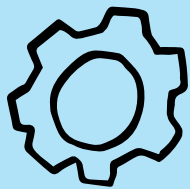
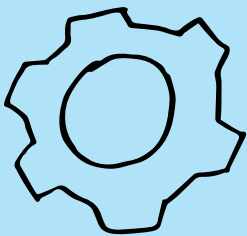
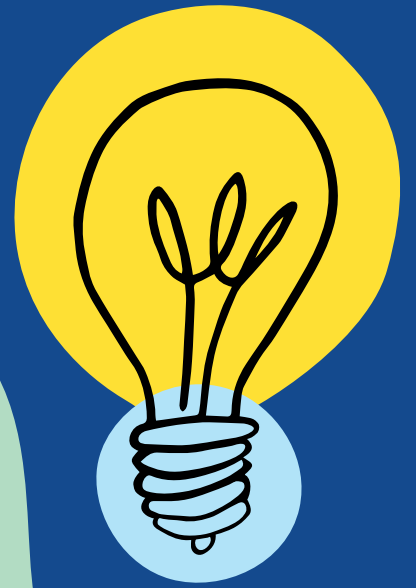


**ფინანსური
რესურსების
მობილიზების
შესაძლებლობები
ანაკრძალის
ანასამთავრობო
ორგანიზაციებისა და
სანიმუშიანი
ჯგუფებისთვის**



ავტორი: თეონა დალაქიშვილი
ილუსტრატორი: სალომე ჟვანია
რედაქტორი: ნინო ფხაკაძე

პუბლიკაცია მომზადებულია USAID-ის სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობის პროგრამის ფარგლებში.

სახელმძღვანელო ეფუძნება სლოვაკურ ვერსიას: Thullnerová Zuzana. Možnosti získavania zdrojov pre mimovládne neziskové organizácie. Abeceda financií pre mimovládne organizácie Center for Philanthropy no. 2022 / ფინანსური რესურსების მოძიების შესაძლებლობები არასამთავრობო და არაკომერციული ორგანიზაციებისათვის. ტულნეროვა ზუზანა. ფილანთროპიის ცენტრი. სლოვაკეთი. 2022.

ანგარიშის მომზადება შესაძლებელი გახდა ამერიკელი ხალხის გულუხვი დახმარების წყალობით, ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) დაფინანსებით. ანგარიშის შინაარსზე პასუხისმგებელია ავტორი. ის შესაძლოა არ გამოხატავდეს USAID-ის ან ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობის შეხედულებებს.

ანგარიშის მომზადება შესაძლებელი გახდა ასევე სლოვაკეთის საერთაშორისო განვითარების თანამშრომლობის სააგენტოს (SAIDC) ფინანსური მხარდაჭერით. დოკუმენტის შინაარსზე პასუხისმგებელია ავტორი. ის არ გამოხატავს სლოვაკეთის საერთაშორისო განვითარების თანამშრომლობის სააგენტოს (SAIDC) შეხედულებებს.



აკრონიმები

ADC	ავსტრიის განვითარების თანამშრომლობა
ADA	ავსტრიის განვითარების სააგენტო
CSR	კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა
CR	კორპორაციული პასუხისმგებლობა
CSRDG	საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი
CTC	ტრენინგებისა და კონსულტაციების ცენტრი
DANIDA	დანის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო
ECNL	არასამეწარმეო სამართლის ევროპული ცენტრი
EED	ევროპული ფონდი დემოკრატიისათვის
EWMI	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი
FAO	სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაცია
GIZ	გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის სააგენტო
GITA	საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო
IREX	საერთაშორისო კვლევისა და გაცვლების საბჭო
NGO	არასამთავრობო, არაკომერციული ორგანიზაცია
NED	ეროვნული ფონდი დემოკრატიისათვის
NORAD	ნორვეგიის განვითარების სააგენტო
RICDOG	სამეცნიერო-ინტელექტუალური კლუბი თაობათა დიალოგი
RDYE	ახალგაზრდული მეწარმეობა სოფლის განვითარებისთვის
RFSU	სქესობრივი განათლების შვედეთის ასოციაცია

SIDA	შვედეთის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო
UNICEF	გაეროს ბავშვთა ფონდი
UNDP	გაეროს განვითარების პროგრამა
W-GDP	ქალთა გლობალური განვითარება და კეთილდღეობა
სსო	სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაცია
ა(ი)იპ	არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი
შპს	შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება
შშმპ	შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირი
დღგ	დამატებითი ღირებულების გადასახადი

სარჩევი

■ შესავალი.....	7
■ ეკოსისტემის მოკლე აღწერა - გამოწვევები და შესაძლებლობები.....	8
■ სექტორებს შორის თანამშრომლობა.....	11
■ ფილანთროპია.....	15
◆ როგორ დავიწყოთ? რესურსების ანალიზი და ხარჯების განსაზღვრა.....	20
◆ სახალხო დაფინანსება (ქრაუდფანდინგი).....	23
◆ ციფრული ხელსაწყოები და ქრაუდფანდინგი.....	34
◆ სოციალური მედია და ქრაუდფანდინგი.....	39
◆ კერძო შემომწირველები და კომპანიებთან თანამშრომლობა.....	41
◆ კორპორაციული ფონდები და კორპორაციული (სოციალური) პასუხისმგებლობა.....	45
◆ სტრატეგიული ფილანთროპია.....	51
◆ ქრაუდსორსინგი და პრო ბონო, როგორც რესურსების მოზიდვის შესაძლებლობა.....	54
◆ მოტივებზე დაფუძნებული მარკეტინგი.....	60
◆ სათემო ფონდი.....	62
◆ ვენჩურული ფილანთროპია.....	66
■ თვითდაფინანსება.....	69
◆ სოციალური მენარმეობა.....	69
◆ სერვისებისა და პროდუქციის გაყიდვა.....	74
◆ საწევრო გადასახადი.....	77
◆ მეგობრებისა და მოხალისეების მოზიდვა (Friendraising).....	79
◆ თვითდაფინანსებისა და ფილანთროპიის საქართველოში ნაკლებად კოპულარული შესაძლებლობები.....	84
● თანხის შეგროვება დაბადების დღეზე.....	85
● მემკვიდრეობა.....	86
● „ანგელოზი ინვესტორები“.....	87
● სესხი.....	88

■ დაფინანსების შესაძლებლობები ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლების დონეზე.....	90
◆ სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამები ცენტრალურ დონეზე.....	92
● სახელმწიფო შესყიდვები.....	92
● „ანარმოე საქართველოში“.....	93
● პლატფორმა grants.gov.ge.....	95
● „უნარების სააგენტოს“ (Skills Agency) საგრანტო პროგრამა.....	96
● „ახალგაზრდობის სააგენტო“.....	96
● სტაჟირების პროგრამის თანადაფინანსება სახელმწიფოს მიერ.....	97
● ვაუჩერები.....	99
● სახელმწიფო დახმარება.....	99
◆ სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამები ადგილობრივ დონეზე.....	100
● მუნიციპალური დაფინანსება.....	101
● „სოფლის მხარდაჭერის პროგრამა“.....	101
● „შენი იდეა ქალაქის მერს“.....	102
● თბილისის მერია: ინოვაციური იდეებისა და ღონისძიებების მხარდაჭერა.....	103
● მუნიციპალური თანადაფინანსების პროგრამა.....	104
● სამოქალაქო მონაწილეობითი ბიუჯეტირება.....	105
■ საერთაშორისო დაფინანსების შესაძლებლობები - დონორები და გრანტები.....	109
◆ უცხო ქვეყნის საელჩოები და წარმომადგენლობები.....	113
■ დასკვნა.....	114
■ შეჯამება.....	115
■ სივრცე პრაქტიკული სამუშაოსთვის.....	117
◆ ცვლილების თეორია.....	118
◆ ამბის თხრობა (Storytelling canvas).....	120
◆ დამატებითი კითხვები მოკლე პრეზენტაციისთვის (PITCH).....	122
◆ სოციალური ბიზნესმოდელი.....	123
◆ ხარჯების ანალიზის კითხვარი.....	124
◆ სახალხო დაფინანსების მოდელი - ქრაუდფანდინგ კანვასი.....	125
■ USAID-ის სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობის პროგრამა.....	128
■ ბიბლიოგრაფია.....	129

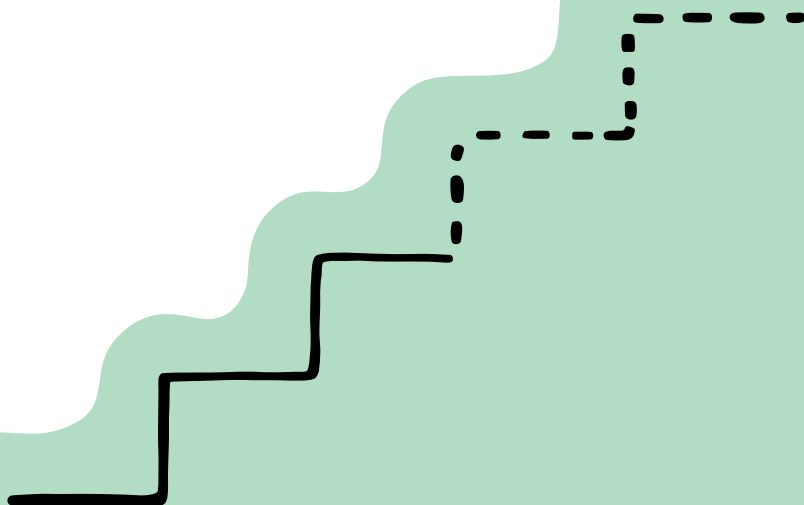
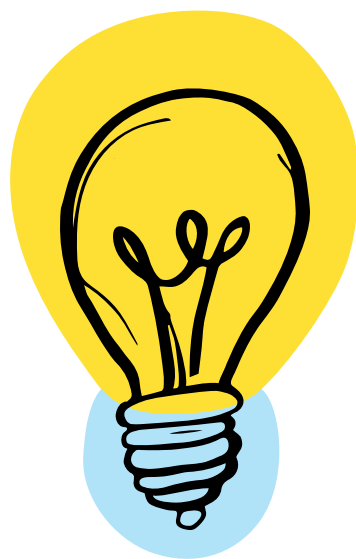
შესავალი

