, შეასრულოს სამუშაო განსაკუთრებით კარგად. ამ სურვილს ავტორმა „მიღწევისაკენ სწრაფვა“ უწოდა (Murray, 1947). ასევე ჰენრი მიურეიმ შეიმუშავა „თემატური აპერცეფციული ტესტი“ - პროექციული მეთოდია, სადაც ცდის პირს წარუდგენენ შავ-თეთრ სურათებს, რომელზეც გამოსახულია ესა თუ ის ყოფითი სიტუაცია, და სთხოვენ მოიფიქროს ისტორია სურათზე გამოსახული სცენის შესახებ. ისტორიის ანალიზი საშუალებას აძლევს მკვლევარს პროექციულად შეიქმნას წარმოდგენა თავად ცდის პირის განწყობაზე, დამოკიდებულებაზე, შინაგან მდგომარეობაზე თუ სხვა.

ორმოციან წლებში, ამერიკელმა ფსიქოლოგმა, ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორმა დევიდ მაკკლელანდმა განაგრძო მუშაობა მიღწევისაკენ სწრაფვაზე თემატური აპერცეფციული ტესტის გამოყენებით. ცდის პირები, მაგალითად, კოლეჯის სტუდენტები ორ ჯგუფად იყვნენ დაყოფილი. მათ წარედგინებოდათ შავ-თეთრი სურათები მათზე გამოსახული ყოფითი სიტუაციით. მაგალითად, სკოლის ასაკის ბიჭუნა საწერ მაგიდასთან გაშლილი წიგნით. მათ მოეთხოვებოდათ მოიგონონ მოკლე ისტორია წარედგინილი სურათის მიხედვით. ბუნებრივია, ისტორია მთლიანად ცდის პირის ფანტაზიაა, სადაც იგი იგონებს რა ხდება სურათზე, ვინ არიან იქ ასახული ადამიანები, რა შეემთხვათ მათ, რას ფიქრობენ და გრძობენ ისინი, თუ სხვა. საცდელ ჯგუფში მოხვედრილი სტუდენტების მოტივაციის მიზნით ექსპერიმენტატორი წინასწარ აფრთხილებდა მათ, რომ სატესტო მასალა გამოიყენება უმაღლეს სახელმწიფო თანამდებობაზე კანდიდატების შესარჩევად და მასთან მუშაობის დროს მჟღავნდება ადამიანის გონებრივი შესაძლებლობები და ლიდერის თვისებები. ტესტის დასრულების შემდეგ ხდებოდა საცდელი და საკონტროლო ჯგუფის წევრების მიერ შედგენილი ისტორიების შედარება. დევიდ მაკკლელანდის დაკვირვებით საკონტროლო და საცდელი ჯგუფის სტუდენტების ისტორიები განსხვავდებოდა. საკონტროლო ჯგუფის წევრის ტიპური ისტორიაა: “სურათზე გამოსახული ბიჭი სკოლის მოსწავლეა. მას მოებზრდა გაკვეთილზე ჯდომა და მოაგონდა რაღაც ამბავი, რომელზეც ის ახლა ფიქრობს. ის მთლიანად ჩაფლულია თავის მოგონებებში. არის საფრთხე, რომ მასწავლებელი მას გაიძახებს დაფასთან და დასჯის უყურადღებობისათვის.” საცდელი

ჯგუფის წევრების ტიპური ისტორია კი ასეთია: „სურათზე გამოსახული ბიჭი გამოცდაზეა. მისი დავალების დიდი ნაწილი შესრულებულია და ის მთელი შემართებით ცდილობს მიიყვანოს საქმე ბოლომდე. მან ბევრი იმუშავა, რათა მოემზადებინა დავალება, თუმცაღა, სამწუხაროდ რამდენიმე საკითხი ჯეროვნად ვერ გაარჩია და არ ისწავლა. ის არ ნებდება ბოლო წუთამდე და ყველა ხერხს მიმართავს, რომ გაიხსენოს სასწავლო მასალა, სწორი პასუხი გასცეს კითხვას, მაგრამ, სამწუხაროდ, ველარ ასწრებს ამას. ბიჭი ძალიან გულდაწყვეტილი და გაბრაზებულია საკუთარ თავზე.“

დევიდ მაკკლელანდი ამახვილებს ყურადღებას სიტყვებსა და წინადადებებზე, რომლებიც პროექციულად ასახავს საცდელი ჯგუფის წევრების მოტივს, სწრაფვას მიღწევისაკენ. ბიჭი „მთელი შემართებით ცდილობს მიიყვანოს საქმე ბოლომდე“ და იგი „ძალიან გულდაწყვეტილი და გაბრაზებულია საკუთარ თავზე“. წარუმატებლობა სინანულის მიზეზი ხდება და სინანულთან ერთად სახეზეა ბრალეულობის განცდაც „სამწუხაროდ რამდენიმე საკითხი, მან ჯეროვნად არ გაარჩია და არ ისწავლა“. ამავდროულად მუდავნილება შეუპოვრობა რთულ სიტუაციაში „ის არ ნებდება ბოლო წუთამდე და ყველა ხერხს მიმართავს.“ ისტორიების ანალიზის დროს დევიდ მაკკლელანდი ამახვილებდა ყურადღებას მიღწევისაკენ სწრაფვისათვის დამახასიათებელ „შესრულების მაღალ სტანდარტზე“, რომელსაც ადამიანი რეფერენტულ მნიშვნელობას ანიჭებს და ცდილობს მის მიერ შესრულებული დავალება სულ მცირე პასუხობდეს ამ სტანდარტს(McClelland, 1961).

მიღწევისაკენ სწრაფვის შინაარსობრივი ასპექტების კონცეპტუალიზაციის საკითხში დევიდ მაკკლელანდზე დიდი გავლენა იქონია გამოჩენილი გერმანელი სოციოლოგის მაქს ვებერის შეხედულებებმა პროტესტანტულ ეთიკასა და კაპიტალისტურ სულისკვეთებაზე. მაქს ვებერის მიხედვით ყოველდღიურმა გულმოდგინე შრომითმა საქმიანობამ, რეფორმაციის შედეგად რელიგიური მნიშვნელობა შეიძინა, იქცა ადამიანის ზნეობრივი ცხოვრების უმაღლეს ამოცანად, მოწოდებად¹⁴, ერთადერთ გზად იყო ღვთისმოსავი. „საქმის წარმოების შედეგად დაგროვილი დოვლათი არ არის პროტესტანტის თვითმიზანი. რა ამოძრავებს მას ასეთ შემთხვევაში?“ - სვამს რიტორიკულ კითხვას დევიდ მაკკლელანდი და თავად პასუხობს მას მაქს ვებერის ციტატით: „საკუთარი საქმის კეთილსინდისიერი შესრულების ირაციონალური მოთხოვნილება, სურვილი. სწორედ ამ განცდას ვუწოდებთ ჩვენ მიღწევისაკენ სწრაფვას, რომელიც ვლინდება ცდის პირთა ფანტაზიაში.“ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ავტორი ანიჭებდა ჟან კალვინის მოძღვრებასთან ასოცირებულ თანმიმდევრობას და სრულყოფის მუდმივ სურვილს- წინსვლა თუნდაც უმნიშვნელო, მაგრამ ყოველდღიური, მეთოდური, ყველა წვრილმანში, ცხოვრების ყველა ასპექტში(McClelland, 1961).

ისტორიების ანალიზის საფუძველზე შემუშავდა მიღწევისაკენ სწრაფვის რაოდენობრივი შეფასების მეთოდიკა, რამაც საშუალება მისცა მკვლევართა ჯგუფს გაეგრძელებინათ დაკვირვება მათემატიკური სტატისტიკის გამოყენებით. ავტორი კოლეგებთან ერთად სწავლობდა კავშირს სამეწარმეო ქცევის სხვადასხვა ასპექტსა და მიღწევისაკენ სწრაფვას,

¹⁴ მოწოდება - გერმანული beruf, ინგლისური calling ტერმინი, რომელსაც იყენებს მაქს ვებერი თავის ნაშრომში პროტესტანტულ ეთიკასა და კაპიტალიზმზე.

როგორც სამოტივაციო კომპონენტს შორის. მეწარმის როლისათვის დამახასიათებელ ქცევად დევიდ მაკკლელანდი განიხილავდა: უნარს მიიღო გადაწყვეტილება განუსაზღვრელობის და ზომიერი რისკის შემთხვევაში; შრომისუნარიანობას და ინოვაციურ მოქმედებებს; ინდივიდუალური პასუხისმგებლობის უნარს; ორიენტაციას შედეგზე. მკვლევართა ჰიპოთეზა იყო, რომ მიღწევისაკენ სწრაფვა, როგორც სამოტივაციო სისტემის ერთ-ერთი ელემენტი, განაპირობებს სამეწარმეო როლის ჯეროვან შესრულებას, რომ ადამიანები მიღწევისაკენ გამოხატული სწრაფვით უკეთ ასრულებენ სამეწარმეო როლს.

მრავალი ავტორის მდიდარ კროს-კულტურულ ექსპერიმენტულ მასალაზე დაყრდნობით დევიდ მაკკლელანდმა რიგი საინტერესო კანონზომიერება აჩვენა:

- განუსაზღვრელობა ანუ საფრთხის შემცველ ფაქტორთა ერთობლიობა წარმოიქმნება საქმიანობის ყველა სფეროში, იქნება ეს ოპერაციები, მომარაგება, მოთხოვნა თუ საქმიანობის დაუგეგმავი შედეგები. განუსაზღვრელობა ვარირებს ფართო საზღვრებში. საქმიანობის მრავალგზის ნაცადი ხერხები უცვლელ გარემოში განუსაზღვრელობის მცირე ხარისხით ხასიათდება, ყოველი ახალი წამოწყება ან ვითარების ცვლილება კი წარმოქმნის განუსაზღვრელობის მრავალ ახალ წყაროს. ადამიანები, რომელთა სამოტივაციო სისტემა ხასიათდება მიღწევისაკენ სწრაფვის მაღალი მანერებით, განსაკუთრებით ეფექტური არიან ზომიერი განუსაზღვრელობის და გონივრული რისკის პირობებში, იქ სადაც საჭიროა გამოიყენო გამოცდილება, გამჭრიახობა, სიმარჯვე და გამოძებნო მოქმედების შესაფერისი გზა. მათთვის ნაკლებ საინტერესოა სიტუაცია, რომელშიც ისინი არ განიცდიან რისკის შემცველი გარემოებების ზემოქმედებას. ახსნისათვის ავტორი მიმართავს ჯონ ატკინსონის¹⁵ მოდელს, სადაც ნაჩვენებია, რომ ადამიანებისათვის მიღწევის გამოხატული სურვილით ამოცანის შესრულებისაგან მიღებული კმაყოფილება ამოცანის სირთულის პოზიტიური ფუნქციაა (Atkinson, 1957). ახსნა თავად მოტივაციის ბუნებაშია - სიტუაცია, რომელიც არ შეიცავს გარკვეულ რისკს, არ არის საკმარისად გამომწვევი იმათთვის, ვისაც სურს დაუმტკიცოს საკუთარ თავს თავისი შესაძლებლობები, დარწმუნდეს საკუთარ ოსტატობასა და ძალაში. ამავდროულად ასეთი ადამიანები თავს არიდებენ სიტუაციას, სადაც მოვლენები მიმდინარეობს მაღალი განუსაზღვრელობის პირობებში, როდესაც მათი განვითარების განჭვრეტა შეუძლებელი ხდება და, შესაბამისად, შეუძლებელი ხდება გამოიყენო მიხვედრის ნიჭი, სიტუაციის ცოდნა და მოხერხება. ნიშანდობლივია, რაც ნაკლებ არის დამოკიდებული ვითარება მოქმედებებსა და გადაწყვეტილებებზე, მით უფრო კონსერვატიული ხდება ადამიანი მიღწევისაკენ გამოხატული სწრაფვით რისკის მიმართ¹⁶. დიდწილად ეს წარუმატებლობის შიშითაც აიხსნება. განხილულ უნდა იქნას წარუმატებლობის შიში იმავე სემანტიკურ ღერძზე, რაც წარმატებისაკენ სწრაფვა, როგორც ბინარული ოპოზიცია, თუ წარმოადგენს დამოუკიდებელ ფსიქოლოგიურ კონსტრუქტს, დისკუსიის საგანია, მაგრამ ერთი რამ ცხადია - ის ვინც განსაკუთრებით ისწრაფის მიღწევისაკენ, ვისთვისაც წარმატება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, განსაკუთრებით გაურბის მარცხსაც. ასევე, ნაჩვენებია იქნა, რომ შეჯიბრის პირობებში ადამიანები მიღწევის გამოხატული სურვილით

¹⁵ ჯონ ატკინსონი - გამოჩენილი ამერიკელი ფსიქოლოგი, მოტივაციის სფეროს შესწავლის სკოლის ერთ-ერთი ფუძემდებელი

¹⁶ ავტორი უწოდებდა ასეთ სიტუაციებს „თამაში, რომელიც დამოკიდებულია უნარ-ჩვევებზე (game of skills)“ და „წმინდა გამართლების თამაში (game of chance)“.

განსაკუთრებით ეფექტურად ართმევდნენ თავს ამოცანებს, როდესაც გამარჯვების ალბათობა იყო ზომიერი. რისკის მსგავსად, მათთვის ნაკლებად მიმზიდველი იყო როგორც თითქმის გარანტირებული გამარჯვება, ასევე გამარჯვების მეტად სათუო პერსპექტივა.

რისკისადმი დამოკიდებულების განხილვისას ავტორი უზიარებს მკითხველს რიგ ლიტერატურულ წყაროს რისკის და წარმატების სუბიექტური ანუ აღქმული შეფასების თაობაზე (perceived probability). ნაჩვენებია, რომ ადამიანები მიღწევისაკენ გამოხატული სწრაფვით მიდრეკილი არიან გადამეტებით შეფასავენ საკუთარი შესაძლებლობები და წარმატების ალბათობა უცნობ სიტუაციაში, უცნობ გარემოში მოქმედებისას. ავტორი ციტირებს ჯონ ედვარდ სოიერს¹⁷, რომელიც წერდა ამერიკის შეერთებული შტატების ეკონომიკური განვითარების ისტორიაზე, რომ „უამრავი დამწყები მეწარმის მიერ თავიანთი საქმის წარმატების ალბათობის გადამეტებას კოლექტიური მოვლენის სახეს ატარებდა და წამყვანი ფაქტორი აღმოჩნდა ქვეყნის განვითარების ისტორიაში, მაშინაც კი, როდესაც მრავალი მათგანის წამოწყებას წარმატება არ ხვდა წილად (Sawyer, 1954).“ თუმცა, მეტად მნიშვნელოვანია, რომ გამოცდილების დაგროვებასთან და სიტუაციის შესწავლასთან ერთად, ისინი ახდენენ შეფასების კორექციას და მათი პროგნოზი ხდება სულ უფრო რეალისტური.

- მსჯელობას შრომისუნარიანობაზე ავტორი იწყებს ფრენსის სათონის¹⁸ ციტატით სამეწარმეო აქტივობაზე: „გადაწყვეტილების უფლება და პასუხისმგებლობა, რომელიც მეწარმეს უკვე განმარტებით ეკუთვნის, მოითხოვს მოქმედებას ნებისმიერ სიტუაციაში. მეწარმის რეაქცია მოვლენებზე არის მოქმედება და არა მოქმედებისაგან თავის არიდება (Sutton, 1954)“. ნაჩვენებია იქნა, რომ ადამიანები მიღწევის მაღალი სწრაფვით უკეთესად ასრულებენ და ენთუზიაზმით უთმობენ დროს არა რუტინულ საქმიანობას, რომელიც ითხოვს ინიციატივას, შემოქმედებით მიდგომას, ხასიათდება სიახლით. ეს აიხსნება გამოწვევით, რომელსაც ამ ტიპის დავალებები წარმოადგენენ, რაც ზრდის კმაყოფილებას მათი შესრულების გამო. ამგვარ ამოცანათა გადაჭრა გარკვეული მიღწევა, გამარჯვებაა. თუნდაც რთულ, მაგრამ განმეორებად, ნაცნობ ამოცანებს კი ადამიანები მაღალი სწრაფვით მიღწევისაკენ გულს ვერ უდებენ, მათი შესრულებისას ისინი არ ამუშავებენ დიდ ენთუზიაზმს და რაიმე განსაკუთრებულ ეფექტურობას. ეს აიხსნება იმით, რომ გადაჭრილი ამოცანა აღარ აღიქმება როგორც გამოწვევა, კარგავს ხიბლსა და მიმზიდველობას. ეს მნიშვნელოვანია მეწარმის სამოტივაციო სფეროს შესწავლის საკითხში, რადგან პაულ ლაზერსფილდის¹⁹ ზუსტი დაკვირვებით არ შეიძლება მეწარმე ვუწოდოთ მას, ვინც მოქმედებს ტრადიციული წესით და არ ქმნის სიახლეს (Lazarsfeld, 1959). შედარებისათვის ავტორი მიმართავს ბერტოლდ ჰოსელიცის²⁰ მიერ შემოთავაზებული ხელმძღვანელის ანუ ადმინისტრაციული მუშაკის დახასიათებას, რაც ახლოა ბიურაკრატიული ტიპის ადამიანის აღწერასთან. საიმედო,

¹⁷ჯონ ედვარდ სოიერი - გამოჩენილი ამერიკელი პედაგოგი და მკვლევარი, ენდრიუ მელონის ფონდის ხელმძღვანელი

¹⁸ ფრენსის ჰაივერ სათონი - ამერიკელი მკვლევარი ცნობილი ნაშრომებით სოციალურ მეცნიერებათა დარგში, ბიზნეს-თეორეტიკოსი

¹⁹ პაულ ფელიქს ლაზერსფილდი - ამერიკელი სოციოლოგი, გამოყენებითი სოციოლოგიური კვლევის ბიუროს დამფუძნებელი კოლუმბიის უნივერსიტეტში

²⁰ ბერტოლდ ფრანკ ჰოსელიცი - ამერიკელი ეკონომისტი, ჩიკაგოს უნივერსიტეტის პროფესორი, ავსტრო-უნგრული სკოლის წარმომადგენელი

წინდახედული და მოწესრიგებული ბიუროკრატიული ტიპის ადამიანი მისი მისწრაფებით იყოს ეფექტური, დახვეწოს, სრულყოს და გააუმჯობესოს არსებული, კარგად ართმევს თავს განმეორებად ამოცანებს, რაც მეტად მნიშვნელოვანია ორგანიზაციის გამართული ოპერირებისათვის (Hoselitz, 1952). ამ გაგებით მეწარმე უდაოდ ცუდი ბიუროკრატია. პირადი წარმატების სურვილის დასაკმაყოფილებლად იგი ეცდება ეძებოს სიახლე მაშინაც, როდესაც აუცილებელია ახლადშექმნილი თუ უკვე არსებული მოდელის ოპტიმიზაცია. განსხვავებით ბიუროკრატიული ტიპის ადამიანისაგან, მისი სწრაფვით შექმნას მყარი და სრულყოფილი სისტემა, სტანდარტიზაციის ამოცანები არ აღძრავს მეწარმეში საკმარის მოტივაციას, რამდენადაც არ შეიცავს ჯეროვან გამოწვევას.