საქართველომ, როგორც დამოუკიდებელმა სახელმწიფომ, ბოლო სამი დეკადის განმავლობაში მოახერხა, შეექმნა ძლიერი სამოქალაქო სექტორი, რომელშიც წარმოდგენილია ასობით ორგანიზაცია და საინიციატივო ჯგუფი სხვადასხვა სამუშაო მიმართულებით. ამ ორგანიზაციების საქმიანობა მოიცავს ყველა იმ სფეროს, რომლებიც მნიშვნელოვანია ღირსეული სამოქალაქო საზოგადოების ჩამოყალიბებისთვის. თუმცა ხშირად ორგანიზაციების დიდ ნაწილს, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო, ასევე სათემო ორგანიზაციებს, აქვთ მდგრადი დაფინანსების, შესაბამისად, მედეგობის, მდგრადი შედეგებისა და გავლენის მოხდენის გამოწვევა. ამ გამოწვევის დაძლევისთვის მნიშვნელოვანია, რომ ორგანიზაციის წარმომადგენლებს - იმ ადამიანებს, რომლებიც ფონდებისა და რესურსების მოზიდვაზე არიან პასუხისმგებელნი, ჰქონდეთ სრულყოფილი ინფორმაცია, ერთი მხრივ, იმის თაობაზე, თუ რა ინსტრუმენტები არსებობს კლასიკური, დონორზე ფოკუსირებული ფონდების მოძიების გარდა, ხოლო, მეორე მხრივ, შეეძლოს ამ ინსტრუმენტების ეფექტიანად გამოყენება.

ჩვენი სახელმძღვანელოს მიზანიც სწორედ ამ საჭიროებას უკავშირდება. გვსურს, ორგანიზაციებისთვის შევქმნათ პრაქტიკული სახელმძღვანელო, რომელიც დაეხმარება მათ ფონდების მოძიების სწორად დაგეგმვასა და შემოსავლების დივერსიფიკაციაში მათივე მდგრადი განვითარებისთვის. ამ სახელმძღვანელოს ინსპირაცია გახდა სლოვაკური ანალოგი, „ფინანსური რესურსების მოძიების შესაძლებლობა არასამთავრობო და არაკომერციული ორგანიზაციებისთვის“, რომელიც 2022 წელს შეიქმნა ფილანთროპიის ცენტრის მიერ.

მოცემულ სახელმძღვანელოში განვიხილავთ ისეთ პრაქტიკებს, როგორიცაა: ფილანთროპია, სახალხო დაფინანსება, სოციალური მეწარმეობა, სექტორთაშორისი თანამშრომლობა. სახელმძღვანელო მაქსიმალურად დაგეხმარებათ, მიიღოთ როგორც თეორიული ინფორმაცია, ასევე გაეცნოთ პრაქტიკულ ინსტრუმენტებს. უფრო მეტიც, იმედი გვაქვს, რომ თავად შეძლებთ ამ ცოდნის გავრცელებასა და დანერგვას თქვენს ორგანიზაციებში. ელექტრონული ვერსია ხელმისაწვდომია ჩვენს ვებგვერდზე: www.ewmi-activism.org

ეკონისტაშის მუკდე აღწერა - გამონვევები და შესაქდებდობები



საქართველოში სამოქალაქო სექტორი საკმაოდ სწრაფი ტემპით ვითარდება. მუდმივად ჩნდება ახალი მიმართულებები, ახალი სათემო ინიციატივები, თუმცა, ამასთან ერთად, იზრდება კონკურენცია ორგანიზაციებს შორის და იკვეთება საგრანტო თანხების დეფიციტი.

ჯერ კიდევ 10 წლის წინ შეიქმნა სახალხო დაფინანსების (ქრაუდფანდინგის) ერთ-ერთი პირველი პლატფორმა we help, რომლის მიზანიც იყო, ერთი მხრივ, ქრაუდფანდინგ კულტურის ციფრულ სივრცეში გადატანა, ხოლო, მეორე მხრივ, ადამიანებისთვის საქველმოქმედო კამპანიების წარმართვის გამარტივება. საქველმოქმედო ორგანიზაციებს მანამდეც ჰქონდათ სახალხო დაფინანსების გამოცდილება, თუმცა მას ამ სახელით არ იცნობდნენ.

ორგანიზაციები სახალხო დაფინანსებით უფრო მეტად დაინტერესდნენ 2015 წლიდან, როდესაც ჩვენს რეგიონში ცნობილი გახდა ისეთი პლატფორმები, როგორცაა Indiegogo და Kickstarter, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მსგავს პლატფორმებზე განთავსებული ინიციატივების მხარდამჭერები, უმეტესად, საქართველოს ფარგლებს გარეთ ცხოვრობდნენ. 2015 წელს თბილისის წყალდიდობის დროს სწორედ indiegogo-ს საშუალებით მოხდა თბილისის დასახმარებლად საკმაოდ დიდი თანხის მობილიზება.

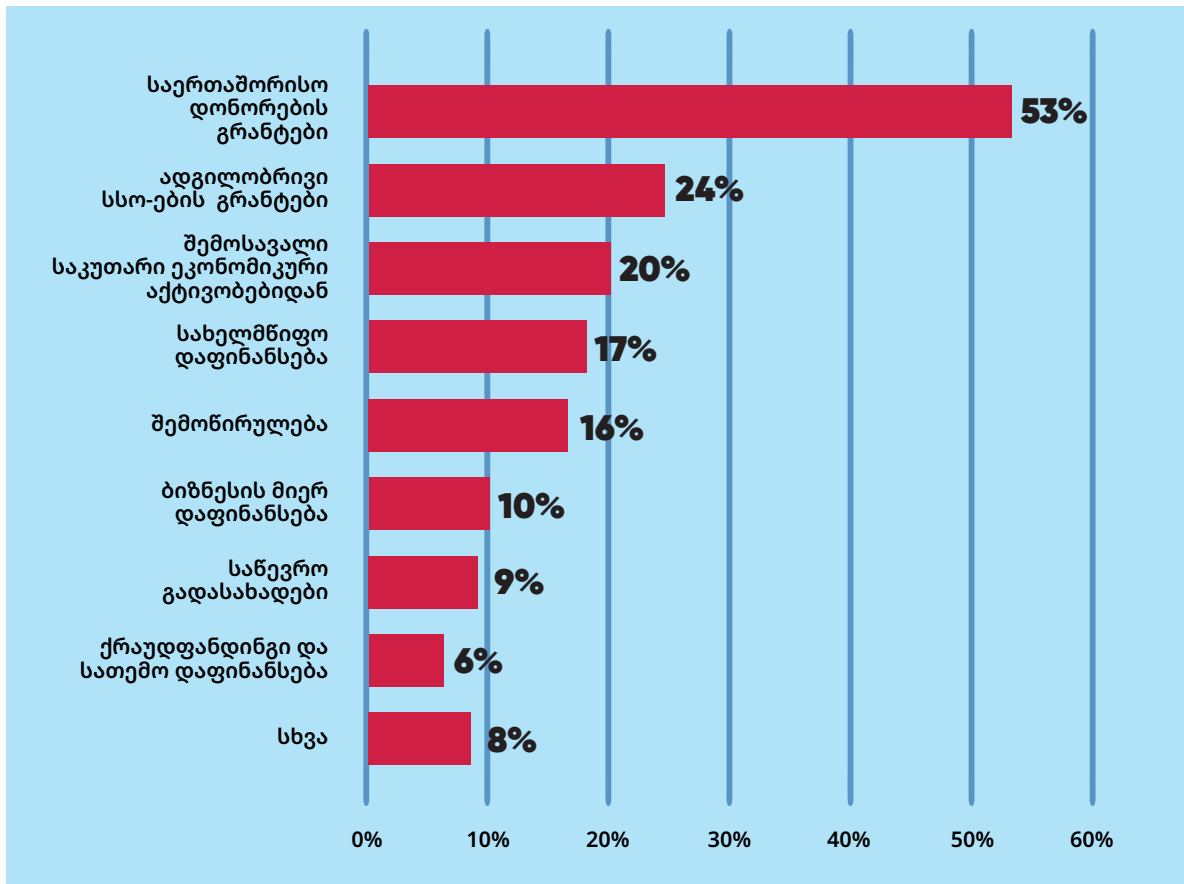
2017 წლიდან ორგანიზაციებმა უფრო აქტიურად დაიწყეს სახალხო დაფინანსების გამოყენება. „ცოდნის კაფე“ ამის კარგი მაგალითია. თავდაპირველად უმეტეს შემთხვევაში თანხა გროვდებოდა სოციალური ქსელების მეშვეობით, რადგან საკმაოდ დიდხანს არ არსებობდა პლატფორმა, რომლის გამოყენებითაც შესაძლებელი იქნებოდა თანხის შეგროვება ნებისმიერი იდეისთვის. ორგანიზაციის „ორბელიანი მეტი“ გამოჩენამ ეკოსისტემაზე დიდი გავლენა იქონია. დღეს სახალხო დაფინანსებას უფრო ფართოდ იყენებენ ორგანიზაციები და საინიციატივო ჯგუფები, მოსახლეობაც უფრო მეტად იცნობს მას.

2018-2019 წლებში ჩატარებული საქართველოს სამოქალაქო ინიციატივების შესახებ კვლევით დასტურდება, რომ ქართული სამოქალაქო ორგანიზაციების დაფინანსების ნახევარზე მეტი საერთაშორისო დონორებზე მოდიოდა (იხილეთ გამოსახულება)¹.

¹ ონლაინ გაცემასა და შემოწირულებაზე დაფუძნებული ქრაუდფანდინგის ეკოსისტემა საქართველოში. თბილისი. 2022.

როგორი წყაროებიდან მიიღო დაფინანსება ორგანიზაციამ?

(დასაშვებია რამდენიმე პასუხის გაცემა)



მნიშვნელოვანია, რომ 2009 წლიდან საქართველოში აქტიურად დაიწყო სოციალური მეწარმეობის განვითარება. მაშინ „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი“ იყო ერთ-ერთი პირველი ორგანიზაცია, რომელმაც სოციალური მეწარმეობის განვითარების მიმართულებით დაიწყო მუშაობა. შემდგომში უკვე სხვა ორგანიზაციებმა დაიწყეს ფიქრი იმაზე, რომ შემოსავლების დივერსიფიკაცია საკუთარი სერვისების გაყიდვითაც არის შესაძლებელი².

² საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი. <https://www.csrdg.ge/>

საქართვებს ზოგონს თანაბროგონოგონობა



დემოკრატიული საზოგადოების სამართლებრივი სისტემა სამი სექტორისგან შედგება. თითოეული მათგანი მართავს გარკვეულ მიმართულებას, რომელიც არის სპეციფიკური, ავტონომიური, განსაზღვრული უფლებამოსილებებითა და პასუხისმგებლობებით. ამავდროულად, ეს მიმართულებები ერწყმიან და ავსებენ ერთმანეთს. იმისთვის, რომ ქვეყანაში ხალხი კარგად ცხოვრობდეს, სამივე ერთმანეთს უნდა აბალანსებდეს.

ამ სექტორებს ჩვენ ვიცნობთ შემდეგი სახით:

საჯარო სექტორი

სახელმწიფო და ადგილობრივი ხელისუფლებები - განასახიერებენ გარკვეულ ფასეულობებს, ქმნიან კულტურულ და სოციალურ სტაბილურობას.

ბიზნესსექტორი

სამეწარმეო ორგანიზაციები - ემყარება ეკონომიკურ ინტერესებსა და მოგების მიღებას.

მესამე სექტორი

არასამთავრობო, არაკომერციული ორგანიზაციები, სამოქალაქო ინიციატივები და მოძრაობები - მათი მიზანია საზოგადოებრივ ცხოვრებაში ჩართული აქტიური ადამიანების საქმიანობის ხელშეწყობა.

ამ სექტორთა ერთობლივი შეთანხმებული მუშაობა უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი ძალების ეფექტიან რეალიზებას.

შესაძლებელია, დავახასიათოთ მესამე სექტორის თითოეული კომპონენტი:

არაკომერციული ორგანიზაცია, არაკომერციული სექტორი - ეს სახელწოდება ხაზს უსვამს ორგანიზაციის შექმნის არაკომერციულ მიზნებს, ან იმას, რომ მათი მთავარი ამოცანა, მიუხედავად ეკონომიკური საქმიანობის წარმოებისა, არ არის მოგებაზე ორიენტირება.

არასამთავრობო ორგანიზაცია, არასამთავრობო სექტორი - ამ სახელწოდებაში ხაზგასმულია ორგანიზაციის სახელმწიფოსგან, ხელისუფლებისა და ბიზნესისაგან დამოუკიდებლად ფუნქციონირება.

არასამთავრობო ორგანიზაციის სამართლებრივი ფორმა საქართველოში არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირია (ა(ა)იპ). ამ ტიპის ორგანიზაციას კანონმდებლობით მინიჭებული აქვს უფლება, განახორციელოს კანონით აუკრძალავი ნებისმიერი საქმიანობა, მიუხედავად იმისა, არის თუ არა ეს საქმიანობა მისი სადამფუძნებლო დოკუმენტებით გათვალისწინებული (დამხმარე სამეწარმეო საქმიანობის ჩათვლით)³.

³ დამხმარე სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად მიღებული მოგების განაწილება არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის დამფუძნებლებს, წევრებს, შემომწირველებს, აგრეთვე, ხელმძღვანელობისა და წარმომადგენლობითი უფლებამოსილების მქონე პირებს შორის დაუშვებელია.

სამოქალაქო სექტორი - ამ ტერმინით ყურადღება მახვილდება სამოქალაქო საზოგადოებასთან კავშირზე, არაპოლიტიკური (არაპარტიული) სტრუქტურების მეშვეობით საზოგადოებრივ საქმეთა მართვაში მოქალაქეთა მონაწილეობაზე.

საქველმოქმედო ორგანიზაცია საზოგადოებაში აღიქმება, როგორც ორგანიზაცია, რომელიც ფოკუსირებულია ქველმოქმედებასა და შეჭირვებულთა დახმარებაზე. საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად, საქველმოქმედო ორგანიზაცია შესაძლოა არ ეხმარებოდეს ფინანსურად მონყვლად ჯგუფებს, თუმცა მისი აქტივობები მაინც საქველმოქმედო საქმიანობის განმარტების ქვეშ მოექცეს.

საქართველოს „საგადასახადო კოდექსის“ 32-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, საქველმოქმედო ორგანიზაციის სტატუსი ენიჭება ორგანიზაციას, რომელიც შექმნილია საქველმოქმედო საქმიანობის განსახორციელებლად, რეგისტრირებულია კანონმდებლობით დადგენილი წესით, აქვს საქველმოქმედო საქმიანობის არანაკლებ ერთი წლის გამოცდილება და აკმაყოფილებს აღნიშნული მუხლის მოთხოვნებს.

თავად საქველმოქმედო საქმიანობა, მონყვლადი ჯგუფების მხარდაჭერის გარდა, მოიცავს საზოგადოებისათვის სასარგებლო საქმიანობას შემდეგ სფეროებში: ადამიანის უფლებების დაცვა, გარემოს დაცვა, დემოკრატიისა და სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება, კულტურა, განათლება, მეცნიერება, ჯანმრთელობის დაცვა, სოციალური დაცვა, ფიზიკური აღზრდა და სამოყვარულო სპორტი, ხელოვნება.

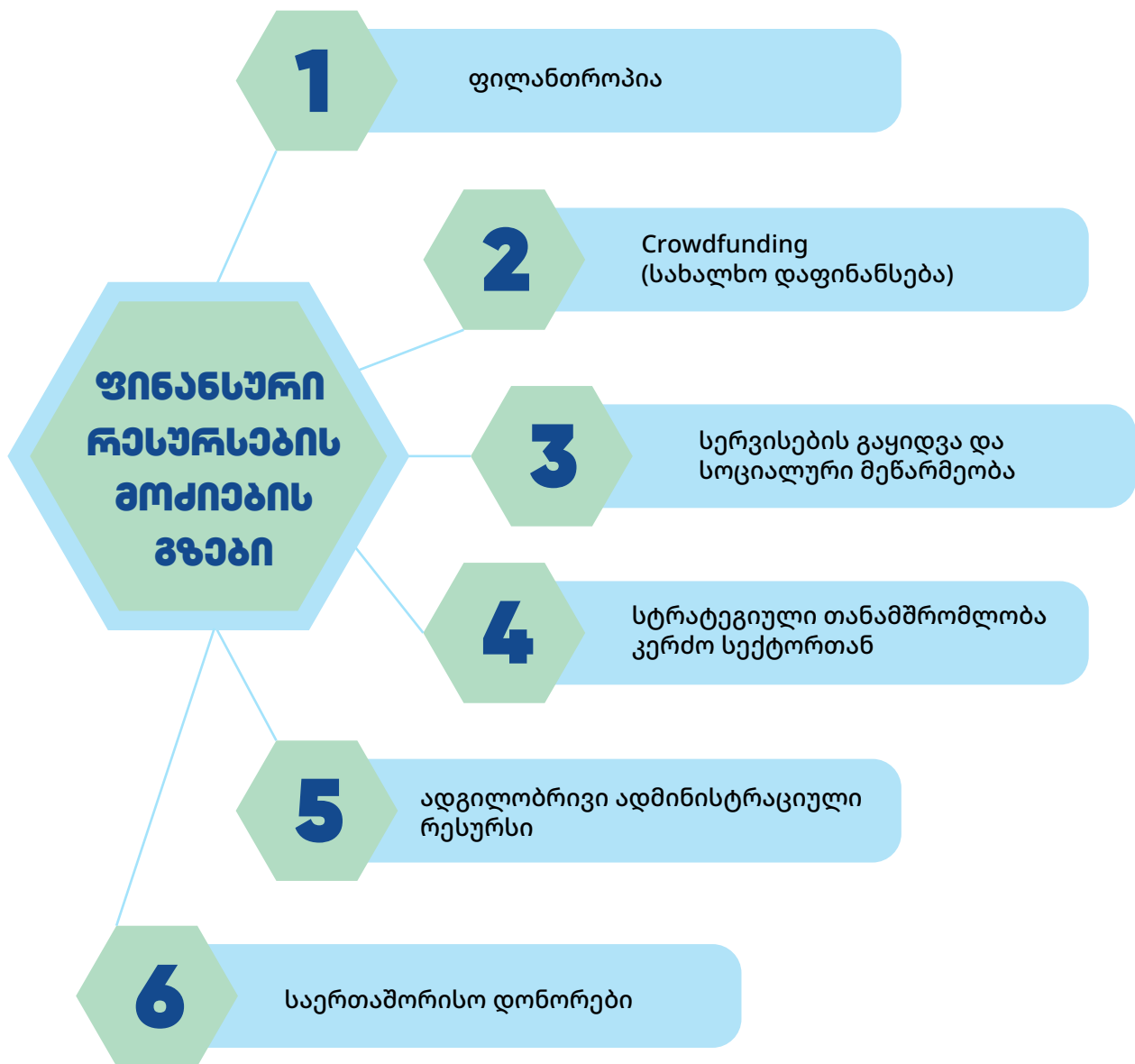
არასამთავრობო არაკომერციული ორგანიზაციები (NGO) დამფუძნებელთა დამოუკიდებელი ინიციატივით იქმნება. ისინი ხშირად იმაზე სწრაფად რეაგირებენ ხალხის საჭიროებებზე და აქტიურები არიან გარკვეულ სფეროებში, ვიდრე საჯარო სექტორი თავისი კომპეტენციებით. იმისთვის, რომ არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირები (ა(ა)იპ) სისტემატურად განვითარდნენ, მათ სჭირდებათ დაფინანსება, რაც შეიძლება უზრუნველყოფილი იყოს არა მხოლოდ საერთაშორისო დონორების, ან/და სახელმწიფო და ბიზნესსექტორის, არამედ საქართველოს მოქალაქეების მხრიდან.