გარდა ამისა ნაჩვენები იყო, რომ ისეთი აქტივობა როგორცაა ორგანიზებული დასვენება ძალების აღდგენის მიზნით, რაიმე არასაქმიანი გატაცება (ჰობი), რომელსაც ადამიანები თავისუფალ დროს უთმობენ, სოციალურ ღონისძიებებში მონაწილეობა, ლიდერობის სურვილი ასევე არ წარმოადგენს განსაკუთრებული ინტერესის საგანს, არადამახასიათებელია ადამიანებისათვის გამოხატული სწრაფვით მიღწევისაკენ. რიგი ავტორი მიიჩნევს, რომ საკუთრივ საქმე არის ასეთი ადამიანის მთავარი გატაცება: „მკვლევარები ხშირად ახსენებენ ვნებას სამეწარმეო ქცევის შესწავლის დროს. წინააღმდეგ შემთხვევაში რთულია მხოლოდ რაციონალური მოტივით აიხსნას გამბედაობა, ძალისხმევა, რწმენა, რომელსაც ავლენს მეწარმე (Cardon & Winsent, 2009).“ ხშირად მოყავთ გამოჩენილი მეწარმეების გამონათქვამები ამასთან დაკავშირებით. მაგალითად, მაიკლ დელის²¹ ფრაზა: „ვნება არის ალი, რომელიც წარმართავს თქვენი ცხოვრების საქმეს“. ტერმინი ვნება (passion) განიმარტება როგორც ძლიერი სურვილი, სწრაფვა, მიდრეკილება (inclination) გარკვეული საქმისადმი, რომელსაც ადამიანი მიიჩნევს ყველაზე მნიშვნელოვნად და მზადაა მიუძღვნას ცხოვრება (Beugre, 2017). ბიუროკრატიული ტიპის ადამიანი კი, პირიქით, თავისუფალია ძლიერი ვნებებისაგან, იგი შეძლებისდაგვარად უთმობს თავისუფალ დროს ორგანიზებულ დასვენებას, განსხვავდება სოციალური აქტივობით და ისწრაფის იყოს ლიდერი. წარმატების უსასრულო დევნა, როდესაც მიღწევა ახალი მიღწევის სურვილს ბადებს, მას ზედმეტად ამბიციური და ავანტიურისტულიც კი უნდა ეჩვენოს. მისი მიზნები წინასწარ განსაზღვრული, რეალისტური და ნათელია, რაღაც გაგებით ალბათ უფრო მიწიერი, ფორმულა „რაც მეტი, მით უკეთესი“ მისთვის უცხოა.

- რაღაც უაღრესად ემერსონის²² დაუვიწყარი „დაწესებულება ადამიანის [მისი დამფუძნებლის] გრძელი ჩრდილია“, რომლითაც ავტორი იწყებს მსჯელობას ინდივიდუალურ პასუხისმგებლობაზე, როგორც სამეწარმეო როლის ერთ-ერთ ასპექტზე და მის კავშირზე სწრაფვასთან წარმატებისაკენ, კარგად ეხმაურება ამ თემას. ინდივიდუალური პასუხისმგებლობის „გრძელი ჩრდილი“ სამეწარმეო ქცევის თანმდევი მოვლენაა, რადგან შეუძლებელია გასურდეს მიიღო გადაწყვეტილებები და აირიდო პასუხისმგებლობა მათ შედეგებზე. სამეწარმეო ინიციატივა ინდივიდუალისტურია მისი არსით, შესაბამისად ინდივიდუალურია პასუხისმგებლობა მარცხსა და წარმატებაზე. ჰიპოთეტურად,

²¹ მაიკლ საულ დელი - ამერიკელი ბიზნესმენი, ინვესტორი, ფილანტროპი და ავტორი

²² რაღაც უაღრესად ემერსონი - მეცხრამეტე საუკუნის უდიდესი ამერიკელი ფილოსოფოსი, ესეისტი და პოეტი, ტრანსცენდენტალიზმის ერთ-ერთი ფუძემდებელი

სამოტივაციო სისტემა, სადაც მიღწევისაკენ სწრაფვა ყველაზე შესამჩნევი მამოძრავებელი ძალაა, უნდა განაპირობებდეს ინდივიდუალისტურ განწყობასა და გამბედაობას იტვირთო თანმდევი პასუხისმგებლობა.

ნაჩვენებია, რომ ადამიანები მიღწევისაკენ გამოხატული სწრაფვით თანაბრად კარგად მუშაობენ როგორც მართო, ასევე სხვებთან ერთად. თუმცა ჯგუფში მუშობის დროს მათთვის მნიშვნელოვანია, რომ გეზი, მოქმედების წესი ანუ საკვანძო გადაწყვეტილება, რომელმაც მიიყვანა ჯგუფი წარმატებამდე, მათ მიერ იქნა ინიცირებული, მათი მიგნებაა, მათ ეკუთვნით. აღსანიშნავია, რომ არა ჯგუფის წევრების აღიარებაა მათთვის მთავარი ჯილდო, არამედ თავიანთი წვლილის მნიშვნელოვნების გაცნობიერება. პირადი თავისუფლება აირჩიონ მოქმედებათა რამდენიმე ალტერნატივიდან ის, რომელიც მიაჩნიათ გამართლებული, გაცილებით მეტს ნიშნავს მათთვის, ვიდრე აღიარება. კმაყოფილება აქ დამოკიდებულია წვლილზე, რომელიც მათმა მოქმედებებმა თუ გადაწყვეტილებებმა შეიტანა ჯგუფის წარმატებაში, როგორც ითქვამს, თანმდევი პასუხისმგებლობის ტვირთთან ერთად.

- ორიენტაცია შედეგზე. რას ნიშნავს წარმატებული საქმიანობა? იმას, რომ სამუშაო პროცედურა დაცულია, თუ იმას, რომ შედეგი მიღწეულია? ავტორი სამართლიანად აღნიშნავს, რომ განსხვავებით ადმინისტრაციული თანამდებობისაგან, მეწარმის წარმატება, სამეწარმეო საქმიანობის ეფექტურობა არ შეიძლება იქნას შეფასებული რაიმე პროცედურული სტანდარტით. პროცედურით გათვალისწინებული მოთხოვნები შესაძლებელია დაცულ იქნას, შედეგი კი მაინც არ იქნას მიღწეული. ამას მრავალი მიზეზი შეიძლება ჰქონდეს, როგორც ორგანიზაციის მიღმა მოქმედი ძალები ასევე რიგი ორგანიზაციული თავისებურებები. შესაბამისად რეფერირება პროცედურულ მოთხოვნათა დაცულობაზე ვერ იქნება წარმატების საზომი. კითხვაზე: „მიღწეულ იქნა თუ არა რისი მიღწევაც გვსურდა, იქცა თუ არა ხედვა სინამდვილედ“ - პასუხი: „არა, მაგრამ ყველა გათვალისწინებული ღონისძიება შესრულდა ჯეროვნად,“ - არასანუგეშოა.

გარკვეულ წილად ეს გვაბრუნებს პასუხისმგებლობის „გრძელ ჩრდილთან“ და ინიციატივის ინდივიდუალისტურ ხასიათთან. პროცედურული მოთხოვნები ორგანიზაციის წევრებს თუ ძალთა ცენტრებს შორის მეტა-კომუნიკაციის ფორმაა. ადმინისტრაციული მუშაკი აღიქვამს პასუხისმგებლობას როგორც ვალდებულებას ხელმძღვანელის წინაშე, შესაბამისად მიიჩნევს მას შესრულებულად თუ მან დაიცვა ყველა პროცედურული მოთხოვნა, და ზემოთ ხსენებული მეტა-კომუნიკაციის სისტემაში მას ხელთ აქვს მყარი გასამართლებელი არგუმენტი... მაგრამ მეწარმე პასუხისმგებლობას გაიზრებს ვალდებულებად საკუთარი თავის წინაშე, და მისთვის ამოცანა შესრულებულია მხოლოდ მაშინ, როდესაც მისი სურვილი განხორციელდა, მისი ხედვა სინამდვილედ იქცა.

ნაჩვენებია, რომ ადამიანები მიღწევისაკენ გამოხატული სწრაფვით მუშაობენ ეფექტურად, როდესაც უკუკავშირი ხდება დავალების შედეგებთან და არა სამუშაოს შესრულების წესთან დაკავშირებით. სხვადასხვა ფსიქოლოგიურ ექსპერიმენტში ისინი უკეთესად ართმევდნენ თავს დავალებას თუ ინსტრუქტორი უზიარებდა მათ თავის მოსაზრებებს ამოცანის გადაჭრის შესახებ. მათთვის ნაკლებ მნიშვნელოვანი იყო ინსტრუქტორის აზრი მათ ქცევაზე სამუშაოს

შესრულების დროს, იმაზე თუ რამდენად იცავდნენ ისინი ამა თუ იმ წესს. ასევე, ნაჩვენები იქნა, რომ მეწყვილის თუ ჯგუფის წევრების შერჩევას ისინი ამჯობინებდნენ მათ, ვინც უკეთ იცის როგორ შესრულდეს დავალება და არა იმათ, ვისთანაც მუშაობა კომფორტულია ფსიქოლოგიური თავსებადობის თვალსაზრისით (French, 1958).

2.2.2. სოციალური მისიის შესრულების მოტივი

თუ მეწარმის მოტივაცია როგორც სწრაფვა წარმატებისაკენ ინტუიტიურად გასაგები ფენომენია, სოციალური მისიის შესრულების მოტივი ითხოვს მეტ კონცეპტუალიზაციას. ალბერტ ბანდურას მოსაზრებები მორალის უკულებელყოფის (moral disengagement) შესახებ საინტერესოა ამ გაგებით: „მორალური ფაქტორები ორი სახით ვლინდება, ერთის მხრივ, ძალა, რომლის გავლენით ადამიანი თავს იკავებს არაჰუმანური მოქმედებებისაგან, მეორეს მხრივ, ძალა, რომელიც უბიძგებს მას იმოქმედოს ჰუმანურად (Bandura, 1999)“. ავტორი თვლიდა, რომ მორალური მექანიზმები არ ახდენენ გავლენას ქცევაზე, თუ არ ხდება მათი აქტივაცია. არაჰუმანური მოქმედების შემთხვევაში ადამიანი მიზანმიმართულად ამოქმედებს გარკვეულ მექანიზმებს, რათა გაიმართლოს თავი და გადააბიჯებს შემაკავებელ ფაქტორებს. მორალური ფაქტორები განიხილება სოციალურ-კოგნიტური მე-თეორიის ფართო ქრილში და იღებს დასაწყისს დასწავლილ ანუ სოციალურად კონსტრუირებულ წარმოდგენაში სოციალურ ვალდებულებებსა და სამართლიანობაზე.

მორალური მონაწილეობის მოდელი, რომელიც განიხილება ამ მასალაში, ოთხ საფეხურს მოიცავს და ეფუძნება მორალურ მანდატს (moral mandate), სხვა სიტყვებით დასწავლილ წარმოდგენას სოციალურ ვალდებულებებსა და სამართლიანობაზე: „სოციალიზაციის პროცესში ადამიანები ითვისებენ ზნეობრივ მოთხოვნებს, რომლითაც ხელმძღვანელობენ მოქმედებისას (Bandura, 1999)“. გამშვები მექანიზმის როლს თამაშობს ამა თუ იმ ჯგუფის მოთხოვნილება, რომელიც უკულებელყოფილი და დაუკმაყოფილებელია (unmet social needs). მოვლენათა აღქმა და დახარისხება ურთიერთგამომრიცხავ „სამართლიან“ და „უსამართლო“ პრაქტიკად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად ერთგულია ადამიანი მორალური მანდატის მიმართ. დაუკმაყოფილებელ მოთხოვნათა აღქმა „უსამართლო“ პრაქტიკად იწვევს მორალური მანდატის დარღვევის განცდას, უსამართლობის ნეგატიურ შეგრძნებას. მისი ინტენსივობა ბუნებრივია ვარიირებს. ნაჩვენებია, რომ ამგვარი გამშვები მექანიზმის როლი შეიძლება ითამაშოს თანაგრძნობამ მარგინალიზებული ადამიანების მიმართ, და უსამართლობის განცდა შეიძლება მტანჯველიც იყოს. უსამართლობის განცდა თავის მხრივ სამოტივაციო ფსიქოლოგიური კონსტრუქტია და მოქმედების, მონაწილეობის სურვილს აღძრავს. მოტივი უბიძგებს ადამიანს ჩაერთოს სამართლიანობის აღდგენის საქმეში და გადადგას ქმედითი ნაბიჯები, ყოველ შემთხვევაში შეეცადოს მაინც: „ადამიანები უძღვნიან თავიანთ თავის სოციალური ვალდებულებების შესრულებას და შეიარაღებული ჰუმანისტური მოსაზრებებით მოქმედებენ უსამართლობისა და უზნეობის წინააღმდეგ, თუნდაც ეს მოითხოვდეს დიდ დროსა და დანახარჯებს. მარცხი გააკეთო ის რაც მიგაჩნია მართებული [უარყოფითად] აისახება თვითშეფასებაზე (Bandura, 1999)“.

მორალური მონაწილეობის მოდელი და კერძოდ მორალური მანდატი, როგორც დასწავლილ წარმოდგენათა ერთობლიობა სამართლიანობასა და სოციალურ ვალდებულებებზე, მეტად საინტერესოა. იგი აჩვენებს, თუ როგორ აღძრავს თანაგრძნობა სხვა ადამიანების მიმართ პრობლემის მოგვარების სურვილს და როგორ ტრანსფორმირდება ეს უკანასკნელი სოციალურ მისიაში. სახეზეა საკუთარი ინტერესების ჩანაცვლება სხვებზე ზრუნვით, ყურადღების გადატანა საკუთარი ინტერესებიდან სხვების ინტერესებზე სოციალური ვალდებულების შინაგანი განცდის,

გათავისებული მორალური ნორმების გამო. მორალური მონაწილეობის ქრილში სოციალური მისია შეიძლება იყოს ორიენტირებული როგორც საკუთარ თავზე, ასე გარშემომყოფებზე. პირველ შემთხვევაში წამყვანია სამართლიანობის შინაგანი განცდა, მეორე შემთხვევაში მნიშვნელობას იძენს აღიარება და პატივისცემა სხვების მხრიდანაც(Beugre, 2017).

2.2.3. დაგეგმილი ქცევის მოდელი

ინტუიტიურად გასაგებია, რომ განზრახვა (intention) მნიშვნელოვანია ადამიანის ქცევის (behavior) ანალიზისათვის, რადგან იგი მოქმედების უშუალო წინაპირობაა. როგორც ფსიქოლოგიური კონსტრუქტი იგი თავის თავში აერთიანებს მოქმედების სურვილს და რწმენას, რომ მოქმედების განხორციელება შესაძლებელია. განმარტებით იგი მიზნის და მიზნის მიღწევის საშუალებების (means - ends) შესახებ წარმოდგენათა ერთობლიობაა. ხაზგასასმელია, ერთი შეხედვით, ძალზედ შეუმჩნეველი, მაგრამ მეტად მნიშვნელოვანი განსხვავება „მოქმედების“ და „მოქმედების მცდელობის“ განზრახვას შორის (do or try to do). გონებაში მიზნის ჩამოყალიბება წინ უსწრებს მისი მიღწევის საშუალებათა - მოქმედებათა - განსაზღვრას. მაგალითად, ხშირია რომ ადამიანს სურს გააკეთოს რაიმე სოციალური პროექტი, თუმცადა ჯერ არ არის ჩამოყალიბებული რომელი და როგორ. მოქმედება მეწარმეობის კონტექსტში მიზანმიმართულ გადაწყვეტილებათა და ღონისძიებათა რთული ერთობლიობაა, შესაბამისად კავშირი განზრახვა-ქცევა (intention - behavior) მოიცავს მრავალ მიმართებას, არის კომპლექსური და ხანგრძლივი.

განზრახვა თავის მხრივ ფორმირდება სხვადასხვა დამოკიდებულების (attitude) გავლენით. დამოკიდებულება აქ უნდა გავიგოთ როგორც ადამიანის წარმოდგენა, შეხედულება ამა თუ იმ საკითხზე, სუბიექტურ მოსაზრებათა სიმრავლე სამყაროსა თუ საკუთარ თავზე, ის რისიც მას სჭერა, ის რასაც ანიჭებს უპირატესობას. ბიოგრაფიული და იდიოსინკრეტული იგი განისაზღვრება ადამიანის გამოცდილების, პიროვნული თავისებურებების, მოტივაციის თუ სხვა შინაგანი ფაქტორებისა და გარემოს რთული, არასწორხაზოვანი ურთიერთქმედებით მთელი ცხოვრების მანძილზე. იგი შეიძლება ევრისტიკული გააზრების პროდუქტს წარმოადგენდეს ან სულაც გაუცნობიერებელი იყოს, ეფუძნებოდეს საკუთარ მიგნებას ან იყოს დასწავლილი. ერთი სიტყვით, განზრახვა მედიატორია დამოკიდებულებასა და ქცევას შორის, გარემო ფაქტორები თუ სიგნალები არ ახდენენ პირდაპირ გავლენას ქცევაზე. დამოკიდებულება და განზრახვა ორ შუამავალ ფსიქოლოგიურ კონსტრუქტს წარმოადგენენ, განაპირობებენ რა ქცევის მთელ ვარიანტობას, როდესაც ერთი და იგივე სიგნალი სხვადასხვა ადამიანის სრულიად განსხვავებულ რეაქციას იწვევს (Krueger & Carsrud, 1993).

დაგეგმილი ქცევის მოდელები გვაგზავნის ამერიკელი სოციალური ფსიქოლოგების აისიკ აიზენისა და მარტინ ფიშბეინის ნაშრომებთან და ალბერტ შაპიროს ნაშრომებთან.

- აისიკ აიზენისა და მარტინ ფიშბეინის მიერ შემოთავაზებულ მოდელში განზრახვა, როგორც სამიზნე ქცევის პირდაპირი პრედიქტორი, განპირობებულია დამოკიდებულებათა სამი განსხვავებული ჯგუფით. პირველი ჯგუფი გულისხმობს სამიზნე ქცევის აღქმულ მიზიდველობას (perceived attractiveness of target behavior). ავტორები მიიჩნევენ, რომ უკანასკნელში უნდა გაერთიანდეს ქცევის მოსალოდნელი შედეგების მნიშვნელოვნება, ღირებულება ადამიანისათვის და მათი მიღწევის ალბათობა, დასაჯერობა ისე, როგორც იგი მას თავად აფასებს. მეორე ჯგუფი გულისხმობს აღქმულ სოციალურ ნორმებს (perceived social norms), რომლებიც აერთიანებენ ნორმატიულ სოციალურ მოთხოვნებსა და სურვილს დაიცვა ისინი. მესამე ჯგუფი კი გულისხმობს აღქმულ კონტროლს ქცევაზე (perceived behavioral control) - ადამიანის რწმენას, რომ იგი შეძლებს განახორციელოს სამიზნე ქცევა, გაუმკლავდება

დაგეგმილ ღონისძიებებს, განცდას, რომ მოვლენები მისი სურვილის მიხედვით განვითარდება. გარე ფაქტორების აღქმა და გააზრება არსებული გამოცდილების ქრილში განსაზღვრავს დამოკიდებულებათა ზემოთ აღნიშნულ სამ ჯგუფს. რაც უფრო მიმზიდველია ქცევა და მისი შედეგები, რაც მეტია სოციალურ ნორმებთან შესაბამისობა და განცდა, რომ მოვლენები კონტროლის ქვეშაა, მით უფრო გამოხატულია განზრახვა.

- ალბერტ შაპიროს მოდელი იმეორებს დიდ წილად ზემოთ განხილულ აიზენ-ფიშბენის მოდელის ძირითად ელემენტებს თუ არ ჩავთვლით მცირედ ტერმინოლოგიურ განსხვავებებს. კერძოდ, განზრახვა ავტორის კონცეპტუალიზაციაში წარმოდგენილია მეწარმის რწმენით, რომ წამოწყება საიმედოა (credibility). ეს უკანასკნელი ალბერტ შაპიროს მოდელში დამოკიდებულია სურვილზე (perceived desirability) და საქმის რეალისტურობის აღქმაზე (perceived feasibility). თუმცა ავტორს შემოაქვს მოდელში ახალი ცვლადი, რომელიც ნებელობით ფუნქციას ასახავს (propensity to act). ასევე ავტორი ამახვილებს ყურადღებას იმ გარემოებათა არსებობაზე, რომლებმაც განზრახვის შემთხვევაში შეიძლება მოახდინონ დამატებითი ბიძგი მოქმედებისაკენ ან პირიქით აღმოჩნდნენ დაბრკოლება.

მოდელი, რომელიც შემოთავაზებულია ამ მასალაში წარმოდგენილია „პერსპექტიულ კვლევათა სკოლის“ მკვლევარის ნორის კრუეგერისა და „აბოს აკადემიური უნივერსიტეტის“ მკვლევარის ალან კარსრუდის მიერ. იგი ზემოთ განხილული ორი მოდელის გარკვეულ კომპილაციას წარმოადგენს (დიაგრამა 5. დაგეგმილი ქცევის მოდელი). მოდელის თანახმად, სამეწარმეო ქცევის განზრახვა (intention toward entrepreneurial behavior, *I*) განპირობებულია დამოკიდებულებათა სამი ჯგუფით: სამეწარმეო ქცევის აღქმული მიმზიდველობა (perceived attractiveness of entrepreneurial behavior, *PA*); აღქმული სოციალური ნორმები სამეწარმეო ქცევის შესახებ (perceived social norms about entrepreneurial behavior, *PSM*); სამეწარმეო ქცევაზე კონტროლის აღქმა (perceived control for entrepreneurial behavior, *PC*). განზრახვა არის სამეწარმეო ქცევის (entrepreneurial behavior, *EB*) პრედიქტორი.

დამოკიდებულებათა აღნიშნული სამი ჯგუფის კონცეპტუალიზაცია შემდეგია:

- სამეწარმეო ქცევის აღქმული მიმზიდველობა, როგორც ზემოთ იქნა ნაჩვენები, წარმოადგენს ადამიანის სურვილს იმოქმედოს ან არა და ამომწურავად არის კონცეპტუალიზებული აიზენ-ფიშბენის მოდელში.
- აღქმული სოციალური ნორმები ასახავენ გადაწყვეტილების მიმღები პირისათვის რეფერენტული ადამიანების შეხედულებას მის სამეწარმეო ინიციატივაზე, გადაწყვეტილების შეფასებას მათ მიერ. გადაწყვეტილების მიმღები ცდილობს გაიგოს რას ფიქრობენ მის ინიციატივაზე ადამიანები, რომელთა აზრს ის ანგარიშს უწევს, და საბოლოო ჯამში იქმნის კიდევ წარმოდგენას ამ ადამიანების მოსაზრებებსა თუ შეფასებაზე. ეს წარმოდგენა სუბიექტურია და შეიძლება მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდეს იმისაგან, თუ რას ფიქრობენ რეფერენტული პირები სინამდვილეში, თუმცა გადაწყვეტილების მიმღები ხელმძღვანელობს სწორედ სუბიექტური წარმოდგენით. აღსანიშნავია, რომ აიზენ-ფიშბენის მოდელში, აღქმული სოციალური ნორმების კონცეპტუალიზაციაში, ყურადღება ეთმობოდა არა მხოლოდ ნორმატიულ მოთხოვნებს - წარმოდგენას რეფერენტული პირების

მოსაზრებებზე, - არამედ გადაწყვეტილების მიმღების სურვილს დაემორჩილოს ამ მოთხოვნებს, გაუწიოს მათ ანგარიში, იმოქმედოს მათთან შესაბამისობაში.

- ბოლოს სამეწარმეო ქცევაზე კონტროლის აღქმა ასევე ახლოს არის აიზენ-ფიშბენის კონცეპტუალიზაციასთან, თუმცაღა ავტორები ამახვილებენ ყურადღებას, რომ ეს უკანასკნელი სხვა არაფერია რა ალბერტ ბანდურას მიერ ბრწყინვალედ კონცეპტუალიზირებული „თვითფექტურობა“ და მასთან შინაარსობრივად ახლო ჯულიან როტერის „შინაგანი კონტროლის რწმენა“.ეს საკითხები განხილულია თავში „2.1.2 პერსონოლოგიური მიდგომა“.

ამასთან მოდელი ითვალისწინებს ისეთ გარემოებებს (მაგალითად, ეკონომიკური კლიმატი, დემოგრაფია თუ სხვა), რომლებმაც ჰიპოტეტურად შეიძლება უბიძგონ მეწარმეს შეიკავოს თავი მოქმედებისაგან ან პირიქით უბიძგონ იმოქმედოს, ისე როგორც ეს ალბერტ შაპიროს მიერ იქნა აღწერილი (*exogenous influences, EI*). ერთ სიტყვით განზრახვის შემთხვევაშიც გარემოებებს შეაქვთ თავისი წვლილი სამეწარმეო ქცევის როგორც დამოკიდებული ცვლადის ვარიაბელურობაში.

საბოლოო ჯამში, დაგეგმილი ქცევის თეორიის კრუეგერ-კარსრუდისეული მოდელი ამგვარია - სამეწარმეო ქცევის განზრახვა მით უფრო გამოხატულია რაც მეტია ამ ქცევის აღქმული მიმზიდველობა, რაც მეტად შეესაბამება იგი სოციალურ ნორმებს და რაც მეტია განცდა, რომ მოვლენები კონტროლის ქვეშაა $I = f(PA, PSN, PC)$. განზრახვასთან ერთად გარე ფაქტორები ახდენენ გავლენას ქცევაზე $EB = f(I, EI)$, შეუძლიათ რა დააბრკოლონ ან დააჩქარონ გადაწყვეტილება (Krueger & Carsrud, 1993).

2.3. სოციალური მეწარმის კომპეტენცია

2.3.1. სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო

ბიქვევიორისტული, პერსონოლოგიური და კოგნიტივისტური მიდგომა, სამეწარმეო მოტივაცია, დაგეგმილი ქცევის მოდელი, რომელიც განხილულ იქნა ზემოთ, მეტად მნიშვნელოვანია გამოყენებითი თვალსაზრისით, რადგან სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩოს გააზრებისა და განსაზღვრის საშუალებას იძლევა. სამეწარმეო კომპეტენცია განიმარტება როგორც სპეციფიკური უნარ-ჩვევებისა და ცოდნა-გამოცდილების ნაერთი, რომელიც სამეწარმეო როლის ჯეროვნად შესრულების აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს და გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს საწარმოს შექმნისა და განვითარების საქმეში (Mitchelmore & Rowley, 2010). სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო შეიძლება წარმოდგენილ იქნას როგორც მინიმალური მისაღები კომპეტენციით, რომელიც საკმარისია მხოლოდ საქმის ინიცირებისა და საწარმოს შექმნისათვის, ასევე ფართო წრის კომპეტენციათა გავრცობილი ერთობლიობით, რაც აუცილებელია საწარმოს განვითარების და საქმის გამორჩეულად შესრულებისათვის (Bird, 1995).

ჰონგ-კონგის პოლიტექნიკური უნივერსიტეტის მართვის განყოფილების მკვლევარი თომას მანი მრავალი ლიტერატურული წყაროს გაერთიანების საფუძველზე სთავაზობს მკითხველს სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩოს (Man, Lau, & Chan, 2002) ერთ-ერთ ვერსიას. იგი ცხრილის სახით არის მოცემული.

კომპეტენცია	განმარტება
შესაძლებლობათა ძიება აღმოჩენა	მუდმივი სამეწარმეო ძიების პროცესში შესაძლებლობათა აღმოჩენისათვის მზაობა და მათი კაპიტალიზაცია.
ურთიერთობის უნარი	აერთიანებს მრავალ განსხვავებულ უნარს, რომელიც ეხმარება მეწარმეს მართოს ურთიერთობები როგორც ცალკეულ ადამიანებთან, ასევე ჯგუფთან. ეს არის უნარი დაამყაროს კონტაქტი, მოიპოვოს ნდობა, დაარწმუნოს, ითანამშრომლოს, აწარმოოს ეფექტური კომუნიკაცია.
კონცეპტუალური უნარი	მრავალი განსხვავებული უნარი, რომელიც ეხმარება ადამიანს აღიქვას, გაიაზროს და გამოიყენოს გადაწყვეტილების პროცესში კომპლექსური ინფორმაცია, მართოს რისკი, დანერგოს სიახლეები.
საორგანიზაციო უნარი	აერთიანებს, როგორც ფიზიკური რესურსების, საწარმოო პროცესების ორგანიზების უნარს, ასევე ადამიანების მართვის უნარს, მათ შორის გუნდის ფორმირებისა და განვითარების უნარს.
სტრატეგიული აზროვნება	სტრატეგიული მართვის უნარი ამ ტერმინის ყველაზე ფართო გაგებით.
საქმის ერთგულება	უნარი გააგრძელო საქმე დაბრკოლებებისა და წინააღმდეგობის მიუხედავად.

შესამჩნევია, რომ მოცემულ კომპეტენციათა ჩარჩოში მრავალი ელემენტი (უნარი, უნართა ერთობლიობა) ასევე დამახასიათებელია ადმინისტრაციული მუშაკისათვის, მაგალითად, ორგანიზება, და ლიდერისათვის, მაგალითად, სტრატეგიულია აზროვნება და გუნდის ფორმირება.

ასევე საინტერესოა ვალენსიის უნივერსიტეტის ბიზნეს ადმინისტრირების განყოფილების მკვლევარის დოლორეს გარსონის მიერ შემოთავაზებული კომპეტენციათა ჩარჩო (Garzon, 2010). თეორიული თვალსაზრისით დოლორეს გარსონის ნაშრომი დიდ წილადაა განპირობებული დევიდ მაკლელანდის მიერ სამოციან წლებში ჩატარებული სამუშაოთი სამეწარმეო პერსონალურ კომპეტენციებზე (personal entrepreneurial competencies, PEC) და პარადიგმით, რომლითაც ხელმძღვანელობდა გამოჩენილი მკვლევარი - მეწარმე პერსონალურ კომპეტენციათა მატარებელია და საწარმოს წარმატება დამოკიდებულია ამ კომპეტენციათა ხარისხსა და მრავალფეროვნებაზე. ავტორი გვთავაზობს კომპეტენციათა სამ კლასტერს, ყოველი კლასტერი წარმოდგენილია კომპეტენციათა ორი ან სამი ჯგუფით. თითოეული ჯგუფი აერთიანებს სამ კომპეტენციას, რომლებიც მეწარმისათვის დამახასიათებელ ქცევას აღწერენ. დოლორეს გარსონის მოდელი წარმოდგენილია ცხრილის სახით.

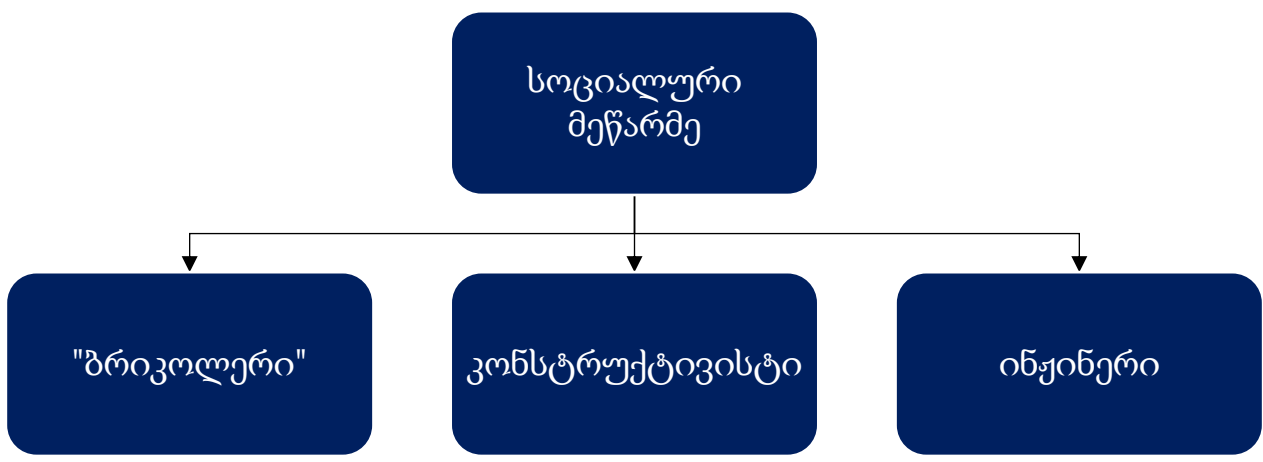
პერსონალურ სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო	
1. მიღწევათა კლასტერი	
1.1. შესაძლებლობათა ძიება და ინიციატივა	
1.1.1. მოქმედებს საკუთარი ინიციატივით, მანამ სანამ ვინმე სთხოვს ან რაიმე აიძულებს იმოქმედოს	
1.1.2. ისწრაფვის გააფართოვოს საქმე გეოგრაფიის ან ახალი პროდუქტის ხარჯზე	
1.1.3. ეძებს და ეჭიდება ნებისმიერ შესაძლებლობას აწარმოოს საქმე, მოიპოვოს რესურსები	
1.2. რისკისადმი მზვიდი დამოკიდებულება (Risk Taking)	
1.2.1. აფასებს რისკს და მოქმედების სხვადასხვა ალტერნატივას	
1.2.2. აკეთებს ყველაფერს, რომ შეამციროს რისკი	
1.2.3. ისწრაფვის იმოქმედოს ზომიერი გამოწვევებისა და საფრთხის შემცველ ვითარებაში	
1.3. ხარისხისა და ეფექტურობის მოთხოვნა	
1.3.1. ეძებს და პოულობს გზას აწარმოოს პროდუქცია უფრო სწრაფად, იაფად, უკეთესად	
1.3.2. ცდილობს იმოქმედოს საუკეთესო სტანდარტების შესაბამისად	
1.3.3. ქმნის და ნერგავს ბიზნეს პროცედურებს	
1.4. შეუპოვრობა	
1.4.1. იღებს გადაწყვეტილებებს და მოქმედებს რთულ ვითარებაშიც	
1.4.2. მოქმედებს კიდევ და კიდევ ან პოულობს შემოვლით გზას, რათა გადალახოს დაბრკოლება	
1.4.3. იღებს პირად პასუხისმგებლობას შედეგზე	
1.5. საქმის ერთგულება	
1.5.1. მზად არის მსხვერპლიც კი გაიღოს და გაწიოს განსაკუთრებული ძალისხმევა საქმისათვის	
1.5.2. მუშაობს დაქვემდებარებულებთან ერთად ან მზადაა ჩაანაცვლოს ისინი, თუ საქმე ითხოვს	
1.5.3. ანგარიშს უწევს მომხმარებლის კმაყოფილებას და ორიენტირებულია გრძელვადიან მიზანზე	

პერსონალურ სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო	
2.	დაგეგმვის კლასტერი
2.1.	ინფორმაციის ძიება
2.1.1.	თავად აგროვებს ინფორმაციას გამუდმებულ ინტერაქციაში ყველა დაინტერესებულ მხარესთან
2.1.2.	მუდამ სწავლობს და პირადად „იკვლევს“ პროდუქტისა და პროცედურის გაუმჯობესების გზას
2.1.3.	აძლევს რჩევებს ტექნიკურ ექსპერტებს სამუშაოს შინაარსობრივ საკითხებზე
2.2.	მიზნების დასახვა
2.2.1.	სახავს მიზნებს, რომლებსაც პირადი მნიშვნელობა გააჩნიათ და წარმოადგენენ გამოწვევას
2.2.2.	სახავს მიზნებს გრძელვადიან პერსპექტივაში
2.2.3.	სახავს მოკლევადიან საოპერაციო ამოცანებს
2.3.	დაგეგმვა, მონიტორინგი და შეფასება
2.3.1.	პირადად არის დაკავებული სამუშაოს დანაწევრებით ღონისძიებებად
2.3.2.	განსაზღვრავს შესრულების სტანდარტებსა და მაჩვენებლებს
2.3.3.	მუდამ ახდენს გეგმის გადახედვასა და სრულყოფას მიღწეული შედეგების გათვალისწინებით
3.	ძლაუფლების კლასტერი
3.1.	დარწმუნება და კავშირები
3.1.1.	იყენებს ყველა გზას და ხერხს დარწმუნებისათვის
3.1.2.	სწორად იყენებს ადამიანებს მიზნების მისაღწევად
3.1.3.	მუდამ ანვითარებს საქმიან კონტაქტებს
3.2.	დამოუკიდებლობა და საკუთარი თავის რწმენა
3.2.1.	ყველაფერს აკეთებს, რათა თავი დააღწიოს სხვა ადამიანების დიქტატს ან თავსმოხვეულ წესებს
3.2.2.	იცავს საკუთარ აზრს კრიტიკის ან წარუმატებლობის მიუხედავად
3.2.3.	დარწმუნებულია, რომ შესწევს უნარი წარმატებით გადაჭრას რთული ამოცანები

მართალია, თომას მანის და დოლორეს გარსონის მიერ შემოთავაზებულ კომპეტენციათა ჩარჩოს შორის ბევრი მსგავსებაა, უკანასკნელი საინტერესოა დეტალიზაციით, მკაფიო სტრუქტურით და კომპეტენციათა ფორმულირებით ქცევითი აქტის, მოქმედების სახით.

2.3.2. მეწარმეთა განსხვავებული ტიპები

შეიკვრ ზარა მინესოტას უნივერსიტეტის კარლსონის მართვის სკოლიდან თანაავტორებთან ერთად სთავაზობს მკითხველს მეწარმეთა ტიპოლოგიას. ტიპოლოგია რამდენიმე განზომილების მეშვეობით არის შექმნილი: რამდენად ტრანსფორმაციულია თეორიული ჩარჩო, როგორია საქმიანობის მასშტაბი, მნიშვნელობა და გავლენა საზოგადოებაზე, რა შეზღუდვები არსებობს. ამ განზომილებათა გათვალისწინებით ავტორები მეწარმის სამ ტიპს გამოყოფენ: სოციალური „ბრიკოლერი (bricoleur)“; სოციალური კონსტრუქტივისტი; სოციალური ინჟინერი.