არასამთავრობო არაკომერციული ორგანიზაციები არ საქმიანობენ მოგების მიღების მიზნით, თუმცა მათ სჭირდებათ ფინანსური უზრუნველყოფა გარკვეული წყაროებიდან. ხშირად გამოწვევას წარმოადგენს ის, რომ ეს დაფინანსება იყოს მდგრადი, მედეგი და ხელი შეუწყოს არსებულ გამოწვევებზე არასამთავრობო სექტორის სწრაფ რეაგირებას.

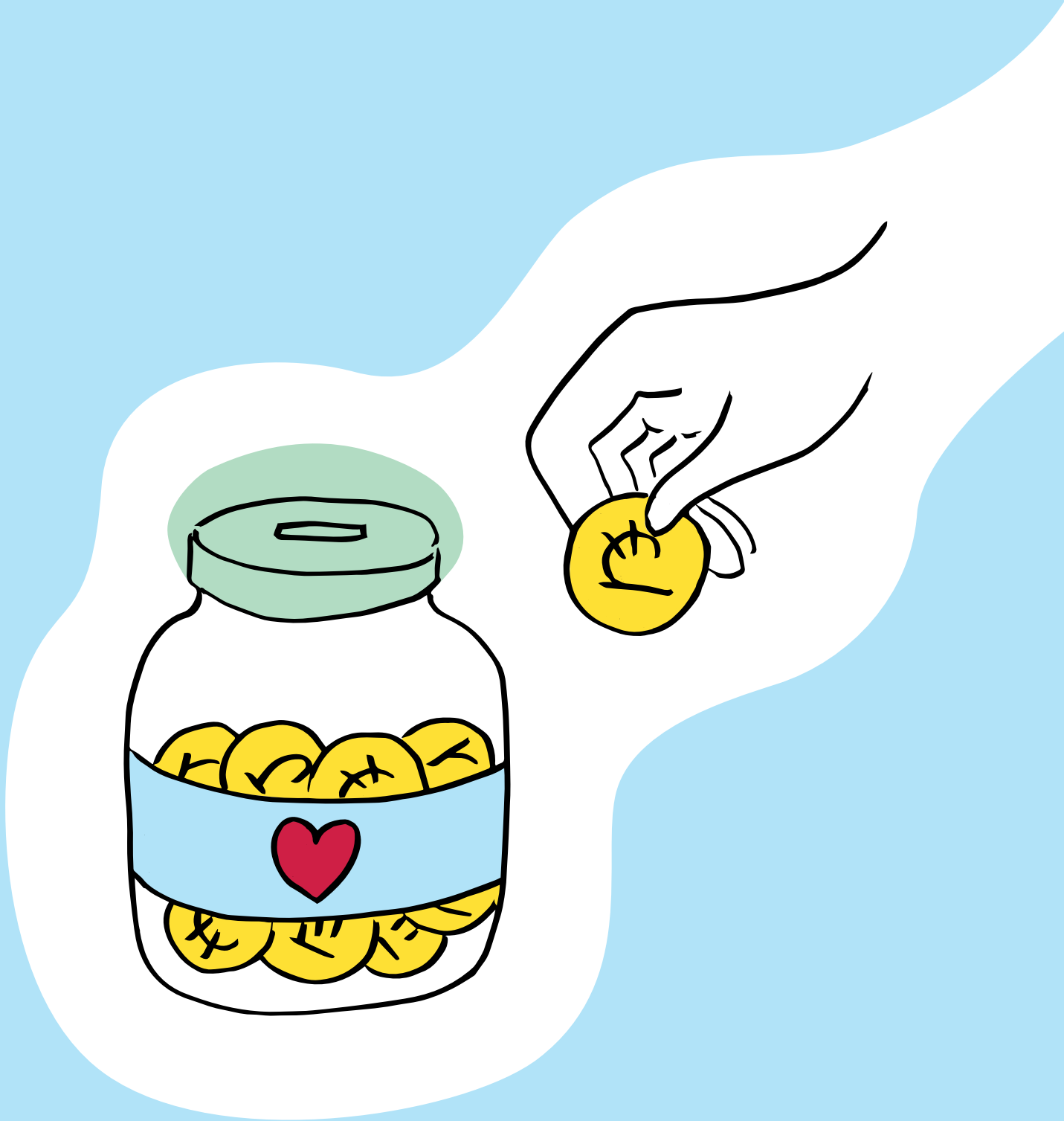
იმისთვის, რომ არასამთავრობო არაკომერციულ ორგანიზაციებს ჰქონდეთ მდგრადი დაფინანსება, მნიშვნელოვანია, მათ კარგად იცოდნენ

დაფინანსების მოძიების სხვადასხვა გზა. დღესდღეობით ორგანიზაციების დიდი ნაწილი საქართველოში უცხოურ გრანტებზეა დამოკიდებული, ამიტომ გაგაცნობთ სხვა ინსტრუმენტებს, რომლებიც ორგანიზაციებს დაეხმარება ალტერნატიული დაფინანსების მოძიებაში.

ჩვენს სახელმძღვანელოში დაფინანსების მოძიების სხვადასხვა შესაძლებლობას შევხებით. ზოგი მათგანი კარგად ნაცნობია, სხვები კი, შესაძლოა, სიახლეს წარმოადგენდეს ორგანიზაციებისა და საინიციატივო ჯგუფებისთვის. ესენია:



ფინანსოვნობა



ფილანთროპია განიმარტება, როგორც კერძო რესურსების გამოყენება საზოგადოებრივი სიკეთისთვის. აღნიშნულში იგულისხმება ფინანსური, ადამიანური და დროის რესურსების უსასყიდლო გაღება საჯარო სიკეთის შესაქმნელად. გარდა ამისა, ტერმინის უკეთ აღსაწერად მნიშვნელოვანია მისი მოხალისეობრივი, ნებაყოფლობითი ხასიათის ხაზგასმა. ამის გათვალისწინებით, ფილანთროპია განიმარტება, როგორც:

- რესურსების მოხალისეობრივი და ნებაყოფლობითი გაღება ან გაერთიანება სხვათა სასარგებლოდ;
- დროისა და ფულის ნებაყოფლობითი გაღება ან მიღება საქველმოქმედო მიზნებისთვის და ცხოვრების ხარისხის გასაუმჯობესებლად;
- პერსონალური რესურსებისა და უნარების გამოყენება სპეციფიკური საჯარო გამოწვევების საპასუხოდ.

ტერმინი „ფილანთროპია“ ასევე გამოიყენება არასამეწარმეო ორგანიზაციების საქმიანობის აღსაწერად⁴.

ტერმინის კიდევ ერთი განმარტების თანახმად, მასში იგულისხმება „თანხის, დროის, ინფორმაციის, საქონლისა და მომსახურების გაღება კაცობრიობისა და საზოგადოების კეთილდღეობისათვის.“ ეს განმარტება შედარებით უფრო ვიწროა და ხაზს უსვამს რესურსების დაგეგმილ და სტრუქტურირებულ გადაცემას. ტერმინის მრავალფეროვანი განმარტებების ანალიზის შედეგად ყალიბდება მისი შემდეგი ძირითადი მახასიათებლები:

- ფილანთროპია გულისხმობს რესურსების გაღებას მნიშვნელოვანი და საჯარო მიზნების მისაღწევად;
- ფილანთროპია მიზნად ისახავს სოციალური მდგრადობის, აქტიური მოქალაქეობის წახალისებას, რომლებიც მიმართულია საზოგადოებრივი უთანასწორობის აღმოფხვრის, მოწყვლად პირთა ჯგუფების დაცვის, ბუნების გადარჩენისა და სხვა პასუხგაუცემელი სოციალური და საზოგადოებრივი გამოწვევების გადალახვისა და ხელშესახები შედეგების მიღწევისკენ.

სიტყვა „ფილანთროპია“ კაცთმოყვარეობას⁵ ნიშნავს. ჩვენი სახელმძღვანელოს კონტექსტში ტერმინი, ძირითადად, ეხება მიმართებას სხვა ადამიანებთან, გარემოსთან, ბუნებასთან, კულტურასთან, სამართლიანობასა და ადამიანის უფლებებთან. ფილანთროპია არის ურთიერთობა, სამყაროსთან კავშირი და მასზე ზრუნვა. ჩვენ აღვიქვამთ შემოწირულებას, როგორც ურთიერთობას დონორთან, რომელმაც გადაწყვიტა, ფინანსურად მხარი დაუჭიროს არასამთავრობო ორგანიზაციას, გაჭირვებულ ოჯახს, თემს ან ახალგაზრდას, რომელსაც თანხა ესაჭიროება სწავლის გადასახადის დასაფარად. ფილანთროპია ბევრად ფართოა, ვიდრე მხოლოდ არასამთავრობო სექტორის მხარდაჭერა.

⁴ <https://cpf.sk/>

⁵ ფილანთროპია [ბერძ. Philanthrōpia] - კაცთმოყვარეობა; ქველმოქმედება; მოწყალება (ქართული ენის განმარტებითი ლექსიკონი).

ფილანთროპიის საინტერესო მაგალითებს საქართველოში ჯერ კიდევ მე-19 საუკუნეში ვხვდებით. ამ პერიოდში ქალები აქტიურად ერთვებიან საზოგადოებრივი საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში და მოიძიებენ რესურსებს საჭიროებისათვის. ამის კარგი მაგალითია ცნობილი ქართველი მწერალი ეკატერინე გაბაშვილი, რომელიც მუდმივად აკვირდებოდა საქართველოში საზოგადოებრივი ცხოვრების პროგრესს და აქტიურად მონაწილეობდა მის განვითარებაში. იგი ბიბლიოთეკებს წიგნებით ამარაგებდა, რათა მეტ ადამიანს ესარგებლა სათანადო ლიტერატურით. 1890-იან წლებში მან და მისმა თანამებრძოლებმა წამოჭრეს ქალთა სკოლის გახსნის საკითხი, რაც დაგვირგვინდა კიდევ საზეიმო გახსნით მისსავე სახლში. ამის პარალელურად, აქტიურად მიმდინარეობდა თანხებისა და რესურსების მოძიებები, რათა ქალებს დასაქმების შესაძლებლობაც ჰქონოდათ. ამას საქართველოში იმ პერიოდში ორგანიზაციული სახე არ მისცემია და მხოლოდ ქალთა წრეების ფარგლებში დარჩა. გასაბჭოებამ ფილანთროპიული საქმიანობა საქართველოში შეაჩერა, თუმცა ეს ტრადიცია მყარად არის დამკვიდრებული ქართულ საზოგადოებაში.

ყველას არ შეუძლია, დრო დაუთმოს იმ პრობლემურ თემას, რომელიც მას მნიშვნელოვნად მიაჩნია, თუმცა შეუძლია, დაეხმაროს სხვა ორგანიზაციას მის მოგვარებაში. სამუშაო მიმართულებები განსხვავებულია: ბუნების დაცვა, ადამიანის უფლებების დაცვა, უსახლკარო ადამიანების, ავადმყოფების, ძალადობის მსხვერპლი ქალებისა და ბავშვების დახმარება. დონორსა და ორგანიზაციას შორის ურთიერთობა ნდობაზეა დაფუძნებული.

როდესაც ფილანთროპიასა და შემოწირულებაზე ვსაუბრობთ, უნდა გვესმოდეს, რომ ეს არის ურთიერთობა, რომელსაც სჭირდება შენარჩუნება. ნდობა იქმნება საერთო გამოცდილების საფუძველზე, რისი წყალობითაც კერძო დონორმა იცის, რას უნდა ელოდოს ორგანიზაციისგან. ეს ქმნის უსაფრთხოების განცდას და აყალიბებს ნდობას დონორსა და მიმღებს შორის. ნდობა მნიშვნელოვანია იმისთვის, რომ ადამიანებმა თავისუფლად მიიღონ გადაწყვეტილება და შესწირონ თანხები, საჩუქრები, შესთავაზონ სერვისები, დაუთმონ დრო, ყურადღება, გაუზიარონ იდეები იმ ორგანიზაციებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ სხვების დახმარებას ან საჯარო სამსახურის საქმიანობას. ეს ნდობა ყალიბდება პირადი გამოცდილებით, ოჯახის ან ნაცნობების შუამავლობით.

კვლევები გვაჩვენებს, რომ ადამიანებს, რომლებიც მოხალისეებად მუშაობენ ან სხვაგვარად არიან დაკავშირებული არაკომერციულ სექტორთან, უფრო პოზიტიური დამოკიდებულება აქვთ შემოწირულების მიმართ. მათ ასევე უფრო მეტად შეუძლიათ, განასხვავონ კომპლექსური ეფექტური დახმარება და მოთხოვნის ერთქერადი დაკმაყოფილება. ადამიანებს, რომლებსაც არ აქვთ ასეთი გამოცდილება, ხშირად აქვთ თავშეკავებული დამოკიდებულება

შემოწირულების მიმართ, რაც გამოწვეულია ფულის არასწორად გამოყენების შიშით.

შემოწირულების მთავარი მამოძრავებელი ძალა არის ის, რომ სოციალური მიზნის მიღწევა შესაძლებელი გახდეს. პრაქტიკა გვაჩვენებს, რომ უმეტესად მოთხოვნა მოდის ორგანიზაციისგან, რომელსაც გარკვეული თანხა ესაჭიროება თავისი საქმიანობისთვის. ადამიანები ხშირად ვერც კი აცნობიერებენ, რომ შეუძლიათ შემოწირულება ორგანიზაციის მოთხოვნის გარეშეც გაიღონ.

მეორე მიზეზი, რის გამოც დონორი გასცემს თანხას, არის დონორის შინაგანი განცდა, ღირებულებები. საკითხი, რომელსაც ორგანიზაცია ეხება, ადამიანში აღძრავს ინტერესს, ემოციებს და რეზონირდება მის შინაგან გამოცდილებასთან. ეს ენთუზიაზმი თავის ტვინში ათავისუფლებს ენდორფინებსა და დოფამინს, ბედნიერების ჰორმონებსა და სასიამოვნო გრძნობებს. შემოწირულების გაღებით დონორი თავს კარგად გრძნობს, სიამოვნებით ეხმარება სხვებს და ამაყობს საკუთარი თავით. სწორედ ასე გასცემს ადამიანების უმეტესობა შემოწირულებებს.

დონორებს შეუძლიათ, გამოიყენონ შემოწირულების რამდენიმე გზა: 1. ანონიმურად გაიღონ შემოწირულება, მაგალითად: ფული ჩააგდონ ორგანიზაციის მიერ განთავსებულ საჯარო სახსრების მოზიდვის ყუთში ან ფული ჩარიცხონ ორგანიზაციის ანგარიშზე. ეს, რა თქმა უნდა, დაეხმარება ორგანიზაციას, მაგრამ ამ უკანასკნელს არ მიეცემა შესაძლებლობა, მადლობა გადაუხადოს შემომწირველს ან აცნობოს, თუ როგორ დაეხმარა ორგანიზაციას ეს შემოწირულება; 2. შემოწირულება გაიღონ საკუთარი სახელით, ხელშეკრულების საშუალებით, უშუალოდ ორგანიზაციასთან ხელშეკრულების გაფორმებით ან ონლაინ სერვისების საშუალებით, რომლებიც საქართველოშიც არსებობს. ამ შემთხვევაში კონტრაქტი, პრაქტიკულად, ფორმდება შემოწირულების გაღების მომენტში და ორგანიზაციას საშუალება ეძლევა, ურთიერთობა დაამყაროს დონორებთან.

როგორც ერის ფრომი ამბობს, „სიყვარული უპირველესად გადანყვეტილებაა“.

მეტაფორული აღწერით, ერთჯერადი საჩუქარი ემოციურად ჰგავს შეყვარებას, ხოლო რეგულარული გაცემა გრძელვადიანია და ასოცირდება ვალდებულებასთან, როგორცაა ქორწინება. ეს არის ის, რასაც დონორიც და ორგანიზაციაც გრძელვადიან პერსპექტივაში ეყრდნობიან. მიუხედავად იმისა, რომ დონორს შეუძლია, ნებისმიერ დროს შეწყვიტოს შემოწირულება, ამ შემოწირულების გათვალისწინება ორგანიზაციას საშუალებას აძლევს, უკეთ დაგეგმოს თავისი საქმიანობა. ორგანიზაციის პასუხისმგებლობაა რეგულარული შემოწირულების შენარჩუნება. დონორი ინფორმირებული უნდა

იყოს, თუ როგორ ეხმარება შემოწირულება ორგანიზაციას და რატომ არის ეს მისთვის მნიშვნელოვანი. ამას მოაქვს სტაბილურობა და ქმნის დამოუკიდებელ სამოქალაქო საზოგადოებას, რომელსაც ჰყავს მხარდამჭერი.

ონლაინ სივრცეში შემოწირულება ორგანიზაციასა და დონორს შორის ურთიერთობის დამყარების კარგი საშუალებაა. ბევრი ორგანიზაცია იყენებს პროფესიონალურ ინსტრუმენტებს დონორებთან კომუნიკაციისთვის. მნიშვნელოვანია, რომ შემოწირულება მაქსიმალურად გაადვილდეს და დონორი არ „დაიკარგოს“. საამისოდ შემოწირულების შესაძლებლობის ბმული პირდაპირ უნდა მიეთითოს ორგანიზაციის მთავარ გვერდზე.

როგორ დავინწყით? ჩასურსების ანალიზი და ხარჯების განსაზღვრა

ფონდების მოძიების პროცესში ყველაზე ხშირად დაშვებული შეცდომა ხარჯებისა და რესურსების არასწორ გათვლას უკავშირდება. თუკი ჩვენ დასაწყისშივე არ განვსაზღვრავთ, რა ტიპის რესურსი გვესაჭიროება, გაგვიჭირდება ფონდების მოძიების სწორი სტრატეგიის შემუშავება. ასევე გაგვიჭირდება შესაბამისი ინსტრუმენტების სწორად გამოყენება. პირველ რიგში უნდა დავსვათ კითხვა: რა ხარჯები გვაქვს და რისთვის გვჭირდება ფული?