სოციალური „ბრიკოლერი (Bricoleur)“. ფრანგული სიტყვა bricoleur -ის ზუსტი თარგმანია „ოსტატი“, „ხელმარჯვე ადამიანი“. ნიშანდობლივია, რომ ხელოსნისაგან ტრადიციული გაგებით ან ინჟინერისაგან განსხვავებით „ბრიკოლერი“ იყენებს მხოლოდ ხელთ არსებულ მასალასა თუ იარაღებს, იმას რაც იქვე, ადგილზე მოეპოვება. სიტყვა bricoleur -ისაგან წარმოებული bricolage-ი კი მისაწვდომი მასალისაგან რაიმე პროდუქციის შექმნას ნიშნავს. თუმცაღა იგი საკმაოდ ფართო გაგებით გამოიყენება და აღნიშნავს იმპროვიზაციას, რომელსაც ადამიანი მიმართავს საქმიანობის დროს, რაიმე მოულოდნელ მოძრაობას, მაგალითად, ცხენის გვერდზე გახტომას დაბრკოლების გადალახვის დროს, ბურთის მოულოდნელ მოძრაობას თამაშისას და სხვა. კლოდ ლევი-სტროსი „ბრიკოლაჟის“ სემანტიკას აფართოვებს ზოგადი ფილოსოფიური კატეგორიის დონემდე. სოციალურ ფსიქოლოგიასა და მითოლოგიაში იგი ასე აღნიშნავს გადაწყვეტილებებს, რომლებიც საზოგადოების კოლექტიური ცნობიერი რესურსების გამოყენებით იქმნება: „ჩვენს დროში ბრიკოლერი ისაა, ვინც იყენებს მის ხელთ არსებულ საშაულებებს, განსხვავებით რომელიმე სპეციალისტისაგან. მითოლოგიური აზროვნების თავისებურებაც ისაა, რომ გამოხატო საკუთარი თავი მეტად მრავალფეროვანი, თავისებური, მაგრამ, როგორც არ უნდა ითქვას, შეზღუდული რეპერტუარის მეშვეობით. გინდა არ გინდა

ანგარიშგასაწევია - რა ამოცანას არ დაისახავ, ხელმისაწვდომი სხვა არაფერი მასალაა (Levi-Strauss, 1966).“

შეიკერ ზარას კონცეპტუალიზაციაში მეწარმე „ბრიკოლერი“ არის ლოკალური კონტექსტის - ადგილობრივი თავისებურებების, ადამიანების, სოციალური ლანდშაფტის - სწორუპოვარი მცოდნე. ერთის მხრივ ის რაც მან იცის, უცნობია გარე სამყაროსათვის, რადგან მისი ცოდნა ადგილობრივი თავისებურებების ცოდნაა, რის შესახებ წერდა ფრიდრიხ ჰაიეკი (Hayek, 1945). მეორეს მხრივ, რომ არა „ბრიკოლერი“ ეს ცოდნა არ იარსებებს, რადგან იგი სიტყვით გამოუთქმელი და ნაგულისხმევი უფროა, ვიდრე ვერბალიზებული. მისი შესწავლა შეიძლება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ადამიანი ცხოვრობს მოცემულ ადგილას და პირადი გამოცდილების ფორმით ახდენს მის კონსტრუირებას. იგი ძნელად ექვემდებარება კოდიფიცირებას და ტრანსფერს, შეუძლებელია მისი სრულფასოვანი კომუნიკაცია. როდესაც ადამიანი გადასცემს ამ ცოდნას აუტსაიდერს, იკარგება ყველაზე მნიშვნელოვანი კონოტაციები. შეიარაღებული ამ ცოდნით „ბრიკოლერი“ აღმოაჩენს შეუმჩნეველ და უცნობ სოციალურ პრობლემებს ლოკალური კონტექსტის ქსოვილში, იქ სადაც მათი აღმოჩენა სხვა გზით შეუძლებელია, იქ სადაც უძღურია შესწავლის ფორმალური მეთოდები. რომ არა „ბრიკოლერი“, ეს პრობლემები რჩება უპასუხოდ, რადგან მართალია კვლავ ლოკალურ მასშტაბში, მაგრამ იგი თავადვე ცდილობს და პოულობს, თუ შეიძლება ასე ითქვას, იოსტატებს რაიმე მისაღებ გადაწყვეტილებას.

შეიკერ ზარას მოჰყავს პერუს რესპუბლიკის, დედაქალაქიდან ჩრდილოეთით მდებარე ქალაქ ჩიკლაიოში მცხოვრები ერთ-ერთი სოციალური მეწარმის ოსვალდო ტელლოს²³ მაგალითი. ოსვალდო ტელოს ორგანიზაცია ცდილობს სიღარიბესთან ბრძოლას. სოციალურ მეწარმეობამდე იგი მუშაობდა ბანკში და კარგად არის გათვითცნობიერებული რეგიონში მოქმედი მიკროსაფინანსო ინსტიტუტების საქმიანობასა და პროდუქტებში, ადგილობრივი მიკრო-ბიზნესის მფლობელებისათვის ხელმისაწვდომ მიკროსესხის ფორმებში. იგი უკმაყოფილოა მიკროსესხის სიტემით, მიიჩნევს, რომ სახეზეა მრავალი ნაკლოვანება და მიკრო-ბიზნესის მფლობელი მრავალ სირთულეს აწყდება. ალტერნატივის სახით ის სთავაზობს მიკრო-ბიზნესის მფლობელებს მიკრო-ფრანჩაიზინგსა და ვენჩურული კაპიტალით დაფინანსების სქემას. ოსვალდო ტელლომ იცის ამ მოდელების შესახებ პუბლიკაციებიდან. იმისათვის, რომ ადგილობრივი მიკრო-ბიზნესის მფლობელებმა მოიპოვონ ფრანჩიზა და /ან ვენჩურული კაპიტალი ოსვალდო ტელლო იყენებს ყველაფერს, რაც კი შეიძლება, მათ შორის ნაცნობებს დედაქალაქში, პირად კავშირებს თუ სხვა. მისი საკონსულტაციო ჯგუფი წარმოდგენილია პენსილვანიის უნივერსიტეტის ვარტონის სკოლის სტუდენტით და შეერთებულ შტატებში მცხოვრები ფილანთროპით, რომელსაც ჰქონდა გარკვეული შეხება ვენჩურულ კაპიტალთან (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009).

სოციალური კონსტრუქტივისტი. სოციალური კონსტრუქტივისტი წარმოადგენს მეწარმის ტიპს, რომელიც „ბრიკოლერის“ მსგავსად ცდილობს უპასუხოს უგულებელყოფილ პრობლემებს,

²³ ოსვალდო ტელლო (Oswaldo Tello) - სოციალური მეწარმე, ლოკალური ორგანიზაციის North Peru Investment Corporation -ის დამფუძნებელი, <https://www.changemakers.com/users/oswaldo-tello>

მაგრამ არა ლოკალურ, არამედ რეგიონულ, ეროვნულ ან სულაც გლობალურ დონეზე. ფართო გეოგრაფია და მასშტაბი ითხოვს უნივერსალურ გადაწყვეტილებებსა და მოდელებს. სოციალური კონსტრუქტივისტი ინოვატორია კირშნერისეული გაგებით: „...სისტემური ცვლილება მიზანსა და საშუალებებთან დაკავშირებით (Kirzner, 1973).“ თუ „ბრიკოლერი“ იყენებს ლოკალური კონტექსტის ცოდნას, რათა გადმოიტანოს და გამოიყენოს ამ კონტექსტში ესა თუ ის ინოვაციური მოდელი, რომელმაც აჩვენა ეფექტურობა, სოციალური კონსტრუქტივისტი თავად მოგვევლინება ამგვარი მოდელის შემქნელად. მისი ამოცანაა მოიძებნოს და შემუშავდეს ახალი სისტემური მოდელი, ფორმალური გადაწყვეტილება რომელიც გენერიკულია, რომლის გამოყენება შეიძლება მრავალ განსხვავებულ კონტექსტში(Grant, 1996). ამგვარი ინოვაციები მნიშვნელოვანია, რათა შეივსოს სოციალურ სისტემაში არსებული „ნაპრალები.“ სოციალური კონსტრუქტივისტი აქ „ორთქლის გამშვები სარქველის“ როლსაც თამაშობს, ამცირებს რა სოციალურ დაძაბულობას, ნეგატიურ განწყობას და ხელს უწყობს საზოგადოებაში უფრო ჰარმონიულ ურთიერთობას, არსებული სოციალური სისტემის წონასწორობას.

შეიკერ ზარას მოჰყავს ფონდ „აკუმენის“ დამფუძნებლის ჟაკლინ ნოვოგრატცის მაგალითი: “იმისათვის, რომ დავხმაროთ ღარიბებს, ჩვენ უნდა შევექმნათ ბიზნეს მოდელები, რომლებსაც აქვთ მასშტაბის პოტენციალი, რომლებიც იმუშავებენ აფრიკაში, ინდოეთში, მთელ განვითარებად სამყაროში(Novogratz, TED Global, 2005).” 2007 წელს TED Global -ზე გამოსვლისას ჟაკლინ ნოვოგრატცი ყვება აფრიკაში, კენიაში განხორციელებულ პროექტზე, სადაც ვენჩურული კაპიტალის მეშვეობით მოხერხდა გადამამუშავებელი საწარმოს Advanced Bio-Extracts Limited -ის დაფუძნება. საწარმოში ხდება ერთწლიანი ავშანის გადამამუშავება და მიიღება ნივთიერება არტიმიზინი. იგი შედის მალარიის საწინააღმდეგო პრეპარატების შემადგენლობაში. ნედლეულს საწარმოს 7,500 მიკრო-ფერმა აწვდის, რაც 50,000 დასაქმებულ ადამიანს ნიშნავს. ერთწლიანი ავშანის რეალიზაციიდან მიღებული მოგება სამი-ოთხჯერ აღემატება ტრადიციული კულტურების რეალიზაციით მიღებულ მოგებას. არტიმიზინს საწარმო ფარმაკოლოგიურ გიგანტ Novartis -ს აწვდის, ისევე არის მეწილე ვენჩურულ კაპიტალში(Novogratz, 2007).

სოციალური ინჟინერი. თუ სოციალური „ბრიკოლერიცა“ და სოციალური კონსტრუქტივისტიც, რომლებიც ისწრაფვიან უპასუხონ ტრადიციული ინსტიტუტების მიერ უგულებელყოფილ პრობლემებს, განსხვავებული ხერხებითა და მასშტაბით, მაგრამ ხელს უწყობენ არსებული სოციალური სისტემის წონასწორობას, სოციალური ინჟინერი თავად ამ სისტემის ინსტიტუციურ საფუძვლებს აყენებს ეჭვის ქვეშ და იბრძვის მათი რეფორმისათვის. ის მოქმედებს, როგორც ცვლილების აგენტი შუმპეტერისეული გაგებით: „... შემოქმედებითი დესტრუქციის შტორმი (Schumpeter, 1942).“ სოციალური ინჟინერის როლი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, როდესაც არსებული სისტემა შეიცავს ძირეულ ხარვეზებს ან არასიცოცხლისუნარიანია, როდესაც დიდი ძალაუფლების მქონე წრეები და მათთან ასოცირებული კლიენტურა ხელს უშლის პროგრესს ან ეწინააღმდეგება ამა თუ იმ უარყოფითი პრაქტიკის აღმოფხვრას საკუთარი ინტერესების სასარგებლოდ. ვინაიდან საკითხები რომლებზეც სოციალური ინჟინერი იერიშს მიიტანს (attack) ფართო და სისტემურია, ცვლილებათა გავლენა საზოგადოებრივ ცხოვრებაზე ყველასათვის შესამჩნევია. სოციალური ინჟინერის გადაწყვეტილებები ხშირად იდეოლოგიურ ხასიათს ატარებს. დამკვიდრებულ ინსტიტუტებთან თუ გავლენიან ჯგუფებთან დაპირისპირება მათი მხრიდან მძაფრი რეაქციის საგანი ხდება. ამ დაპირისპირებაში მათ შეიძლება მრავალ ხერხს

მიმართონ, ვთქვათ, ეცადონ ექვის ქვეშ დააყენონ სოციალური ინჟინერის ლეგიტიმაცია. ამიტომ სოციალური ინჟინერი საჭიროებს ფართო საზოგადოებრივ მხარდაჭერას (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009).

მაგალითის სახით შეიქვერ ზარა განიხილავს ბანგლადეშელ სოციალურ მეწარმეს, ეკონომისტს, მიკროსაფინანსო კრედიტის კონცეფციის შემქმნელს, 2006 წლის ნობელის პრემიის ლაურეატს მუჰამედ იუნუსს. TEDx Viena -ზე 2012 წლის გამოსვლაში მუჰამედ იუნუსი ამბობს: „ხშირად მეკითხებოდნენ, როგორ მოახერხე ამ საქმის აწყობა? ეს წესები, პროცედურები... ყველაფერი ესე კარგად მუშაობს რთულ ვითარებაშიც კი. მე ვპასუხობდი, რომ რთული არაფერია. მე ვაკვირდებოდი, როგორ მოქმედებენ ტრადიციული ბანკები და მათ საპირისპიროდ ვიქცეოდი... ესაა და ეს! ერთ-ერთმა ბანკირმა ერთხელ მითხრა: "იუნუს შენ გადააბრუნე მთელი საბანკო ინდუსტრია!" მე ვუპასუხე: "რა თქმა უნდა. ის ყირაზე დგას და მინდა ფეხზე დავაყენო!" (Yunus, 2016).“

სოციალური „ბრიკოლერი“, სოციალური კონსტრუქტივისტი და სოციალური ინჟინერის შედარებითი დახასიათება მოცემულია ცხრილის სახით ქვემოთ:

ნიშანი	„ბრიკოლერი“	კონსტრუქტივისტი	სოციალური ინჟინერი
მასშტაბი	ლოკალური მასშტაბი	ფართო მასშტაბი (რეგიონული, ეროვნული, გლობალური)	ფართო მასშტაბი (რეგიონული, ეროვნული, გლობალური)
პრობლემათა ცოდნა	უგულებელყოფილ ლოკალურ პრობლემათა ცოდნა	უგულებელყოფილ პრობლემათა ცოდნა	პრობლემათა ცოდნა, რომელიც ვერ გადაწყდება არსებულ სისტემაში
მიდგომა	არსებული სოციალური სისტემის ჰარმონიზაცია, გაუმჯობესება	არსებული სოციალური სისტემის ჰარმონიზაცია, გაუმჯობესება	არსებული სოციალური სისტემის რეფორმა, ტრანსფორმაცია
გადაწყვეტილება	ადგილის სპეციფიკაზე არსებულ გადაწყვეტილებათა მორგება	უნივერსალურ გადაწყვეტილებათა ძიება მათი ექსტრაპოლაციისათვის	უნივერსალურ გადაწყვეტილებათა ძიება
ლეგიტიმაციის საკითხი	არ მოდის წინააღმდეგობაში არსებულ კანონსა და ნორმებთან	მცირედი წინააღმდეგობა არსებულ ლეგალურ ჩარჩოსთან	ლეგიტიმაციის საკითხის მძაფრი ფორმით დაყენება

3. სოციალური საწარმო

3.1. სოციალური საწარმოები ევროკავშირის ქვეყნებში

3.1.1. სოციალური საწარმოს განმარტება ევროკომისიის მიერ

ევროკომისიის მიერ შემოთავაზებული სოციალური საწარმოს განმარტების მიხედვით, სოციალური საწარმოები წარმოადგენენ ორგანიზაციებს, სადაც სოციალური ხასიათის მიზნები შერწყმულია სამეწარმეო სულისკვეთებასთან. ამ ტიპის ორგანიზაციები ოპერირებენ სოციალურ ეკონომიკაში და ორიენტირებული არიან გადაჭრან სოციალური ამოცანები მეტად, ვიდრე იპოვონ მოგება (European Commission). სოციალური განზომილება გულისხმობს გამოხატულ ცალსახა სოციალურ მიზანს, რაც განასხვავებს ამ ტიპის ორგანიზაციებს ბიზნეს ორგანიზაციებისაგან. სამეწარმეო განზომილება გულისხმობს რეგულარულ მონაწილეობას ეკონომიკურ საქმიანობაში, რაც განასხვავებს ამ ტიპის ორგანიზაციებს არა-კომერციული სამოქალაქო ორგანიზაციებისაგან.

თუმცა ამ უკვე ნაცნობ პარადიგმაში, სადაც სოციალური საწარმო სოციალური მისიისა და სამეწარმეო დისციპლინის თავისებურ ნაერთს წარმოადგენს, ევროკომისიის მასალებში მოცემულია მესამე და მეტად მნიშვნელოვანი განზომილება - მმართველობითი სტრუქტურა. ამ ტიპის ორგანიზაციებისათვის დამახასიათებელია მართვის ანგარიშვალდებული და გამჭვირვალე სტრუქტურა, რომელშიც დაცულია თანამონაწილეობისა და ჩართულობის პრინციპები. ამგვარი სტრუქტურა არის ასე ვთქვათ „სოციალური მიზნის მცველი“ და წარმოადგენს ერთგვარ გარანტიას, საიმედო მექანიზმს, რომ აღმასრულებელი ხელმძღვანელების გადაწყვეტილებები მიმართულია ამ მიზნის მისაღწევად. სწორედ ეს განზომილება უნდა განასხვავებდეს სოციალურ საწარმოს სხვა ტიპის არა-კომერციული თუ ბიზნეს ორგანიზაციებისაგან ყველაზე მკაფიოდ (Wilkinson, 2015).

ცხრილი მოცემულია ქვემოთ შექმნილია აღნიშნული თეორიული ჩარჩოს საფუძველებზე:

სოციალური განზომილება	სამეწარმეო განზომილება	მმართველობითი თავისებურებანი
უმთავრესი მნიშვნელობა ენიჭება მკაფიოდ განსაზღვრულ სოციალურ მიზანს	პროდუქციის და /ან მომსახურების უწყვეტი წარმოება და რეალიზაცია	ლიმიტები მოგების განაწილებაზე, რაც სოციალური მიზნის პრიორიტეტულობას ამტკიცებს; დამოუკიდებელობა სახელმწიფოსა და სხვა ორგანიზაციებისაგან; დემოკრატიული მმართველობა, რომელიც ხასიათდება მონაწილეობითი გადაწყვეტილების მიღების წესით.

ერთი სიტყვით, ტერმინში სოციალური მეწარმეობა ევროკომისია აერთიანებს შემდეგი ტიპის ორგანიზაციებს:

- ვისთვისაც სოციალური თუ საზოგადოებრივი მიზანი წარმოადგენს კომერციული საქმიანობის მიზებს, ხშირად მაღალ დონის სოციალური ინოვაციების ფორმით;
- ვისი მოგება ნაწილდება ამ სოციალური მიზნის მისაღწევად;
- როდესაც ორგანიზების მეთოდი ან საკუთრების სტრუქტურა ასახავს საწარმოს მისიას, დემოკრატიულ ან მონაწილეობით პრინციპებს, სოციალურ სამართლიანობას.

3.1.2. სოციალურ საწარმოთა სამართლებრივი ფორმები

ერთიანი სამართლებრივი ფორმა სოციალური საწარმოებისათვის არ არსებობს. ნაწილი კოოპერატივის სახით ფუნქციონირებს, ნაწილი კერძო კომპანიებს წარმოადგენს, ნაწილი კი არამომგებიან საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს, როგორცაა ასოციაციები, ნებაყოფლობითი გაერთიანებები, საქველმოქმედო ორგანიზაციები თუ ფონდები, რომლებიც სისტემატიურად ეწევიან ეკონომიკურ აქტივობას (European Commission). მაგალითად გაერთიანებულ სამეფოში²⁴ ეს უმეტეს წილად ბიზნეს კომპანიები. პორტუგალიაში, ესპანეთში, საფრანგეთში, ჩეხეთში, უნგრეთში, ხორვატიაში და საბერძნეთში ისინი როგორც წესი კოოპერატივის სამართლებრივი ფორმით არსებობენ. ბელგიაში, შვედეთში, ფინეთში, ლიტვაში, სლოვაკეთსა და სლოვენიაში გააჩნიათ სპეციალური სამართლებრივი ფორმა. იტალიაში გვხვდებიან როგორც კოოპერატივის სახით, ასევე სარგებლობენ სპეციალური სამართლებრივი ფორმით.