დავინწყით ხარჯებით: აქ მნიშვნელოვანია, განვსაზღვროთ, რა გვჭირდება - თანხა თუ რესურსი? ხშირ შემთხვევაში დასაწყებად საჭირო რესურსების მოძიება თანხის გარეშეცაა შესაძლებელი.

გარდა დონორებისგან მიღებული შემოსავლისა, მნიშვნელოვანია სწორედ ის რესურსები, რომლებიც შესაძლოა მოიძიოთ თანხის გარეშეც. ხშირად ორგანიზაციები სწორედ ამ დიდ შეცდომას უშვებენ: ელოდებიან დიდ თანხას ან ინვესტიციას, ნაცვლად რესურსების მოძიებისა.

დაფიქრდით:

- რაზე შეგიძლიათ თანხის დაზოგვა?
- ვის შეუძლია თქვენი მხარდაჭერა?
- რისი მიღება შეგიძლიათ ფულის გარეშე?
- რომელი ხარჯების ჩანაცვლება არის შეუძლებელი?

არსებობს 4 ტიპის რესურსი:

- ◆ ადამიანური (თანამშრომლები, მოხალისეები);
- ◆ ფიზიკური (ტექნიკა, სივრცე, კვება);
- ◆ ინტელექტუალური (ცოდნა);
- ◆ ფინანსური (ფული).

მას შემდეგ, რაც განსაზღვრავთ რესურსებს, ყოველთვის ეცადეთ, იფიქროთ არა მხოლოდ იმ ორგანიზაციებსა და დონორებზე, რომლებიც ფინანსური რესურსით დაგეხმარებათ, არამედ ისეთ პარტნიორებზეც, რომლებიც ამ რესურსებს უსასყიდლოდ მოგაწვდიან. ეს შეიძლება იყოს კომპანია, რომელიც დაგითმობთ სივრცეს, გაგიწევთ კონსულტაციას მარკეტინგული კამპანიის სწორად დაგეგმვაში ან თქვენი მეგობარი, რომელიც მოხალისეობრივად შეასრულებს ბუღალტრის საქმიანობას. ყოველთვის ეცადეთ, მოითხოვოთ რესურსი და არა ფული. გახსოვდეთ, ძალიან მნიშვნელოვანია შემოსავლების დივერსიფიკაცია.

შეგვიძლია ერთმანეთისგან განვასხვაოთ 4 ტიპის ხარჯი:

მუდმივი ხარჯი - ხარჯი, რომელიც მუდმივად გადასახდელია, მიუხედავად იმისა, იზრდება თუ მცირდება პროდუქცია (ოფისის ქირა, მუდმივი თანამშრომლების ხელფასი);

ცვალებადი ხარჯი - ეს ხარჯი იცვლება იმისდა მიხედვით, იზრდება თუ არა პროდუქტის წარმოება (კონკრეტული პროექტის თანამშრომლების ხელფასი, მასალის ხარჯი);

პირდაპირი ხარჯი - ეს ხარჯია, რომელიც პირდაპირ არის დაკავშირებული კონკრეტულ პროდუქტთან (ტრანსპორტირების ხარჯი, დაქირავებული მუშახელის ხარჯი);

არაპირდაპირი ხარჯი - ეს ხარჯი არსებობს კომპანიაში, მაგრამ პირდაპირ არ არის დაკავშირებული პროდუქტის წარმოებასთან (ელექტროენერჯის გადასახადი, ოფისის ქირა).

ბიუჯეტის შედგენა ძალიან მნიშვნელოვანი საკითხია. რაც უფრო დეტალურად გაქვთ განსაზღვრული ხარჯები, მით უფრო ნაკლები რისკისა და პრობლემის წინაშე აღმოჩნდებით. იმისთვის, რომ სწორად შეაფასოთ თქვენი ხარჯები, გირჩევთ, პასუხი გასცეთ შემდეგ შეკითხვებს:

- რა ხარჯებს გულისხმობს თქვენი იდეის განხორციელება?
- რომელ რესურსებზე იხარჯება ძირითადი თანხა?
- რომელი აქტივობები ზრდის ყველაზე მეტად თქვენს ხარჯებს?
- რამდენად აუცილებელია ეს რესურსი/აქტივობა თქვენ მიერ განსაზღვრული ღირებულების შესაქმნელად?

ამ კითხვებზე პასუხი და ანალიზი დაგეხმარებათ, განსაზღვროთ, თქვენი იდეის განხორციელებისთვის რომელიმე აქტივობა ხომ არ არის ნაკლებად მნიშვნელოვანი, ან ხომ არ მოითხოვს დიდ ხარჯს. ასეთი რისკის თავიდან არიდება თქვენს გეგმას თქვენთვისაც და ინვესტორისთვისაც უფრო რეალისტურს გახდის.

ხარჯების დათვლის რამდენიმე მეთოდი არსებობს:

- ◆ Top down: გაქვთ მრგვალი თანხა და ამ თანხიდან იწყებთ ბიუჯეტის შედგენასა და ხარჯების დეტალურად განსაზღვრას;
- ◆ Bottom up: წერთ, რა ხარჯები ექნება თქვენს პროექტს და ადგენთ კონკრეტულ თანხას, რომელიც წინასწარ არ იყო განსაზღვრული ან შეზღუდული;
- ◆ Three point estimation: შესაძლო ყველაზე მაღალ და დაბალ ფასებს შორის პროულობით საშუალოს;

- ◆ ძველი გამოცდილება/ისტორია: იყენებთ ძველ ბიუჯეტს, ორგანიზაციის ხარჯების ისტორიას;
- ◆ ტენდერი/ბაზრის კვლევა.

მას შემდეგ, რაც თქვენთვის ნათელი გახდება, თუ რა ხარჯები გაქვთ, მნიშვნელოვანია, დაიწყოთ ფიქრი შემოსავლებსა და იმ ინსტრუმენტებზე, რომელთაც ამ შემოსავლების მისაღებად გამოიყენებთ. კარგად დაფიქრდით:

- ვინ შეიძლება დაგეხმაროთ თანხით?
- რა შეიძლება მიიღოთ თქვენი პარტნიორებისგან თანხის ნაცვლად?

და რაც მთავარია:

- რას სთავაზობთ სანაცვლოდ?

გახსოვდეთ, ფონდებისა და რესურსების მოძიების პროცესი არ გულისხმობს მხოლოდ პროექტის დაწერას ან იდეის წარდგენას. ეს არის ცხოვრების სტილი, ეს არის მუდმივი კომუნიკაცია დონორებთან და ადამიანებთან. გარდა ამისა, პროცესში გვჭირდება გარკვეული კომპეტენციები, ესენია:

- თხრობის ტექნიკის გამოყენება;
- გუნდური მუშაობის უნარი;
- თვითმოტივაცია და გუნდის წევრების მოტივირება;
- მოქნილობა - ეს არ არის დროში განსაზღვრული პროცესი, ხშირად უწყვეტი აქტიურობა არ არის საჭირო. მნიშვნელოვანია, გავითვალისწინოთ უკუკავშირი.
- რესურსების მოძიების უნარი - უნდა შეგვეძლოს, ვიპოვოთ ახალი გზები რესურსების მოძიებისა და ხალხთან ჩვენი სათქმელის მიტანისთვის; უნდა შევძლოთ, გავხსნათ ჩარაზული კარი და ჩვენი იდეა ყველა აუდიტორიისთვის ხელმისაწვდომი გავხადოთ.

სახადსო დაფინანსება (ქრაუდფანდინგი)



„ქრაუდფანდინგი“ ჯერ კიდევ უცნობი ტერმინია ჩვენს რეგიონში. ეს არის შედარებით ახალი ინსტრუმენტი, რომელიც ორგანიზაციებსა და ინდივიდებს შეუძლიათ გამოიყენონ თავიანთი იდეისა თუ პროექტისთვის ფინანსური რესურსების მოსაპოვებლად. ის ქართულად შეიძლება ითარგმნოს, როგორც „სახალხო დაფინანსება“. „ქრაუდფანდინგის“ კონტექსტში ეს ნიშნავს, რომ მცირე თანხების საშუალებით უფრო მეტ ადამიანს შეაქვს წვლილი აქტივობის ან კონკრეტული ამოცანის განხორციელებაში.

სახალხო დაფინანსება (ქრაუდფანდინგი) არის ინსტრუმენტი, რომელსაც დღეს თანაბრად იყენებენ როგორც სოციალური მიზნების მისაღწევად, ასევე ახალი, საინტერესო სტარტაპ იდეების განვითარებისათვის. ევროკომისიის განმარტებით, „ქრაუდფანდინგი არის დაფინანსების მოძიების ალტერნატიული ფორმა, რომელიც აკავშირებს მათ, ვისაც შეუძლია თანხის გაცემა იმ ჯგუფებთან, ვისაც სჭირდება აღნიშნული რესურსი კონკრეტული პროექტისათვის“.⁶

COVID 19-ის გლობალურმა პანდემიამ ეს პროცესი მნიშვნელოვნად დააჩქარა. პანდემიის დროს ბევრმა ორგანიზაციამ იგრძნო, რომ მათ ძირითად ბიზნესს საფრთხე ემუქრებოდა. ზოგიერთს მოუწია დახურვა ან საქმიანობების მნიშვნელოვნად შეზღუდვა, ამიტომაც მათ მიმართეს დონორებს, რათა დახმარებოდნენ თავიანთი საქმიანობის შენარჩუნებაში (მაგალითად, კულტურული ობიექტები, დაწესებულებები, სადაც დასაქმებულია შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები, საგანმანათლებლო ორგანიზაციები, ახალგაზრდული კლუბები და ა.შ.). ამ სიტუაციაში დადასტურდა, რომ კერძო პირებმა იგრძნეს ის მნიშვნელობა, რაც მათ შეიძლებოდა ჰქონოდათ მსგავსი ორგანიზაციებისთვის და თავიანთი შემოწირულებებით ბევრ მათგანს რთული პერიოდის გადალახვაში დაეხმარნენ.

სახალხო დაფინანსების პროცესში ერთი მიზანია თანხის ან რესურსის მოზიდვა, ხოლო მეორე მნიშვნელოვანი ამოცანაა საზოგადოებასთან ურთიერთობის დამყარება და მათი დარწმუნება, რომ საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმეს ემსახურებიან.

საქართველოში ქრაუდფანდინგის მარეგულირებელი რაიმე დოკუმენტი არ არსებობს. კანონი არ აწესრიგებს ქრაუდფანდინგის საზღვრებს, მეთოდებს, პროცესებს ან მასთან დაკავშირებული ანგარიშგების ვალდებულებას. თუმცა ქრაუდფანდინგის დროს გამოყენებული სხვადასხვა მეთოდი შესაძლოა ექვემდებარებოდეს სპეციფიკურ მოწესრიგებას. ასევე აუცილებლად უნდა დავიცვათ ზოგადი წესი იმის შესახებ, რომ ყოველგვარი შემოსავალი და ხარჯი დოკუმენტურად უნდა იყოს აღრიცხული საბუღალტრო და საგადასახადო მიზნებისათვის.⁷

⁶ ფინანსური რესურსების მოძიების შესაძლებლობები არასამთავრობო და არაკომერციული ორგანიზაციებისათვის. ფილანთროპიის ცენტრი. სლოვაკეთი. 2022.

⁷ საქართველოს „საგადასახადო კოდექსის“ 136-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, გადასახადის გადამხდელი ვალდებულია, სწორად და დროულად აღრიცხოს შემოსავლები და ხარჯები დოკუმენტურად დადასტურებულ მონაცემთა საფუძველზე, ამ თავით გათვალისწინებული მეთოდების გამოყენებით და მიაკუთვნოს იმ საანგარიშო პერიოდს, რომელშიც მოხდა მათი მიღება და განვა.

ქრაუდფანდინგი პროექტების განვითარებისთვის ან თუნდაც ორგანიზაციის საქმიანობისთვის ფინანსური რესურსების მოპოვების კარგი საშუალებაა. არ აქვს მნიშვნელობა, ეს იქნება თეატრალური წარმოდგენის დადგმა, ტყის საუნის აშენება, ტურისტული თავშესაფრის განახლება, სამაგიდო თამაშის მომზადება, ახალი CD-ის გამოშვება, დოკუმენტური ფილმის გადაღება, ახალი კულტურული სივრცის მონყობა თუ ორგანიზაციის საქმიანობის გრძელვადიანი მხარდაჭერა, რათა მან შეასრულოს თავისი მისია. მთავარია, კარგად იყოთ მომზადებული ქრაუდფანდინგისთვის, გქონდეთ დეტალური გეგმა, საკომუნიკაციო სტრატეგია და განსაზღვრული სეგმენტი. სახალხო დაფინანსების კიდევ ერთი დადებითი მხარე ის არის, რომ მისი მოპოვება თანაბრად შეუძლიათ როგორც ორგანიზაციებს, ასევე საინიციატივო ჯგუფებს.

ქრაუდფანდინგი წარმოადგენს სხვადასხვა პროექტის ალტერნატიული ონლაინ დაფინანსების ერთ-ერთ ყველაზე სწრაფად მზარდ ინსტრუმენტს. ეს ხდება ონლაინ კომპანიების საშუალებით, რომლებიც უზრუნველყოფილია ქრაუდფანდინგ პლატფორმების ოპერატორების მიერ. ქრაუდფანდინგი შეიძლება გამოყენებული იქნეს როგორც არაკომერციული, ასევე ბიზნესმიზნებისთვის.

არსებობს 4 ტიპის ქრაუდფანდინგი:

ჯილდოზე დაფუძნებული (Reward crowdfunding) - მხარდამჭერი წინასწარ ირჩევს გასამრჯელოს, რომლის მიღებაც სურს. ქრაუდფანდინგის ამ მოდელში მხარდამჭერები, როგორც წესი, პროექტის ავტორისგან იღებენ პროდუქტს ან სერვისს, თუმცა ასევე შესაძლოა, ეს იყოს პრიზი, საჩუქარი.

დონორებზე მიმართული (Donor crowdfunding) - ეს არის შემოწირულება თანხის უკან დაბრუნების გარეშე. მოწოდებული თანხები შემოწირულების ხასიათს ატარებს, ამიტომ მხარდამჭერები არ ელიან ამისთვის რაიმე გასამრჯელოს იმ პირის ან ორგანიზაციისგან, რომელიც ითხოვს წვლილის შეტანას მათ საქმიანობაში.

სესხზე დაფუძნებული (Loan crowdfunding) - მხარდამჭერები ან ინვესტორები, როგორც წესი, პროცენტით აძლევენ სესხებს კონკრეტულ პირებს მათი ბიზნესსაქმიანობისთვის. პროცესს კოორდინაციას უწევს ქრაუდფანდინგ პლატფორმა.

ინვესტიციაზე დაფუძნებული (Investment crowdfunding) - მხარდამჭერები ხდებიან ინვესტორები ან კომპანიების სააქციო კაპიტალის თანამფლობელები (ისინი იძენენ წილს მათ აქტივებში). ამ გზით მხარდამჭერები დაკავშირებულები არიან ბიზნესსუბიექტებთან. მათ შეიძლება ჰქონდეთ ხმის მიცემის ან კომპანიის მართვის საკითხებში გადაწყვეტილების მიღებაში მონაწილეობის უფლება.

ლაგოდეხის მეტეოსადგურის ახალი სიცოცხლე - ზილოზა დაფინანსებული კამპანია

ლაგოდეხის მეტეოსადგურის ახალი სიცოცხლე



6,684.0 ლარი

Matchfunded by USAID 7,000 GEL

მიზანი 6,500.0 ლარი, მიღებული - 100%

32

მხარდამხმერები

0

დარჩენილი დღეები

ლაგოდეხის მუნიციპალიტეტში ქრუდფანდინგის კამპანია 30 წლის წინ განადგურებული მეტეოსადგურის აღდგენასა და მისთვის ახალი სიცოცხლის დაბრუნებას გულისხმობდა. მეტეოსადგურზე 90-იან წლებამდე ათწლეულების განმავლობაში მიმდინარეობდა სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობა. სადგური ლაგოდეხის დაცულ ტერიტორიებზე, ზღვის დონიდან 1700 მეტრის სიმაღლეზე, მდებარეობდა და მასში სხვადასხვა დროს დასაქმებული იყო არაერთი ადგილობრივი მეცნიერ-მუშაკი. მისი სახელი (მეტეო) დღემდე ჰქვია ლაგოდეხის დაცული ტერიტორიების ეკოტურისტულ ბილიკზე არსებულ ერთ-ერთ თავშესაფარს.

კამპანიის დაგეგმვისას, ძირითადად, ყურადღება გამახვილდა განადგურებულის აღდგენაზე, ლაგოდეხისთვის მეტეოსადგურის განახლებაზე. ადგილობრივთა ნაწილისთვის, შესაძლოა, მეტეოსადგურის არსებობას არ გააჩნდა ხელშესახები, რაციონალური დატვირთვა, თუმცა ლაგოდეხის ერთ-ერთი სიმბოლოს გაცოცხლება მათთვის მნიშვნელოვანი იქნებოდა ემოციური თვალსაზრისით.

ქრუდფანდინგ კამპანიას კონკურსის სახე ჰქონდა: კამპანიაში აქტიურად ჩაერთო მუნიციპალიტეტის 12 სკოლა. ორგანიზატორებმა სკოლის მოსწავლეებს გააცნეს იდეის არსი, ჩაუტარეს სწავლება კამპანიების

დაგეგმვისა და განხორციელების მიმართულებით. ამის შემდეგ სკოლებს შორის ჩატარდა კონკურსი, რომლის გამარჯვებულებაც გახდებოდა ის სკოლა, რომელიც ყველაზე მეტ თანხას შეაგროვებდა.

მოსწავლეებმა თანხის მოძიების სხვადასხვა გზას მიმართეს: ისინი ქმნიდნენ და ყიდდნენ ხელნაკეთ ნივთებს, აწყობდნენ კინოჩვენებებს და სხვა აქტივობებს, სადაც სიმბოლურ ფასად იყიდებოდა ბილეთი, იყენებდნენ სოციალურ ქსელებს და გამოწვევაში ჩართვისკენ მოუწოდებდნენ თანატოლებს.

საბოლოოდ, დაგეგმილზე ორჯერ მეტი თანხა შეგროვდა, რითაც შეიძინეს ორი მეტეოსადგური და დაცული ტერიტორიების სხვადასხვა კლიმატურ სარტყელში განათავსეს. კამპანიის პროცესში აქტიურად ჩაერთო კერძო სექტორი, მათ შორის უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულება „ალტე უნივერსიტეტი“, რომელმაც ფინანსური კონტრიბუციის გარდა, კამპანიისთვის შექმნა ვიდეო, რამაც დიდი წვლილი შეიტანა მხარდამჭერების მოზიდვაში.

მონაწილეებმა მიიღეს რამდენიმე ტიპის ჯილდო:

- ეკოლოგიის თემაზე გამართულ საზაფხულო ბანაკში მონაწილეობა;
- მხარდამჭერი საგანმანათლებლო დაწესებულებებისთვის საგანმანათლებლო მიზნებით მეტეოსადგურის უფასოდ გამოყენების შესაძლებლობა;
- კამპანიაში მონაწილეობისთვის სერტიფიკატები და სხვა სიმბოლური საჩუქრები.