ევროკავშირის 29 ქვეყნიდან მხოლოდ 20 ქვეყნის კანონმდებლობა ან ეროვნული პოლიტიკის რომელიმე დოკუმენტი გთავაზობს სოციალური მეწარმეობის ნაციონალურ განმარტებას. ამ ოც სახელმწიფოში გავრცელებულ წარმოდგენათა შორისაც სახეზეა გარკვეული ვარიანტები. მაგალითად, 6 ქვეყნის კანონმდებლობა არ ითვალისწინებს სპეციფიკურ მოთხოვნებს გამჭვირვალე და ანგარიშგაღებულ მმართველობის მიმართ. მხოლოდ იტალიასა და პორტუგალიაში კანონმდებლობა ითხოვს სოციალურ საწარმოთა დამოუკიდებლობას, როგორც სახელმწიფო, ასევე სხვა ორგანიზაციებისაგან. პოლონეთში, ლიტვაში, ფინეთში, შვედეთსა და სლოვაკეთში სოციალური მეწარმეობა განსაზღვრულია უკიდურესად ვიწროდ - მხოლოდ ის ორგანიზაციები, რომლებიც მუშაობენ შრომით ინტეგრაციაზე (მონყვლადი ჯგუფების რეაბილიტაცია-რესოციალიზაცია და დასაქმების ხელშეწყობა).

გერმანიას, ფინეთს, პოლონეთსა და გაერთიანებულ სამეფოს გააჩნიათ სოციალურ საწარმოთა სერტიფიცირების სპეციალური სქემა. სერტიფიცირება მნიშვნელოვანია სოციალურ საწარმოთა იდენტიფიკაციისათვის, ასევე ატარებს გარკვეულ ვიზუალურ დატვირთვას (Wilkinson, 2015).

²⁴ Joint Statement by Martin Schulz, President of the European Parliament, Donald Tusk, President of the European Council, Mark Rutte, Holder of the Presidency of the Council of the EU, Jean-Claude Juncker, President of the European Commission [http://europa.eu/rapid/press-release STATEMENT-16-2329 en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_STATEMENT-16-2329_en.htm)

3.1.3. სოციალურ საწარმოთა კლასიფიკაცია

მიუხედავად სოციალურ საწარმოთა საქმიანობის დიდი მრავალფეროვნებისა, საქმიანობის ბუნების მიხედვით ოთხ ძირითად ტიპს გამოყოფენ ((European Commission)):

- შრომითი ინტეგრაცია. მონყვლადი ჯგუფების წარმომადგენელთა მომზადება დამოუკიდებელი შრომითი საქმიანობისათვის ან შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა დასაქმება და ეკონომიკური რესოციალიზაცია;
- სოციალური მომსახურება. ჯანმრთელობის დაცვა და სამედიცინო დახმარება, სკოლამდელი განათლება და ბავშვზე ზრუნვა, ხანდაზმული ადამიანების მოვლა ან დახმარების გაწევა, ნარკოტიკული საშუალებებისა და ალკოჰოლის მომხმარებელთა რეაბილიტაცია-რესოციალიზაცია, ყოფილი პატიმრების რეინტეგრაცია და მრავალი სხვა მსგავსი.
- ადგილობრივი განვითარება. სოციალური საწარმოები, რომლებიც აწარმოებენ საქმიანობას მოშორებული მდებარეობის სოფლებში, ურბანული განვითარება და რეაბილიტაცია, განვითარების სფერო მესამე ქვეყნებში.
- სხვა. ნარჩენების გადამუშავება, გარემოს დაცვა, სპორტი, ხელოვნება, კულტურა ან ისტორიული მემკვიდრეობის შენარჩუნება, მეცნიერება, კვლევა და ინოვაცია, მომხმარებელთა უფლებების დაცვა და სამოყვარულო სპორტი თუ სხვა მსგავსი.

3.1.4. დაფინანსების წყაროები ევროკავშირში

ევროპის ქვეყნებში მოქმედი სოციალური საწარმოების ბიზნეს მოდელი შემოსავლის გენერირების ჰიბრიდულ ფორმას წარმოადგენს. ისინი სარგებლობენ შემოსავლის, როგორც საბაზრო, ასევე არა-საბაზრო წყაროებით. მაგალითისათვის, საბაზრო წყაროები მოიცავს საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციას კერძო ან საჯარო სექტორში. არა-საბაზრო წყაროები კი წარმოდგენილია მთავრობის სუბსიდიებითა და გრანტებით, კერძო შემოწირულობებით, არაფულადი შემოწირულობებით, როგორცაა მოხალისეთა ნებაყოფლობითი მუშაობა და სხვა.

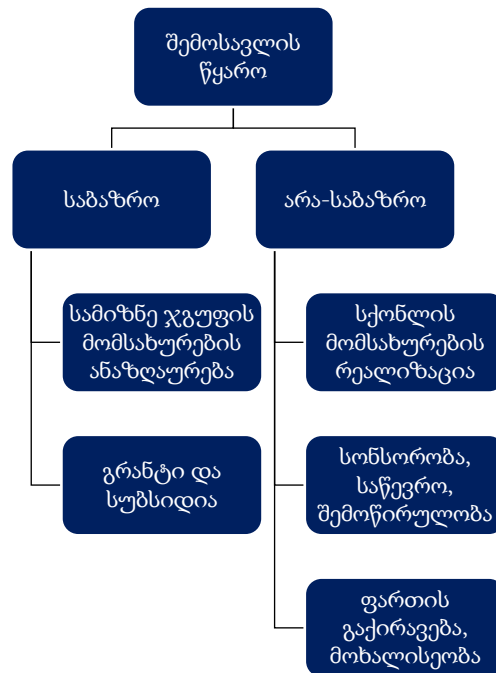
არა-საბაზრო შემოსავლის წყაროები წარმოდგენილია შემდეგი ფორმებით:

- კვაზი-ბაზარი. სოციალური საწარმო მომსახურებას უწევს სამიზნე ჯგუფს, ხოლო შესაბამისი საჯარო უწყება ახდენს ამ მომსახურების ანაზღაურებას სხვადასხვა სახით იქნება ეს გაუჩერე, სოციალური დაცვა, სადაზღვეო სისტემა თუ სხვა .
- სუბსიდია ან გრანტი. გრანტი წარმოადგენს საჯარო დაფინანსების მიზნობრივ სახეს, რომლითაც ფინანსდება გარკვეული პროექტი. სუბსიდია ხშირად გამოიყენება როგორც კომპენცაცია მაგალითად შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა დასაქმების შემთხვევაში.

საბაზრო შემოსავლის წყაროები წარმოდგენილია შემდეგი ფორმით:

- შემოსავალი გაყიდული საქონლიდან ან მომსახურებიდან კონკურენტულ პირობებში ღია ბაზარზე;
- სონსორის მიერ გადახდილი ფული, საწევროები და შემოწირულობა;
- საკუთრებაში არსებული ფართის გაქირავება, მოხალისეთა არაფულადი კონტრიბუცია

სოციალურ საწარმოთა შემოსავლის წყაროების კლასიფიკაცია მოცემულია დიაგრამის სახით.



3.1.5. წარმოშობის ფორმირების ტიპური გზა

ბუნებრივია ყველა ორგანიზაციას შექმნისა და განვითარების საკუთარი, უნიკალური ისტორია გააჩნია. მიუხედავად ამისა ანგარიშში „A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Synthesis Report“ ავტორი გვთავაზობს სოციალურ საწარმოთა ფორმირების ოთხ ყველაზე გავრცელებულ ფორმას:

- მოქალაქეთა მიერ შექმნილი კავშირი, მოძრაობა, რომელიც თავდაპირველად მიზნად ისახავდა გარკვეული პრობლემის აღმოფხვრას, მაგრამ დროთა განმავლობაში ტრანსფორმირდება სოციალურ საწარმოდ;
- დამწყები საწარმო (start-up), რომელიც ინოვაციური სოციალური იდეის განხორციელების მიზნით შეიქმნა;
- ტრადიციულ არა-კომერციულ ან ბიზნეს-ორგანიზაციათა ტრანსფორმაცია სოციალურ საწარმოდ;
- ტრადიციული არა-კომერციული ორგანიზაციის მიერ ფილიალის დაფუძნება, რომელიც ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას და ახმარს მოგებას სოციალურ მიზანს.

3.1.6. ევროკავშირის პოლიტიკა სოციალური მეწარმეობის სფეროში

ევროკომისია მიზნად ისახავს ხელი შეუწყოს სოციალურ მეწარმეობას. სახეზეა მრავალი პროგრამა და ინიციატივა. ამოცანაა შეიქმნას ხელშემწყობი ფინანსური, საკანონმდებლო და ადმინისტრაციული გარემო, და არ არსებობდეს დაბრკოლებები:

- დამწყები სოციალური ორგანიზაციების საქმიანობის გაფართოვების გზაზე;
- პარტნიორობის, კომერციული შესაძლებლობებისა და კომეტენციის გაუმჯობესების თვალსაზრისით;
- ფინანსების ხელმისაწვდომობის მხრივ.

3.2. სოციალურ საწარმოთა სახეები ბიზნეს მოდელის მიხედვით

3.2.1. ტიპოლოგია

სოციალური საწარმოები იქმნებიან და მათი სამიზნეა ბაზისური პრობლემები, რომელთა მოგვარება არ ხდება ბაზრის თვითრეგულირებადი მექანიზმებით, რომლებიც საჭარო პროგრამების ფარგლებს მიღმა არიან დარჩენილი. ამოცანაა შეიქმნას ამგვარ პრობლემათა გადაჭრის სიცოცხლისუნარიანი სისტემური მექანიზმი. სოციალურ საწარმოთა მრავალი ორგანიზაციული ფორმა შესაძლებელია განთავსდეს ერთ სემანტიკურ ღერძზე, კონტინუუმზე, რომლის ერთი პოლუსი წარმოდგენილია მთლიანად ფილანტროპიული ბუნების ინსტიტუტებით, ხოლო მეორე პოლუსი კომერციული ინსტიტუტებით მკვეთრად გამოხატული სოციალური მისიით (Beugre, 2017).

3.2.2. ფილანტროპიული ტიპის ორგანიზაცია

ფილანტროპიული ტიპის ორგანიზაცია თავის საქმიანობისათვის იყენებს უსასყიდლო მიზნობრივ დაფინანსებას (შემოწირულობა, გრანტი). ფულად სახსრებს ემატება არაფულადი დახმარება. ორგანიზაცია ახორციელებს თავის მისიას და ანგარიშვალდებულია დონორის წინაშე. ის მთლიანადაა დამოკიდებული გარე დაფინანსებაზე. მას არ გააჩნია საკუთარი შემოსავლის საკმარისი და საიმედო წყარო. მისი ფინანსური სიცოცხლისუნარიანობა განისაზღვრება ხელმისაწვდომი გარე დაფინანსების წყაროებითა და მათი დივერსიფიკაციით. საქართველოში მოქმედი მრავალი სამოქალაქო ორგანიზაცია ამ ტიპს მიეკუთვნება. გარე დაფინანსების წყარო ან საქართველოში რეგისტრირებული ან საერთაშორისო დონორები არიან. შედარებით იშვიათია შემოწირულობა ბიზნესისა და კერძო პირებისაგან. ამგვარი უმეტესწილად გვხვდება იმ ორგანიზაციებში, რომლებიც მუშაობენ ჯანდაცვაში, სოციალურ სფეროში, განათლებაში თუ სხვა მსგავსი. არაფულადი დახმარება მდგომარეობს უფასოდ დათმობილ შენობაში შეხვედრებისათვის, სხვადასხვა მასალასა თუ ხელსაწყოში. ასევე გვხვდება მოხალისეობის შემთხვევები. მოხალისეთა შორისაც მრავალია უცხოელი მოქალაქე. ეს უკიდურესად მოწყვლადს ხდის ამ ტიპის ორგანიზაციებს საერთაშორისო დაფინანსების შემცირების პირობებში, ხოლო თუ გავითვალისწინებთ ფილანტროპიის კულტურის თავისებურებებს საქართველოში და სიღარიბეს, მდგომარეობა კიდევ უფრო რთულია. სახელმწიფოს მიერ გაცემული გრანტების მოცულობაც შეზღუდულია.

ორგანიზაციათა ამ ტიპს უნდა მივაკუთვნოთ მრავალი საწარმო, რომელიც ემსახურება შეზღუდული შესაძლებლობის პირებს (მაგალითად, რეაბილიტაცია, დღის აქტივობა, დახმარება დასაქმების დროს), ან ადამიანებს, რომლებიც საჭიროებენ განსაკუთრებულ ზრუნვას (მაგალითად, მოვლა სახლის პირობებში), და ფინანსდება შესაბამისი სახელმწიფო პროგრამით (მაგალითად, ფსიქიატრიული პაციენტის ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაცია ფსიქიკური ჯანმრთელობის პროგრამის ბიუჯეტიდან (საქართველოს მთავრობა, 2017)). მომსახურების ანაზღაურება ხდება ცალკეული მომხმარებლისათვის, რასაც შეგვიძლია ვუწოდოთ კვაზი-ბაზრის მოდელი, და იგი ფარავს გაწეულ დანახარჯებს. სახელმწიფოს მიერ გამოყოფილ სახსრებს ხშირად ემატება ქველმოქმედების სახით მიღებული შემოწირულობა.

ამგვარი საწარმოს მაგალითის სახით შეგვიძლია განვიხილოთ ორგანიზაცია „პირველი ნაბიჯი“ მისი არსებობის პირველი 15 წლის განმავლობაში. „პირველი ნაბიჯი“ მუშაობს განსაკუთრებული საჭიროების მქონე ბავშვების ფსიქო-სოციალურ რეაბილიტაციაზე, მათი მშობლების მხარდაჭერასა და გაძლიერებაზე, დარგის ინსტიტუციურ რეფორმაზე. ორგანიზაცია 1998 წელს იქნა დაფუძნებული ქალბატონ ნინო ქადაგიძე-ჟვანიასა და ჯენ ენ ქორბის მიერ. თავდაპირველად იგი „კასპის შეზღუდულ შესაძლებლობათა ბავშვთა სახლის“ აღსაზრდელების დახმარებას ისახავდა მიზნად. აშენდა მცირე ზომის სახლი სადაც კასპიდან 24 ბავშვი გადმოვიდა. ოჯახურ პირობებთან მიახლოებული საცხოვრებელი გარემოს გარდა ბავშვები ჩართული იყვნენ პსიქო-სოციალური რეაბილიტაციისა და განვითარების პროგრამაში. ასევე ორგანიზაციის წევრები მუშაობდნენ ბავშვების მშობლებთან და შეძლებისდაგვარად ცდილობდნენ ბავშვის ოჯახში დაბრუნებას.

უკვე იმ წლებში ორგანიზაციის საქმიანობა არ შემოიფარგლებოდა მხოლოდ მომსახურებით. მრავალი მოდელი, რომელიც დღეს გავრცელებულია საქართველოში, „პირველი ნაბიჯის“ ბაზაზე დაინერგა. „პირველი ნაბიჯი“ თავაზობდა დარგის სპეციალისტებს სხვადასხვა სასწავლო პროგრამას, მუშობდა „კასპის ბავშვთა სახლის“ დეინსტიტუციონალიზაციის საკითხზე, რაც მისი დახურვით დასრულდა კიდევ. დღესაც საქმიანობა ცალკეული მომხმარებლისა და მომსახურების დონეზე შერწყმულია მონაწილეობასთან ტრანსფორმაციისა და განვითარების პროცესში, რომელსაც განსაკუთრებული საჭიროების მქონე ბავშვზე ზრუნვის დარგი გადის. „დღეს ჩვენ ათმე მეტ პროგრამას ვთავაზობთ მომხმარებელს,“ - ამბობს ორგანიზაციის ხელმძღვანელი თამუნა ზაალიშვილი: „მომსახურებასთან ერთად მჭიდროთ ვთანამშრომლობთ ჯანმრთელობის დაცვის სამინისტროსთან²⁵ თუ სხვა უწყებებთან დარგის განვითარების საკითხებზე, იქნება ეს ბავშვთან და ოჯახთან მუშაობის თანამედროვე მეთოდების ადაპტაცია-გავრცელება თუ მართვისა და დაფინანსების საკითხები.“

დაფინანსების ძირითადი წყარო ამ წლებში იყო ჯენ ენ ქორბის მიერ ირლანდიაში დაფუძნებული ორგანიზაცია „Next Step“ -ი, რომელიც „პირველი ნაბიჯისათვის“ ფონდების მობილიზაციას ეწეოდა. დაფინანსების სტაბილური წყარო მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა „პირველი ნაბიჯის“ პერსონალის განვითარებისათვის: „ამ წლებში შევძელით ბევრი რამ გვესწავლა. ვიღებდით მონაწილეობას სხვადასხვა სასწავლო პროგრამებსა და ტურებში, ვესწრებოდით სემინარებს,“ - იხსენებს თამუნა ზაალიშვილი. სტაბილურმა დაფინანსებამ და კვალიფიკაციის ზრდამ გავლენა მოახდინა ორგანიზაციის განვითარებაზე. დღის ცენტრს დაემატა შინ მოვლის პროგრამა იმ ბავშვებისათვის, ვინც ჯანმრთელობის მდგომარეობის გამო არ გამოდის სახლიდან. საჯარო სკოლა N 100 -თან თანამშრომლობით მოხერხდა ინტეგრირებული სწავლების კლასის შექმნა, რაც იმ დროისათვის სიახლეს წარმოადგენდა, და რამაც შეიტანა თავისი წვლილი ინკლუზიური სწავლების დანერგვაში. დაინერგა მშობლების მხარდაჭერის პროგრამა, სადაც ფსიქოლოგიურ თანადგომასა და სწავლებასთან ერთად, ურჩევდნენ მშობლებს როგორ ემოქმედათ საკუთარი უფლებების დასაცავად და მოეხდინათ თვითორგანიზება.

²⁵ შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო

ამასთან, როგორც ზემოთ აღინიშნა, „პირველი ნაბიჯი“ მიზანმიმართულად მუშაობდა „ჯანმრთელობის დაცვის სამინისტროსთან“ ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაციისა და ბავშვის განვითარების ახალი მოდელების სახელმწიფო პროგრამაში ინტეგრაციაზე. მაგალითად, ადრეული განვითარების პროგრამა, რომელიც გულისხმობდა ჩარევას ქცევითი დარღვევის პირველივე გამოვლენის თანავე, „პირველ ნაბიჯში“ დაინერგა. ადრეული ჩარევა მეტად ეფექტური მიდგომაა. იგი შევიდა ჯანმრთელობის დაცვის პროგრამაში და მის ფარგლებში დაფინანსება დღემდე მიმდინარეობს (საქართველოს მთავრობა, 2017). დაფინანსება ხდება ვაუჩერის მეშვეობით, რომელსაც იღებს მომხმარებელი და ირჩევს სერვისის მიმწოდებელს. სახელმწიფო პროგრამით დაფინანსება ნაწილობრივ (≈60%) ფარავდა ორგანიზაციის მიმდინარე (სახელფასო ფონდი, სასწავლო და სამედიცინო მასალა, ზედნადები) და კაპიტალურ (შენობის შეკეთება, აღჭურვა) დანახარჯებს. ამიტომ „პირველი ნაბიჯი“ აქტიურად მუშაობდა სხვადასხვა ადგილობრივ და საერთაშორისო დონორ ინსტიტუტთან, უცხო ქვეყნების საელჩოებთან საქართველოში. სისტემატიურად ხდებოდა საპროექტო წინადადების შემუშავება და ხორციელდებოდა მათგან საგრანტო სახსრების მოპოვებაზე მიმართული მრავალი ღონისძიება. აღსანიშნავია, რომ ამ ეტაპზე დონორების პოლიტიკა ითვალისწინებდა როგორც დარგის ინსტიტუციური განვითარების ასევე მომსახურების დაფინანსებას.

3.2.3. კომერციული ტიპის ორგანიზაცია სოციალური მისიით

ამ ტიპის ორგანიზაცია წარმოადგენს კომპანიას, რომელიც ოპერირებს ბაზრის კონიუნქტურის შესაბამისად და აწარმოებს მომსახურებასა თუ საქონელს. მომსახურებისა და საქონლის რეალიზაცია ხდება საბაზრო ფასად კონკურენტულ პირობებში. არ ხდება ნედლეულისა და საწარმოო სიმძლავრის სუბსიდია, პერსონალისა და მენეჯმენტის ხელფასი იგივეა, რაც შრომის ბაზარზე. საოპერაციო პროცესი იმართება დარგობრივი სტანდარტებითა და პრაქტიკით. დამატებითი კაპიტალი თუ სესხი, ამგვარის საქმიანობის შემთხვევაში, მობილიზებულია საფონდო ბირჟაზე თუ მიღებულია ბანკისაგან ფინანსური ბაზრის პირობებით. ამ გაგებით აღნიშნული ტიპის ორგანიზაციები მიეკუთვნება კომერციულ ორგანიზაციებს, თუმცაღა განსხვავება სხვა კომპანიებისაგან მდგომარეობს მოგების განაწილებაში. კომპანიის მოგება არ გაიცემა დივიდენდის სახით, არამედ გამოიყენება სოციალური მისიისათვის. სოციალური საწარმოს ასეთი მოდელი ბუნებრივია ამცირებს დონორზე დამოკიდებულებას და ზრდის ფინანსურ სიცოცხლიუნარიანობას, თუმცაღა რჩება კომერციული წარუმატებლობის რისკი. ასევე სახეზეა მართვის სირთულეც. ამ ტიპის ორგანიზაციის საქმიანობის წარმატება ფასდება როგორც ფინანსური და საოპერაციო მაჩვენებლებით (მაგალითად, უკუგება აქტივებზე, წარმადობა თუ სხვა), ასევე სოციალურ-ეკონომიკური ზეგავლენით ბენეფიციართა მდგომარეობაზე. ამ ტიპის ორგანიზაციის მაგალითის სახით შეგვიძლია მოვიყვანოთ კომპანია TOMS²⁶, რომლის დამფუძნებელია ბლეიქ მაიკოსკი. არგენტინაში მოგზაურობის დროს მან მიაქცია ყურადღება, რომ ბავშვების უმეტესობა ფეხშიშველი იყო. ბლეიქ მაიკოსკიმ შექმნა ბიზნეს მოდელი, რომელსაც ეწოდება „ერთი ერთს (one for one)“. ფეხსაცმლის ყოველი ერთი წყვილის გაყიდვის შემთხვევაში, მეორე წყვილი მიეწოდება გასაჭირში მყოფ ბავშვს

²⁶ კომპანია TOMS -ის ვებ გვერდი <http://www.toms.com> და <http://www.toms.com/improving-lives>

განვითარებად ქვეყანაში. სხვა სიტყვებით, ფეხსაცმლის მყიდველი ხდება ქველმოქმედი. მიუხედავად კრიტიკისა, რომელიც მიუთითებს კომპანიის სოციალური დოქტრინის ზედაპირულ ხასიათსა და დახმარების სიმპტომატურობაზე, ფარულ სარეკლამო მოტივზე, მოდელი სიცოცხლისუნარიანია და, უნდა ვიფიქროთ, გარკვეულ სარგებელსაც ქმნის.

მსგავსი მაგალითები საქართველოში მრავალი არ არის. ქვემოთ, თავი „3.3 სოციალური მეწარმეობა საქართველოში“ მოცემულია გარკვეული ინფორმაცია ამ ტიპის საწარმოებზე, თუმცაღა ამ მასალაში შორს ვართ მცდელობისაგან მოვახდინოთ საქართველოში მოქმედ სოციალურ საწარმოთა ამომწურავი დახასიათება და შევქმნათ ტიპოლოგია. მხოლოდ მაგალითის სახით შეგვიძლია განვიხილოთ ერთ-ერთი საწარმო მსგავსი ბიზნეს მოდელით. ეს გახლავთ „იკორთა“, რომელიც დაფუძნდა 2011 წელს²⁷. მისი დაფუძნების და განვითარების ისტორია როგორც სამეწარმეო სტრატეგიის, ასევე სოციალური მისიის მაგალითია. „იკორთას“ დამფუძნებელია სამოქალაქო ორგანიზაცია „უკეთესი მომავლისათვის.“ თავდაპირველად საწარმო სამოქალაქო ორგანიზაციის ერთ-ერთ პროექტს წარმოადგენდა. ორგანიზაციის ხელმძღვანელის ნანა ჩქარეულის იდეა დევნილი ქალების ხელშეწყობა იყო. შეჩერდნენ ქართული მინანქარის წარმოებაზე: „გვყავდა ახლობელი, რომელიც დაგვპირდა გვასწავლოს მინანქრის წარმოება და ჩვენც მოგვწონდა მინანქარი...“ პროექტი დააფინანსა ევანგელურ-ბაპტისტურ ეკლესიასთან არსებულმა ჰუმანიტარულმა ასოციაციამ „ბეთელმა.“ დაფინანსება 700 ევროს შეადგენდა. შეიძინეს ღუმელი, ხელსაწყოები და ნედლეული. პროექტში ოთხი დევნილი ქალი მონაწილეობდა, თან სწავლობდნენ მინანქრის ტექნოლოგიას და თან მუშაობდნენ: „წარმოება როგორც ასეთი ჯერ არ ხდებოდა, სულ 16 ერთული მზა პროდუქცია დამზადდა, ეს სწავლა უფრო იყო,“ - იხსენებს ნანა ჩქარეული: „ყველაფერი „უკეთესი მომავლის“ ოფისში ხდებოდა, შეხვედრების ოთახში ერთ-ერთ მაგიდაზე. ოთახი დილით ოფისი იყო, საღამოს კი სახელოსნო.“

შემდეგ ნანა ჩქარეულმა მიმართა „ქალთა ფონდს“, რომელმაც დააფინანსა პროექტი „ფემინისტური კოლექცია“. რეალიზაციისათვის მოეწყო რამდენიმე გამოფენა-გაყიდვა. მათ ორგანიზებას „ქალთა ფონდმა“ შეუწყო ხელი: „ყველაზე დიდი 400 ლარის საქონელი გაიყიდა. მაგრამ მოხერხდა ნედლეულის მარაგის შევსება, გარდა ამისა, კიდევ ოთხმა ქალმა დაიწყო საწარმოში სწავლა“.

დაახლოებით ამ დროს მშვიდობის კორპუსის ერთ-ერთმა მოხალისემ, რომელიც მუშაობდა „უკეთეს მომავალში“ ,მოიფიქრა დაეპატიჟებინათ სტუმრები და მათთვის შემეცნებითი გართობა-დასვენების მიზნით სახელოსნოში ერთი-ორი საათი სამუშაო შეეთავაზებინათ. ამ შეთავაზებას „ვორკშოპი (workshop)“ დაარქვეს: „ერთი სიტყვით ჯგუფი ჩამოვა, თვითონ იმუშავენ მინანქარზე, გაერთობა და ამაში ფულს გადაიხდის. მოწვეული სტუმრის მიერ დაწყებულ ნაკეთობას დაასრულებს სახელოსნოს ოსტატი და შემდეგ გაუგზავნით ფოსტით. მოდი აგერ მშვიდობის კორპუსით დავიწყეთ.“ იდეა მეტად გამართლებული აღმოჩნდა. მრავალი ჯგუფი ჩამოდიოდა. საინტერესოა ისიც, რომ სახელოსნო დევნილთა დასახლებაში დატოვეს და მისამართი არ შეუცვალეს: „იყო აზრი „ვორკშოპებისათვის“ ოთახი თბილისის ან მცხეთის რომელიმე

²⁷სოციალური საწარმო იკორთა <https://ka-ge.facebook.com/ikortaenterprise>

ისტორიულ უბანში გვექირავებინა, მაგრამ მსჯელობის შემდეგ დავტოვეთ დევნილთა დასახლებაში. ეს პრინციპული მოსაზრება გახლდათ, სწორედ ადგილმდებარეობა ზრდიდა სოციალურ დატვირთვას.“ ყოველივე ამას ორი მნიშვნელოვანი შედეგი მოყვა: პოპულარობისა და ცნობადობის ზრდა; საწარმოს მიერ შექმნილი მზა პროდუქციის მარაგის წარმოების ადგილიდან რეალიზაცია (მონვეული სტუმრები არა მხოლოდ მუშაობდნენ საკუთარ ნაკეთობებზე, არამედ ეცნობოდნენ და ყიდულობდნენ სახელოსნოს ოსტატების მიერ დამზადებულ და იქვე, ოთახში სტენდზე განთავსებულ ნაწარმს). „როდესაც საქმეს იწყებ შეზღუდული რესურსების და მძაფრი კონკურენციის პირობებში, ერთადერთი გამოსავალი სწორედ ასეთი ხერხებია,“ - ამბობს ნანა ჩქარეული. პოპულარობის ზრდა დაეხმარა საწარმოს სამომხმარებლო ბაზრიდან შესულიყო კორპორატიულ ბაზარზე. მათ დაუკავშირდა საგარეო საქმეთა სამინისტრო. სამინისტრომ დაუკვეთა დიპლომატიური მისიებისათვის სუვენირული პროდუქციის წარმოება. გაფორმდა კონტრაქტი. კორპორატიული კლიენტი ძალიან მნიშვნელოვანი იყო საწარმოსათვის. იგი დღემდე მთლიანი შემოსავლის 60% -ს გენერირებს.

წარმოების მოცულობის ზრდამ აუცილებელი გახდა დამატებითი საწარმოო სიმძლავრე და თანამშრომლები. „იკორთამ“ აიღო კრედიტი და შეიძინა შენობა, სადაც გადავიდა სახელოსნო. ასევე აუცილებელი გახდა დაქირავებული ადმინისტრაციული მუშაკი (მენეჯერი), რომელიც ხელმძღვანელობას გაუწევდა სახელოსნოს - შესყიდვები, რეალიზაცია. მენეჯერის პოზიციაზე რუსუდან მორბედაძე დაინიშნა. დიზაინზე თავად ხელოსნები მუშაობენ. დაკვეთის შემთხვევაში მენეჯერი ასევე უზრუნველყოფს დაკვეთის სიზუსტეს: „ჩვენთვის მნიშვნელოვანია ორიენტაცია კლიენტზე. ნაკეთობა ტექნიკურად სრულყოფილი უნდა იყოს, წუნის გარეშე - არ იყოს ბზარი, ფერები არ გადადიოდეს, ტიხარი შეკრული იყოს, ზედაპირი დამუშავდეს ჯეროვნად.“ ასევე ყურადღება ეთმობა პერსონალის დახელოვნებას. ყველაზე კარგი ხელოსანი შარშან გაუშვეს სტაჟირებაზე ერთ-ერთ მოწინავე სახელოსნოში. წარმოების მოცულობის ზრდამ დღის წესრიგში სამართლებრივი საკითხებიც დააყენა: „თუნდაც მხოლოდ ფინანსური ოპერაციებისა და აღრიცხვისათვის აუცილებელი გახდა რეგისტრაცია“. 2015 წელს მოხდა „იკორთას“ რეგისტრაცია შეზღუდული პასუხისმგებლობის საწარმოდ. „უკეთესი მომავლისთვის“ საწარმოს წილის სრული მფლობელია.

დღეს საწარმოში მუშაობს 8 ხელოსანი და მენეჯერი. მუშაობის განრიგი მოქნილია, რაც მეტად მნიშვნელოვანია აქ დასაქმებული დევნილი ქალებისათვის. საწარმოს ათამდე მომწოდებელი ყავს (აქსესუარები, მინანქარის ნედლეული, ვერცხლისა და სპილენძის ტიხარი და სხვა). რეალიზაცია კორპორატიული კლიენტის გარდა ხდება ათზე მეტ მაღაზიაში თბილისში, ვარძიაში, უფლისციხეში, ამერიკის საელჩოში, ბორჯომში. ხდება პროდუქციის რეალიზაცია ადგილიდან, გამოფენების დროს. ასევე ცდილობენ იმუშაონ ტურისტულ კომპანიებთან. ამის გარდა მარკეტინგული კომუნიკაცია მოიცავს ვებ-გვერდს და სოციალურ მედიას. ბოლო სამი წლის განმავლობაში გაყიდვების დინამიკა აჩვენებს სტაბილურ ზრდას (2016 წლიდან 2017 წლამდე 10.67%). საწარმოს წარმატებაში დიდი როლი ნანა ჩქარეულის საქმიანმა კონტაქტებმა ითამაშა, რომელიც მან სამოქალაქო ორგანიზაციაში მუშაობის დროს დაამყარა: „ბევრ ადამიანს ვიცნობდი, რადგან წლებია ვმუშობ და ვხელმძღვანელობ „უკეთეს მომავალს.“ აღმოჩნდა, რომ ეს საქმიანი კავშირები და რეპუტაცია, რომლითაც „უკეთესი მომავალი“ სარგებლობს, თავისებური რესურსია. მას ვიყენებთ, იგი გვეხმარება.“

სოციალური მოდელი გულისხმობს დევნილი ქალების დასაქმებას. სახელფასო ფონდი გაყიდვების 40% შეადგენს. ამასთან აღსანიშნავია, რომ 2020 წლისათვის გეგმავენ გავიდნენ მოგებაზე და გამოიყენონ მოგება „უკეთესი მომავლის“ პროექტების თანადაფინანსებისათვის.

საქართველოში მოქმედი სოციალური მისიის მქონე კომერციულ საწარმოებზე საუბრისას ასევე შესაძლებელია ძალზედ მიახლოებითი ანალოგია სათემო სოციალურ საწარმოებთან, რომლებიც რამდენიმე განვითარების პროგრამის ფარგლებში იქნა შექმნილი პილოტური სახით. სათემო ორგანიზაცია ხდებოდა საწარმოს (მაგალითად, მექანიზირებული აგრო-მომსახურების კომპანია) დამფუძნებელი. საწარმო ოპერირებდა როგორც კომერციული ერთეული, ხოლო მოგება უნდა ყოფილიყო გამოყენებული თემის საჭიროებებისათვის. სამწუხაროდ პილოტურმა პროექტებმა აჩვენა, რომ მოდელმა საქართველოს პირობებში ჯერ-ჯერობით ვერ იმუშავა. წარუმატებლობის მრავალი მიზეზი იქნა აღწერილი. საწარმოთა ნაწილმა ვერ შეძლო კონკურენტულ პირობებში ოპერირება. ნაწილ შემთხვევებში შეიქმნა მართვის სირთულე, რის გამოც საწარმომ შეწყვიტა საქმიანობა. იყო შემთხვევები, როდესაც ხდებოდა მოგების თაღლითური დაფარვა და მიტაცება საწარმოს ხელმძღვანელების მიერ. სათემო კონტროლის და ანგარიშვალდებულების მექანიზმები კი არ იყო ქმედითი მრავალი კულტურალური თუ პიროვნული ფაქტორის გამო. ეს კიდევ ერთხელ აჩვენებს მეწარმის და სამეწარმეო ქცევის მნიშვნელობას.

კიდევ ერთი მაგალითი შეიძლება იყოს სასოფლო სამეურნეო კოოპერატივები. განვითარების პროგრამების ფარგლებში საქართველოში მრავალი ასეთი საწარმო შეიქმნა. საწარმო ოპერირებდა როგორც ბიზნეს ერთეული კონკურენტულ ბაზარზე, მაგრამ ზრდიდა წევრი ფერმის მოგების ნორმას. მაგალითად, კოოპერაცია იძლეოდა საშუალებას მარაგების შექმნა მოხდეს ერთობლივად და, შესაბამისად, მომგებიანი პირობით (მაგალითად, ფასდაკლება, ანგარიშსწორების ვადები, მიწოდების პირობები თუ სხვა). იგივე სამართლიანია პროდუქციის რეალიზაციასთან მიმართებით. კოოპერაცია იძლეოდა საშუალებას რეალიზაცია მოხდეს შედარებით დიდი მოცულობით და, შესაბამისად, პირდაპირ საცალო ვაჭრობის ქსელში ან გადამამუშავებელ საწარმოში შუამავლების გვერდის ავლით. სოციალური მისია ამ შემთხვევაში უნდა ვივარაუდოთ არის წევრ ფერმერთა მოგების ნორმის ზრდა. რამდენად ეფექტური აღმოჩნდა ეს ინიციატივა, შესწავლის საგანია.

3.2.4. კორპორატიული სოციალური მეწარმეობა

სოციალური მისიის მქონე კომერციული ორგანიზაციის განხილვისას მიზანშეწონილია შევხებით ეგრეთ წოდებული კორპორატიული სოციალური მეწარმეობის კონცეფციას (Austin & Reifco, 2009), რომელიც გარკვეულწილად იმეორებს მაიკლ პორტერის შეხედულებებს ბიზნესის სოციალური მისიის შესახებ და მის მოსაზრებას, რომ მხოლოდ ბიზნესს ძალუძს ბაზისურ სოციალურ პრობლემათა გადაჭრა. კორპორატიული სოციალური მეწარმეობის დოქტრინა ამბობს, რომ რესურსებისა და შესაძლებლობების ინოვაციური გამოყენებით, ბიზნეს კომპანია ერთდროულად უნდა ისწრაფოდეს ეკონომიკური და სოციალური ფასეულობის შექმნისაკენ. მაგალითად, Timberland -ის აღმასრულებელი დირექტორი ჯეფრი შვარცი აცხადებს: “დარწმუნებული ვარ, ბიზნესს შეუძლია შექმნას ახალი, ღირებული სოციალური

გადაწყვეტილებები, რომლებიც პასუხობენ არა მხოლოდ ბიზნესის [აქციონერების], არამედ საზოგადოების [დაინტერესებულ პირთა ფართო წრის] მოლოდინსაც. „კომერცია“ და „სამართლიანობა“ არ უნდა იყვნენ ანტაგონისტი სიტყვები.”

კორპორატიული სოციალური მეწარმეობის განვითარება გულისხმობს ბიზნეს კომპანიათა და ბიზნეს მოდელთა ტრანსფორმაციას სოციალურ გაუმჯობესებაზე პასუხისმგებელ ინსტიტუტებად. მაიკლ პორტერი თავის გამოსვლაში ამბობს, რომ ამგვარი ტრანსფორმაციისათვის მნიშვნელოვანია „შეიცვალოს ბიზნესის მიერ საკუთარი თავის აღქმა (change of business sees itself)“. ამის მაგალითი შეიძლება იყოს Starbucks Coffee Company -ის აღმასრულებელი დირექტორის ორინ სმითის სიტყვები: „საკუთარი [ბიზნეს] ინტერესებისა და სოციალური პასუხისმგებლობის შეთავსება ყველაზე ეფექტური გზაა კომპანიის წარმატებისაკენ.“

ტრანსფორმაციის პროცესი დამოკიდებულია რიგ ფაქტორებზე. პირველ რიგში, ეს არიან ადამიანები, ვინც თავის თავზე იღებს პასუხისმგებლობას პროცესის მართვასა და წარმატებაზე. მათი უნარი იყო მაგალითი სხვებისათვის, აწარმოო კომუნიკაცია, იაბროვნო შემოქმედებითად, დაარწმუნო, გაუწიო კოორდინაცია და თან არასოდეს დაკარგო რეალობის შეგრძნება და საღი აზრი მნიშვნელოვანია კორპორატიული სოციალური მეწარმეობის დამკვიდრებისათვის კომპანიაში. ხშირად აღინიშნება ამ პროცესში კორპორატიულ ფასეულობათა მნიშვნელობა. კორპორატიული სოციალური მეწარმეობა შესაძლებელია მხოლოდ ისეთ კომპანიებში, რომლებიც ცდილობენ იყონ საიმედო პარტნიორები და გადაწყვეტილების დროს ითვალისწინებენ ეთიკურ მოსაზრებებს. აქ არ განიხილება მხოლოდ სამართლებრივ მოთხოვნებთან შესაბამისობის ან აქციონერების წინაშე პასუხისმგებლობის საკითხები. ეთიკური სტანდარტი სცდება აუცილებელი მოთხოვნების ვიწრო ჩარჩოს. ბუნებრივია ფასეულობათა სისტემა უნდა წარმოადგენდეს ორგანიზაციის იდენტობის სტრუქტურულ, ფუნდამენტურ კომპონენტს და არა ნიღაბს, რომელსაც სილამაზისათვის ატარებენ. კორპორატიულ ღირებულებათა ქრილში საინტერესოა Timberland -ის დევიზი: „ადამიანურობა, თავმდაბლობა, წესიერება და სრულყოფილება (humanity, humility, integrity and excellence)“. კორპორატიული სოციალური მეწარმეობის პროგრამების რეალიზაციისას ხშირად განიხილება პარნიორობა სხვა ორგანიზაციებთან მათ შორის სამოქალაქო ორგანიზაციებთან და სახელმწიფო უწყებებთან.

3.2.5. ჰიბრიდული ტიპის სოციალური საწარმო

ზემოთ აღწერილ იქნა ორი მარგინალური ფორმა. სამოქალაქო ორგანიზაციების ნაწილი ხშირ შემთხვევაში ამჟღავნებს ორთავე ტიპის ორგანიზაციის ნიშან-თვისებებს. დაფინანსების წყაროთა ნაწილი წარმოადგენილია საერთაშორისო და ადგილობრივი დონორების გრანტებით. ამავდროულად ორგანიზაცია ეწევა შემოსავლის შემომტან დამატებით ეკონომიკურ საქმიანობას და იყენებს ამ სახსრებს საწესდებო საქმიანობისათვის (მაგალითად, პერსონალის შრომის ანაზღაურება, როგორც თანამონაწილეობა დონორის მიერ დაფინანსებულ ამა თუ იმ პროექტში).

დაფინანსების წყარო	ფილანთროპიული ტიპის ორგანიზაცია	ჰიბრიდული ტიპის სოციალური საწარმო	კომერციული ტიპის ორგანიზაცია სოციალური მისიით
შიდა	-	ნაწილობრივ	მთლიანად
გარე	მთლიანად	ნაწილობრივ	-

საქართველოში შესაძლებელია რამდენიმე მსგავსი მაგალითის პოვნა. ორგანიზაციების დაფინანსება ორ პრინციპულად განსხვავებულ წყაროს მოიცავს. ერთი წყაროა ადგილობრივი და საერთაშორისო დონორები, მათ შორის სახელმწიფო და კერძო ფონდები. სახსრები მიიღება გრანტის სახით და გამოიყენება სოციალური მისიის რეალიზაციისათვის. საქმიანობის ორგანიზების ფორმა არის პროექტული მუშობა. პროექტის მიზნები შეესაბამება სოციალურ მისიას, რომელიც შეგვიძლია პროგრამული მიზნის ან რამდენიმე პროგრამული მიზნის გამაერთიანებელ დეკლარაციად წარმოვიდგინოთ. შემოსავლის მეორე წყარო არის დამატებითი ეკონომიკური საქმიანობა. რიგ შემთხვევაში ეს არის ფასიანი მომსახურება, რიგ შემთხვევაში თავისუფალი ფართის გაქირავება თუ მრავალი სხვა. უმეტეს შემთხვევაში შემოსავალი დამატებითი ეკონომიკური საქმიანობიდან არ აღემატება ჯამური შემოსავლის 3-5%.

ჰიბრიდული ტიპის სოციალური საწარმოს მაგალითისათვის შეგვიძლია დაუბრუნდეთ ორგანიზაცია „პირველი ნაბიჯი“ საქმიანობას 2013 წლის შემდეგ. ამ დროისათვის ირლანდიის “Next Step” -ის დაფინანსების მცირდება და 2016 წელს სრულდება. ამასთან იცვლება საქართველოში მოქმედი დონორი ინსტიტუტების პოლიტიკა, რომელიც მომსახურების დანახარჯების დაფინანსების შემცირებას გულისხმობს. ამ ვითარებაში „პირველი ნაბიჯი“ ორი მიმართულებით მოქმედებს: ფილანთროპიული ორგანიზაციისათვის დამახასიათებელი ტრადიციული სტრატეგია; დაფინანსების მოდელის ტრანსფორმაცია სოციალურ საწარმოდ.

ფილანთროპიული ორგანიზაციისათვის დამახასიათებელ ტრადიციულ სტრატეგიასთან არსენალი ფართოვდება. კერძოდ, გრძელდება თანამშრომლობა სახელმწიფოსთან. ორგანიზაცია აფართოვებს მომსახურებას და 2016 წელს წერგავს აუტისტური სპექტრის დარღვევების მქონე ბავშვთა რეაბილიტაციის პროგრამას. მას აფინანსებს თბილისის მერია (ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის მერია, 2016). პარალელურად ძლიერდება მუშაობა ფილანთროპიის მიმართულებით. აქტიურად გამოიყენება საზოგადოებასთან ურთიერთობა, იქმნება კომუნიკაციის გეგმა და ბრენდის სტრატეგია, ეწყობა მრავალი ღონისძიება, რომელთა მიზანია შემოწირულობის მობილიზაცია. „ბევრ რამეს კერძო პირებთან და კომპანიებთან მუშაობის დროს ვსწავლობდით და სტრატეგია იხვეწებოდა. ვთქვამთ, ვთხოვდით მცირე ზომის შემოწირულობას კონკრეტული მიზნისათვის, მაგალითად, სტიპენდია ერთი ბავშვის მოსავლელად, რაც უფრო ხშირად გამოიღებდა ხოლმე შედეგს,“ - იხსენებს თამუნა ზაალიშვილი: „აუცილებელია პირდაპირი კონტაქტი გადაწყვეტილების მიმღებ პირთან. ხშირად ერთი დამფინანსებელი გვეხმარებოდა კავშირი დაგვემყარებინა მეორესთან.“ შეძლებისდაგვარად „პირველი ნაბიჯი“ აგრძელებს მუშაობას დონორ ინსტიტუტებთან: „მიუხედავად დაფინანსების პოლიტიკის ცვლილებისა, მაინც არიან დონორები, რომლებიც აფინანსებენ მომსახურებასაც. მაგალითად „ღია საზოგადოება საქართველო“, რიგი საელჩო.“

ტრადიციულ ფილანტროპიულ სტრატეგიებთან ერთად ორგანიზაციის ტრანსფორმაცია სოციალურ საწარმოდ მეტად მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა მდგრადი დაფინანსების მოდელისათვის. „პირველი ნაბიჯის“ პრაქტიკაში ჩნდება კომერციული მომსახურება, როდესაც მშობელი იხდის რიგი ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაციის პროგრამის საფასურს ან მის ნაწილს. ხდება მომსახურების დანადაფინანსება, რაც ხელმისაწვდომს ხდის მომსახურებას მეტი ადამიანისათვის და ზრდის ორგანიზაციის ფინანსურ სტაბილურობას. დღეისათვის, ორგანიზაციის დანახარჯების 40% იფარება სახელმწიფო პროგრამიდან, 27% შემოწირულობის ხარჯზე, 10% დონორი ინსტიტუტების მიერ, ხოლო 23% კი კომერციული შემოსავალი შეადგენს. სოციალურ საწარმოდ ტრანსფორმაცია ვერ მოხერხდებოდა, რომ არა წლების განმავლობაში შექმნილი რეპუტაცია, ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაციისა და ბავშვის განვითარების ეფექტური პროგრამები. „მოთხოვნა ჩვენ მომსახურებაზე დღეს არ წარმოადგენს გამოწვევას,“ - ამბობს თამუნა ზაალიშვილი: „„პირველი ნაბიჯის“ მთავარი გამოწვევები დღეს არის ხარისხიანი მომსახურების შენარჩუნება და ორგანიზაციის შემდგომი განვითარება.“

3.3. სოციალური მეწარმეობა საქართველოში

3.3.1. სოციალური საწარმოები

„საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ „სოციალური მეწარმეობის ცენტრის“ ვებ-გვერდზე²⁸ მოცემულია საქართველოში რეგისტრირებულ და მოქმედ საწარმოთა სია, რომელიც დასათაურებულია როგორც „სოციალურ საწარმოთა სია.“ „სოციალური მეწარმეობის ცენტრი“ ასე განმარტავს სოციალურ საწარმოს: „სოციალური საწარმო გახლავთ ბიზნეს პრინციპებით მოქმედი საწარმო, რომელსაც გააჩნია სოციალური მისია. ეს გახლავთ ორგანიზაცია, რომელიც იყენებს ბიზნესის მიდგომებს საზოგადოებრივი პრობლემების მოსაგვარებლად. განსხვავებით ჩვეულებრივი, მხოლოდ მოგებაზე ორიენტირებული, საწარმოსაგან სოციალურ საწარმოს აქვს ორმაგი მიზანი: ეკონომიკური და სოციალური. აქედან უმთავრესი სოციალურია. ეკონომიკური მიზანი გახლავთ, მხოლოდ საშუალება ... სოციალური მიზნის მისაღწევად(CSRDG /CSE, 2014).“ სულ ეს სია 41 საწარმოს მოკლე აღწერას მოიცავს. ამ მასალაში გთავაზობთ ამ საწარმოთა მიმოხილვას.

3.3.2. სამიზნე ჯგუფი

სიაში მოცემული სოციალური საწარმოების სამიზნე ჯგუფი წარმოდგენილია ადამიანებით, რომლებიც სოციალური ადაპტაციის ფართოდ გავრცელებული ფორმების თვალსაზრისით იმყოფებიან უფრო რთულ ვითარებაში, ვიდრე საზოგადოების სხვა წევრები. ამას მრავალი და სრულიად განსხვავებული მიზეზი აქვს. ერთ შემთხვევაში ეს არის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირი. მეორე შემთხვევაში ეს არის ადამიანი, რომელიც ცხოვრობს მოშორებულ მაღალმთიან თემში. მესამე შემთხვევაში, ეს არის ადამიანი, რომელსაც არა აქვს საცხოვრებელი სახლი. მეოთხე შემთხვევაში ადამიანი, რომლის პროფესიული საქმიანობა ან წარმოებული პროდუქცია ითხოვს განსაკუთრებულ მარკეტინგულ ძალისხმევას.

²⁸ სოციალური მეწარმეობის ცენტრი. <http://segeorgia.org/tinfo.php?ID=14>

„სოციალური მეწარმეობის ცენტრის“ ვებ გვერდზე მოცემული სიის მიხედვით სამიზნე ჯგუფი წარმოდგენილია ცხრილის სახით.

N	სამიზნე ჯგუფი	შემთხვევა
1	შშმ პირი (მათ შორის ბავშვი და მისი მშობელი)	17
2	სხვადასხვა გეოგრაფიული თემის (მათ შორის მაღალმთიანი) მოსახლეობა (მათ შორის ქალი, ახალგაზრდა)	8
3	სოციალურად დაუცველი პირი	5
4	ტრადიციული რეწვის ოსტატი	4
5	ახალგაზრდა	3
6	კანონთან კონფლიქტში მყოფი პირი (მათგან პრობაციონერი, პირობითი მსჯავრდებული, ნარკომომხმარებელი)	2
7	მარტოხელა და მზრუნველობამოკლებული ხანდაზმული	2
8	კონფლიქტის შედეგად დაზარალებული პირი	2
9	იძულებით გადაადგილებული პირი	2
10	მიგრანტები და პოტენციური მიგრანტი	1
11	პენსიონერი	1
12	ქალი, რომელსაც სხვადასხვა სახის რთული პირობების გამო შეზღუდული აქვს თვითრეალიზაციის შესაძლებლობა	1
13	ბიოფერმერი	1
14	ბავშვი განვითარების შეფერხებით	1
15	სხვა	1

როგორც ამ ცხრილიდან ჩანს ყველაზე მეტი ორგანიზაცია მუშაობს შშმ პირებთან, როგორც ბავშვებთან ასევე სრულწლოვანებთან, და გეოგრაფიული ნიშნით გამოყოფილი თემის (უმეტეს წილად ახალგაზრდა, ქალი) წარმომადგენლებთან.

3.3.3. მისია

საწარმოთა მისია დიდ წილად განისაზღვრება სამიზნე ჯგუფითა და მისი მოთხოვნილებების სპეციფიკით.

პროდუქტი	სიხშირე
1 რესოციალიზაცია (დამოუკიდებელი ცხოვრების ხელშეწყობა)	11
2 დასაქმებაში ხელშეწყობა	10
3 თავშესაფარი	3
4 კულტურული გაცვლა	2
5 კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება	2
6 შინ მოვლა	2
7 განვითარების შეფერხების პრევენცია	1
8 გარემოზე ზრუნვა	1
9 საცხოვრებელი პირობების გაუმჯობესება	1

როგორც ვხედავთ რესოციალიზაცია-რეინტეგრაცია, მათ შორის დამოუკიდებელი შრომითი საქმიანობისათვის საჭირო უნარ-ჩვევების აღდგენა, და ხელშეწყობა დასაქმების დროს სოციალურ საწარმოთა მისიის სახით ყველაზე ხშირად გვხვდება.

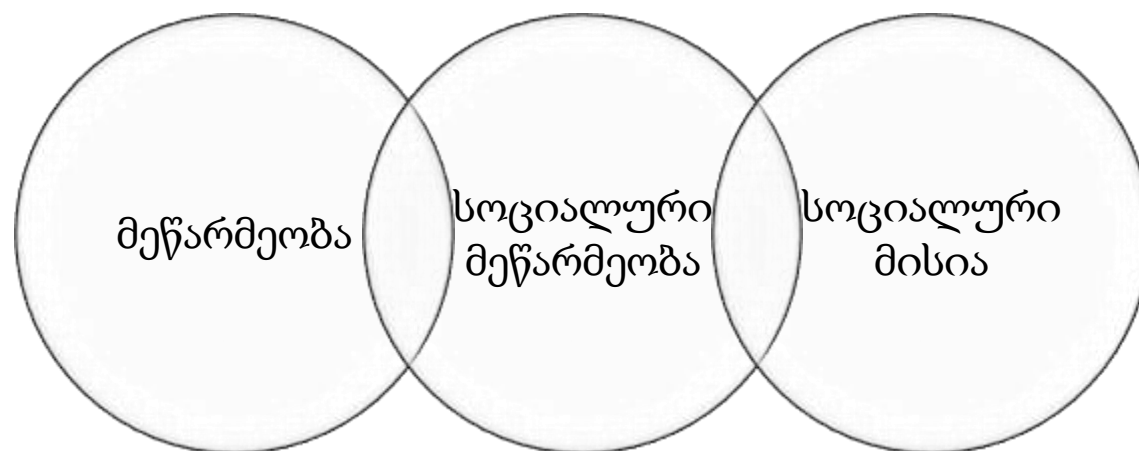
3.3.4. წარმოებული პროდუქცია

წარმოებული პროდუქციის ჩამონათვალი საკმაოდ ვრცელია

N	სასაქონლო კატეგორია	სიხშირე
1	სუვენირი (მათ შორის ხის და თექის)	9
2	მომსახურების სფერო (ავტომობილის შეკეთება, სასტუმრო მომსახურება, სახლების რემონტი, მაკულატურის გადამუშავება)	7
3	ტანსაცმელი და აქსესუარები	7
4	კვების ობიექტი	6
5	საკვები პროდუქტი	6
6	ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაცია (დღის ცენტრი) და მოვლა (მათ შორის სახლში)	5
7	სათამაშო (მათ შორის ბავშვის განვითარებისათვის)	4
8	სამკაული	4
9	ხის ავეჯი	3
10	პოლიგრაფია (მათ შორის მოსალოცი ბარათი)	2
11	ტექსტილი და სამკერვალო ნაწარმი	2
12	ადგილი სხვადასხვა ღონისძიებისათვის (ტრენინგის ორგანიზება და განთავსება)	1
13	აუდიო წიგნები	1
14	დამხმარე საშუალებები შშმ პირებისთვის	1
15	საკანცელარო ნივთები (ქაღალდი)	1
16	საყოფაცხოვრებო ნივთი (თეფში, სახილე, კალათი და სხვა)	1

ყველაზე ხშირად სოციალური საწარმო სუვენირულ პროდუქციას და ტანსაცმელს აწარმოებს ან მომსახურების სექტორში ეწევა საქმიანობას. ცალკე შეიძლება გამოვყოთ ფსიქო-სოციალური რეაბილიტაცია (დღის ცენტრი) და მოვლა (მათ შორის სახლში) როგორც საქმიანობის სფერო. თუ სხვა შემთხვევათა უმეტესობაში სოციალური საწარმოს მოგების მომტანი საქმიანობა დამხმარე ეკონომიკურ ხასიათს ატარებს, ამ შემთხვევათა დიდი ნაწილის განმასხვავებელი ნიშანია, რომ ძირითადი საქმიანობით მიღებული შემოსავალი უტოლდება მის ხარჯებს.

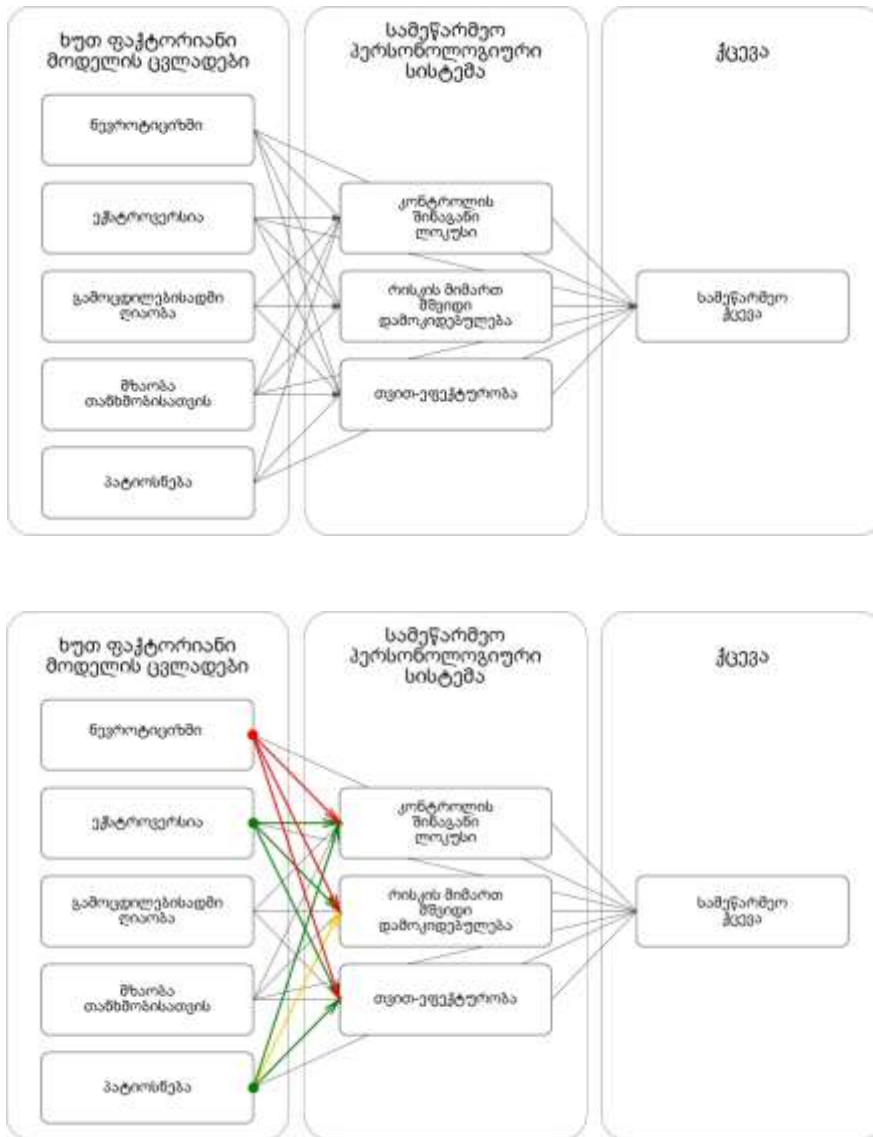
დიაგრამა 1. სოციალური და სამეწარმეო ასპექტების ერთობლიობა



დიაგრამა2. სოციალური მეწარმის მახასიათებლები

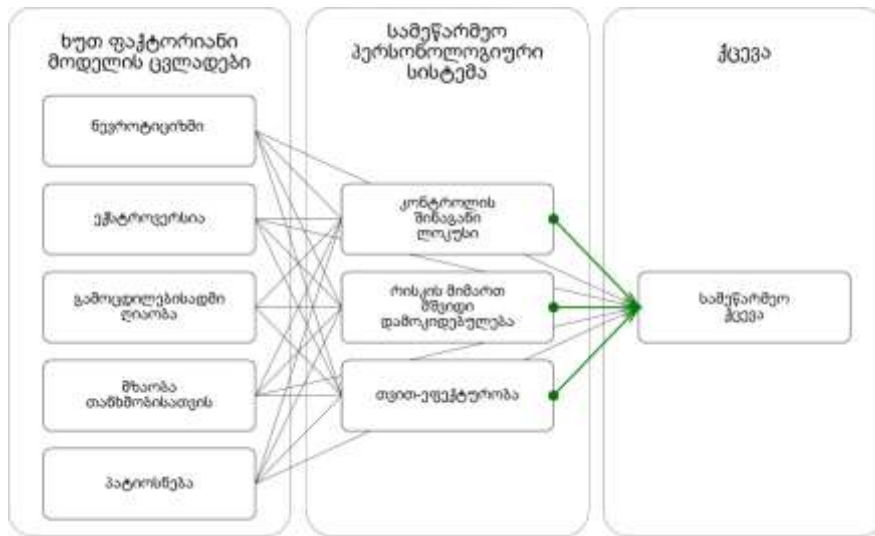


დიაგრამა 3. პიროვნულ და სამეწარმეო თვისებათა მოდელი

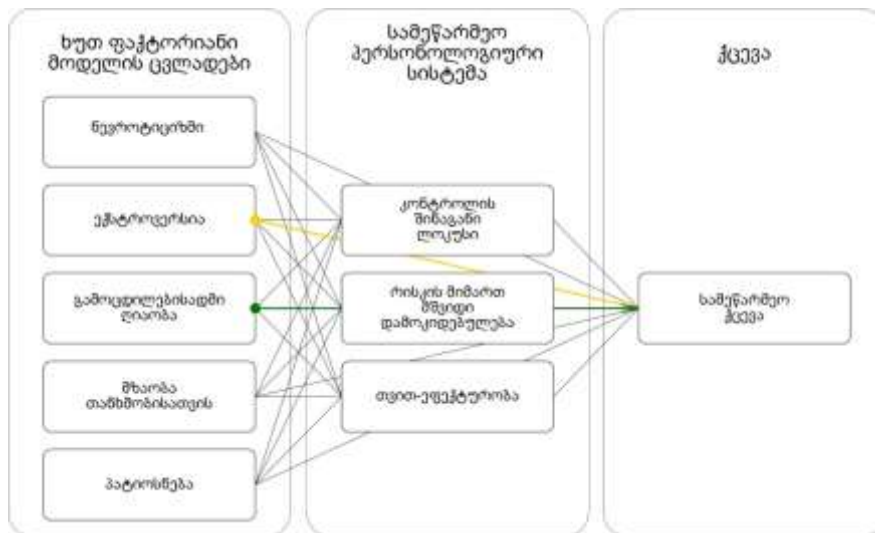


ზოგადი მოდელი

კავშირი პიროვნულ თვისებებსა და სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემას შორის

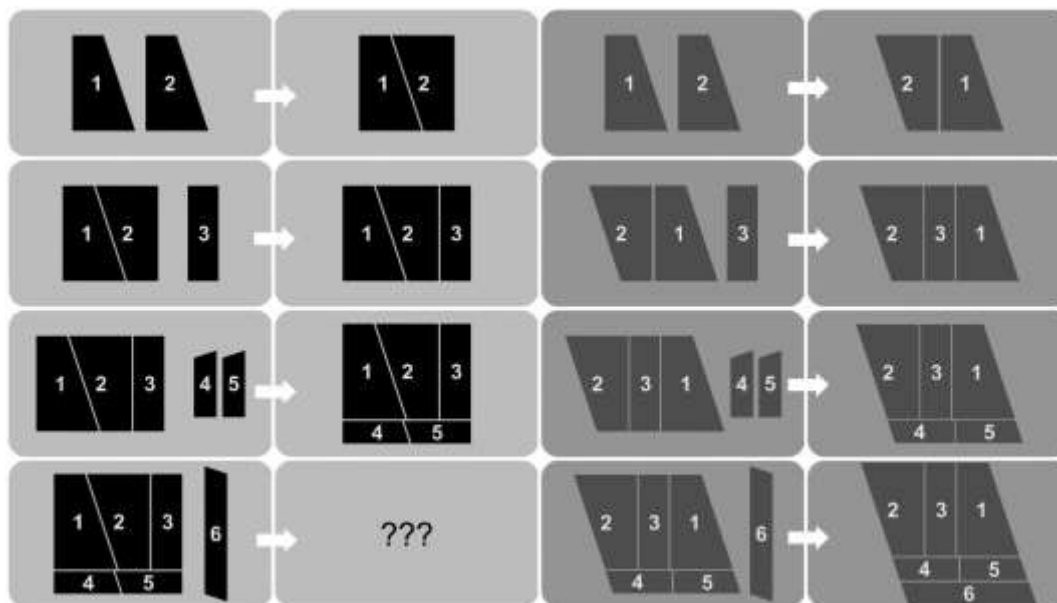


კავშირი სამეწარმეო პერსონოლოგიურ სისტემასა და სამეწარმეო ქცევას შორის

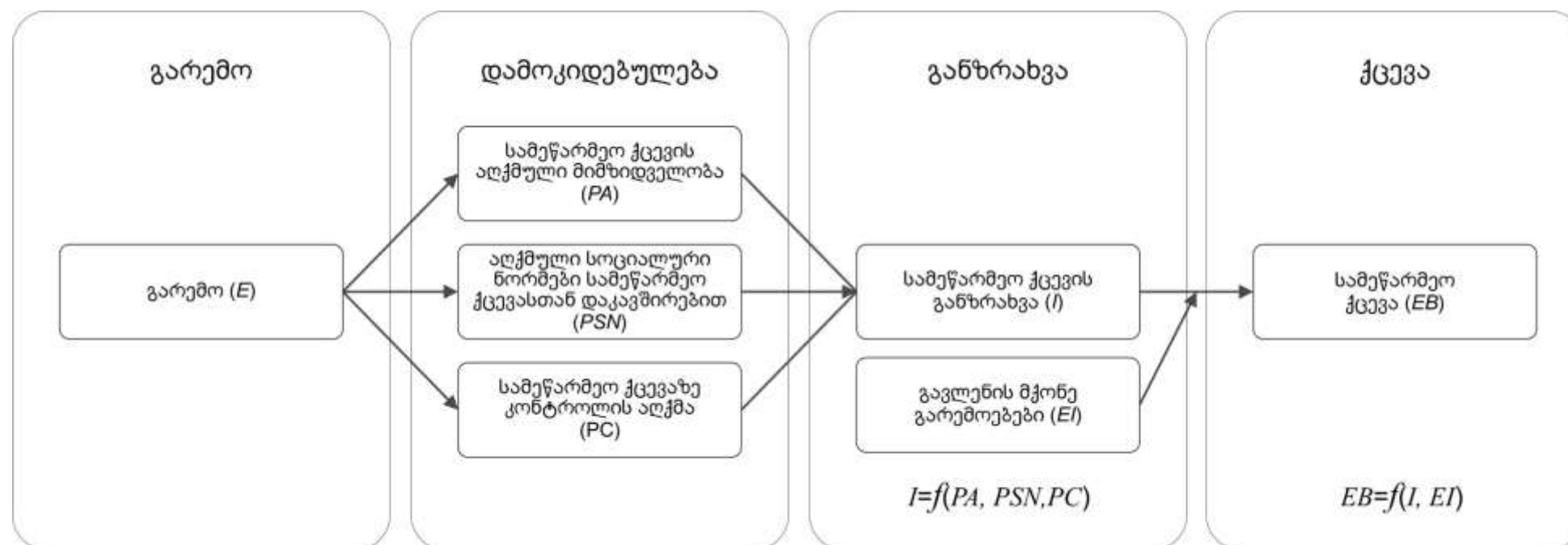


კავშირი პიროვნულ თვისებებსა და სამეწარმეო ქცევას შორის

დიაგრამა 4. ლატერალური აბრევნება



დიაგრამა 5. დაგეგმილი ქცევის მოდელი



გამოყენებული მასალა და წყაროები

თვალსაზრისო მასალა, რომელიც გამოყენებულ იქნა ტექსტში

სოციალური და სამეწარმეო ასპექტების ერთობლიობა	62
სოციალური მეწარმის მახასიათებლები	63
პიროვნულ და სამეწარმეო თვისებათა მოდელი.....	64
ლატენტური აზროვნება	66
დაგეგმილი ქცევის მოდელი.....	67

ლიტერატურული წყაროები, რომელიც გამოყენებულ იქნა ტექსტში

- Atkinson, J. (1957). Motivational Determinants Of Risktaking Behavior. *Psychological Review Vol. 64, No. 6*, 359-372.
- Austin , J., & Reficco, E. (2009). Corporate Social Entrepreneurship. *Harvard Business School, Working Paper 09-101*.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in Human Agency. *American Psychologist, Vol. 37, No. 2*, 122-147.
- Bandura, A. (1999). *Moral Disengagement In the Perpetration of Inhumanities, Personality and Social Psychology Review, Special Issue 3*, 193-209.
- Beugre, C. (2017). *Social Entrepreneurship: Managing the Creation of Social Value*. New York: Routledge.
- Bird, B. (1995). Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth. 2, 51-72. . *Toward a Theory of Entrepreneurial Competency*. Greenwich, CN: JAI Press.
- Bloomberg. (2014). *Gregory Dees: The Man Who Defined Social Entrepreneurship*. მოპოვებული <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-01-08/gregory-dees-the-man-who-defined-social-entrepreneurship-დან>
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship : what everyone needsto know*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Bosman , L., & Fernhaber, S. (2017). *Teaching the Entrepreneurial Mindset*. Springer International Publishing.
- Cardon, M., & Winsent, J. (2009). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion . *Academy of Management Review, Vol. 34, No. 3*, 511 - 532.
- Carver, C., & Scheier , M. (2017). *Perspectives on Personality (Eighth Edition)*. Pearson Education, Inc. .
- Certo, T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*51, გვ. 267—271.
- Covin, J., & Miles, M. (1999). Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 23, 47-63.
- CSR DG /CSE. (2014). *Center for Strategic Research and Development* . მოპოვებული The Center for Social Entrepreneurship: The List Of Social Enterprises : <http://segeorgia.org/info.php?ID=70&ln=en-დან>
- de Bono, E. (1990). *Lateral Thinking*. London: Penguin Books .
- Dees, G. J. (2001). The Meaning of Social Entrepreneurship.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Epstein, S. (1994). Trait theory as personality theory: Can a part be as great as the whole? *Psychological Inquiry. An International Journal for the Advancement of Psychological Theory, Volume 5, Issue 2*, 120-122.
- European Commission. (თ. გ.). *European Commission*. მოპოვებული Social enterprises: http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en -დან

- French, E. (1958). Effect of the Interaction of Motivation and Feedback on task performance. J. Atkinson-ში, *Motives in fantasy, action, and society* (გვ. 400-448). Princeton N.J., Van Nostrand.
- Fu-Lai Yu, T. (2001). Entrepreneurial Alertness and Discovery. *The Review of Austrian Economics* 14, 1, 47–63.
- Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? . *Entrepreneurship Theory and Practice, ET&P*, 47-68.
- Garzon, D. (2010). A comparison of personal entrepreneurial competences between entrepreneurs and CEOs in service sector. *Service Business*, 4, 289–303.
- Gifford, S. (1992). Allocation of Entrepreneurial Attention. *Journal of Economic Behavior and Organization* 19, 265-284.
- Grant, R. (1996). Toward a Knowledge Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, Vol. 17, 109-122.
- Grieco, C. (2015). *Assessing Social Impact of Social Enterprises*. Springer Briefs in Business.
- Grieco, D. (2007). The Entrepreneurial Decision: Theories, Determinants And Constraints. *Liuc Papers, Serie Economia e Impresa*, 54, 207.
- Hayek, F. (1945). The Use of Knowledge in Society. *The American Economic Review*, Vol. 35, No. 4, 519-530.
- Hoselitz, B. (1952). Early History of Entrepreneurial Theory. *Explorations in Entrepreneurial History*, volume 3, 193-220.
- Jenks, L. (1949). Role structure of entrepreneurial personality'. *Change and the Entrepreneur*. Harvard University Press, p. 108–152.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Koppl, R. (2007). Entrepreneurial Behavior as a Human Universal. M. M.-ში, *Entrepreneurship: The Engine of Growth* (გვ. 1-21). Westport, CT 06881: Praeger Publishers.
- Koudstaal, M., Sloof, R., & Praag, M. (2014). Risk, Uncertainty and Entrepreneurship: Evidence From a Large Lab-in-the-Field Experiment. *Management Science*, March, 2897-2915.
- Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 315-330.
- Lazarsfeld, P. (1959). Reflections on Business. *American Journal of Sociology*, Vol 65, No 1.
- Levi-Strauss, C. (1966). *The savage mind*. Weidenfeld and Nicolson, London. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Mair, J., & Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, 24 5, 419-435.
- Man, T., Lau, T., & Chan, K. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial. *Journal of Business Venturing Volume 17, Issue 2*, Pages 123-142.
- McAdams, D., & Pals, J. (2006). A new Big Five: fundamental principles for an integrative science of personality. *American Psychologist*, 61, 204–217.
- Mcclelland, D. (1961). *The Achieving Society*. New Jersey: J. Princeton, D. Van Nostrand Company, Inc.
- McCrae, R., & Costa, P. (2008). The five-factor theory of personality. R. W. O. P. John-ში, *Handbook of personality: theory and research 3rd ed.* (გვ. 159–181). NY: Guilford Press.
- McCrae, R., & Costa, P. (2010). *NEO Inventories*. Lutz, Florida: Psychological Assessment Resources, PAR.
- Mintzberg, H. (1973). The Nature of Managerial Work. New York: Harper & Row.
- Mischel, W., & Shoda, Y. (1995). A Cognitive-Affective System Theory of Personality: Reconceptualizing Situations, Dispositions, Dynamics, and Invariance in Personality Structure. *Psychological Review*, Vol. 102, No. 2, 246-268.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 16 Issue: 2, 92-111.
- Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2002). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Volume 8, Number 1, 76 - 87.
- Murray, H. (1947). *Explorations In Personality*. New York: Oxford University Press .

- Novogratz, J. (2005). *TED Global*. მოპოვებული Invest in Africa's own solutions:
https://www.ted.com/talks/jacqueline_novogratz_invests_in_ending_poverty/transcript#t-34697-დან
- Novogratz, J. (2007). *TEDGlobal*. მოპოვებული Patient capitalism:
https://www.ted.com/talks/jacqueline_novogratz_on_patient_capitalism-დან
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System. *Small Business Economics*, p. 203-211.
- Polanyi, M. (1910). *The tacit dimension*. Gloucester: Peter Smith Publisher Inc.
- Porter, M. (2013 წლის June). *TED*. მოპოვებული TED Talks: The case for letting business try to solve social problems:
https://www.ted.com/talks/michael_porter_why_business_can_be_good_at_solving_social_problems#t-386849-დან
- Rotter, J. (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied, Vol. 80*, 2-28.
- Sawyer, J. (1954). Entrepreneurship in period of rapid growth. Harvard University Research Center of Entrepreneurial History.
- Say, J.-B. (1880). *A Treatise on Political Economy*. Philadelphia: Claxton, Remsen & Haffelfinger.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harpers and Brothers.
- Seelosa, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 241-246.
- Stevenson, H. (1983). *A perspective on entrepreneurship*. . Boston: Harvard Business School Publishing.
- Stogdill, R. (1948). Personal Factors associated with leadership: A survey of literature. *Journal of Psychology, volume 25*, page 35–71.
- Sutton, F. (1954). Achievement norms and the motivation of entrepreneurs. Harvard University Research Center in Entrepreneurial History.
- Wilkinson, C. (2015). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Synthesis Report*. Luxembourg: European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion.
- Yunus, M. (2016). *YouTube*. მოპოვებული A History of Microfinance, TEDxVienna:
<https://www.youtube.com/watch?v=4dngBemXv8U>-დან
- Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing 24*, 519–532.
- საქართველოს მთავრობა. (2017 წლის 12 დეკემბერი). *საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე*. მოპოვებული 2018 წლის ჯანმრთელობის დაცვის სახელმწიფო პროგრამა:
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3972595?publication=0>-დან
- ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის მერია. (2016). *ჯანდაცვის პროგრამები*. მოპოვებული ჯანმრთელობის დაცვის ქვეპროგრამების თაობაზე მოკლე ინფორმაცია: <http://www.tbilisi.gov.ge/page/290> -დან