გრიგოლ ლობჯანიძე, უფროსი მასწავლებელი, ონის მუნიციპალიტეტი - ღონისძიება მიმართული კამპანია

ცოდნის სახლი - დედამიწა



3,000.0 ლარი

Matchfunded by UNDP 4,000 GEL

მიზანი 3,000.0 ლარი, მიღებული - 100.00%

96

მხარდაჭერები

0

დარჩენილი დღეები

გრიგოლ ლობჯანიძე: „სახალხო დაფინანსება, ე.წ. ქრაუდფანდინგი, სულ ახლახან გამოვიყენე, რაშიც დამეხმარა youtube და facebook პლატფორმები. ჩემი პროექტის მიზანი იყო სოციალური საგანმანათლებლო სივრცის - „ცოდნის სახლი - დედამიწა“ შექმნა. ონის მუნიციპალიტეტში და სკოლაში მსგავსი საგანმანათლებლო სივრცე არ არსებობს“.

გრიგოლი ქრაუდფანდინგისთვის ორგანიზაციის „ორბელიანი მეტი“ პლატფორმას იყენებდა. მის იდეას 200-მდე მხარდამჭერი ჰყავდა. გრიგოლის კამპანია გამოირჩეოდა გულწრფელობითა და პერსონალური პერსპექტივით. კამპანია ასე იწყება: „მე გრიგოლი ვარ, 29 წლის. ონის მუნიციპალიტეტის სოფელ ღარის გეოგრაფიის მასწავლებელი. ჩვენს სკოლაში საკლასო ოთახების სიმცირის გამო არ არის საგნობრივი კაბინეტის მოწყობის შესაძლებლობა, რაც ბავშვებს ცოდნის მიღებაში ხელს უშლის. საკლასო ოთახში არაა განთავსებული ყველა ის საჭირო ნივთი, რომელიც გააღრმავებს მათ ცოდნასა და გეოგრაფიისადმი ინტერესს.“⁸

პირველივე აბზაციდან ვიგებთ, თუ ვის ვეხმარებით და რა არის მათი საჭიროება. გრიგოლის კამპანია ძალიან კარგი მაგალითია იმისა, რომ ქრაუდფანდინგს არ აქვს საზღვრები. მის მიერ მომზადებულ ვიდეო

⁸ავტორის ინტერვიუ

მიმართვაში ჩანს ამბავიც და საჭიროებაც, ჩანან ის ბავშვებიც, ვინც ამ იდეით სარგებელს მიიღებს (იხილეთ ვიდეო: <https://youtu.be/cwnc3df-swu>).

„მიზანზე გავედით, შევავროვეთ თანხა და კეთილმოეწყო სივრცე, რაც სამომავლოდ შეცვლის გეოგრაფიისადმი ინტერესსა და ცოდნას მოსწავლეებში. რაც მთავარია, მოსწავლეებს აღარ მოუწევთ, დაელოდონ, როდის განთავისუფლდება სკოლაში ის სივრცე, რომელშიც პროექტორით ისარგებლებენ, კომპიუტერს გამოიყენებენ ან ღონისძიებებს გამართავენ. მათ ექნებათ შესაძლებლობა, საკუთარ სივრცეში გააკეთონ ეს ყველაფერი. „ცოდნის სახლი – დედამიწა“ განკუთვნილი იქნება არა მარტო ღარის სკოლის მოსწავლეებისათვის, არამედ ონის მუნიციპალიტეტის მასშტაბით არსებული სხვა სკოლების მოსწავლეებისთვისაც.“⁹

⁹ ავტორის ინტერვიუ

წევარი კონსტიტუციური, სასაზოგადოებრივ-ინტელექტუალური კლუბი „თაობათა დიალოგი - RICDOG“ - სსსსფ დაჯიხნაბული ქრუეფანინი და ღონორაბზა მიმართული კაპანი

სამეცნიერო-ინტელექტუალური კლუბი „თაობათა დიალოგი - RICDOG“ ხუთი მიმართულებით მუშაობს. ესენია: დემოკრატია, მეცნიერება, ახალგაზრდობა, კულტურათაშორისი დიალოგი, გარემოს დაცვა. ორგანიზაცია 2005 წლიდან ფუნქციონირებს. 2015 წელს RICDOG-მა ფონდების მოძიების 10 წლიანი სტრატეგია შეიმუშავა, რომლის მიხედვითაც აქტიურად დაიწყო ორგანიზაციაში ფინანსური განათლების კულტურის დანერგვა. ორგანიზაციამ შემოიღო კორპორაციული თამაში „RICDOG ბირჟა“, რომლის ფარგლებში 5 წლის განმავლობაში აქტიურად ნერგავდა წევრებს შორის ფონდების მოძიების კულტურას. შედეგად, გაიზარდა საწევროს კულტურა, მოხდა ორგანიზაციის ფინანსების დიფერენცირება. გარდა საგრანტო შემოსავლისა, ორგანიზაცია იყენებს რესურსების გაზიარების შემდეგ მიმართულებას: ტექნიკისა და სივრცის გაქირავება; რჩევები და პროგრამული მხარდაჭერა; პროექტის წერა; შემოწირულებები; ტრენინგებისა და ბანაკის განხორციელება; კორპორაციული საღამოების წაყვანა და ორგანიზება; მეორადი ტექნიკისა და მაკულატურის ჩაბარება; შექმნილი ნაწარმის გაყიდვა; ქველმოქმედებისთვის თანხის მოძიება; ბიზნესის დაინტერესება სხვადასხვა პროექტის დაფინანსებით; ფასიანი პროგრამების განხორციელება; სოციალური მეწარმეობის წახალისება.

„RICDOG“ 2005 წელს დაარსდა. მრავალი წლის განმავლობაში ორგანიზაცია, ძირითადად, ონლაინ ან უნივერსიტეტის სივრცეში იკრიბებოდა. 2011 წელს შევძელით ერთი ოთახი გვექირავა და მას შემდეგ ყოველწლიურად საქმიანობა მასშტაბთან ერთად იზრდებოდა, რაც, თავის მხრივ, საოფისე ხარჯის მკვეთრად ზრდას იწვევდა. საოფისე ქირა ერთ-ერთი დიდი ხარჯი იყო ორგანიზაციისთვის და 10 წლის განმავლობაში მან, დაახლოებით, 70 000 ლარი შეადგინა. პანდემიის დაწყებამ და გაურკვეველმა ფინანსურმა მომავალმა დღის წესრიგში საოფისე ფართის გარეშე დარჩენის საფრთხე შექმნა. მიუხედავად იმისა, რომ ერთი წლის განმავლობაში ქირის სარეზერვო თანხა არსებობდა, გაურკვეველი იყო, ექნებოდა თუ არა ორგანიზაციას ახალი პროექტები მაშინ, როდესაც მიმდინარე უკვე სრულდებოდა. გარდა ამისა, პანდემიის დროს არსებულმა შეზღუდვებმა სხვა სახით თანხის მიღებაზეც იქონია უარყოფითი გავლენა. ორგანიზაციის წევრებმა მიიღეს გადაწყვეტილება, არსებული რესურსი ორგანიზაციის მთავარი გამოწვევის მოგვარებისთვის გამოეყენებინათ.

გადაწყდა, შეგვეძინა საკუთარი საოფისე ფართი. ჯგუფმა შეისწავლა ფართები

და ფასები. დადგინდა, რომ სასურველი ფართისთვის 55 000 დოლარის მობილიზება გვესაჭიროებოდა. არსებული ორგანიზაციული რეზერვით თანხის ნახევრის მობილიზება შეგვეძლო. საორგანიზაციო ჯგუფმა დანარჩენი თანხის მობილიზების კამპანია დაგეგმა. გადანყდა შემდეგი სტრატეგიით მოქმედება: 1. ინდივიდუალური ქრაუდფანდინგის კამპანიის წარმოება; 2. მეგობრებისგან მსხვილი თანხის სესხება, ერთ წელიწადში გასტუმრების ვალდებულებით; 3. ბანკისგან სესხის აღება.

ორგანიზაციის ყველა წევრი (20 ადამიანი) აქტიურად იყო ჩართული პროცესში. მათი გადანაწილება სამი მიმართულებით მოხდა: პირველი ჯგუფი უშუალოდ თანხების მოძიებაზე მუშაობდა; მეორე ჯგუფი აგრძელებდა შესაბამისი მონაცემების სასურველი ფასის ფართების მოძიებას; მესამე ჯგუფი ამზადებდა პოსტერებს, ტექსტებს და ავრცელებდა პირად მიმოწერებში.

შედეგად, თანხის ნახევრის სესხება მოხდა, რომელიც ორგანიზაციამ ერთი წლის განმავლობაში გაისტუმრა. დარჩენილი თანხა შეგროვდა ინდივიდუალური შემოწირულებებიდან. დაახლოებით, ასამდე ადამიანმა განახორციელა შემოწირულება. ესენი იყვნენ ორგანიზაციის ყოფილი მოხალისეები, წევრები, პარტნიორები, ორგანიზაციები, უცხოელი მეგობრები და სხვა. შემოწირულების საშუალო თანხა 100 ლარი იყო.

ორგანიზაციამ 28 დღეში შეაგროვა საჭირო თანხა, შეიძინა საოფისე ფართი და 2021 წლის იანვრიდან ახალ სივრცეში გააგრძელა ფუნქციონირება. შედეგად, ორგანიზაციას დღეს აქვს შესაძლებლობა, ჰქონდეს სტაბილური ადგილსამყოფელი, მეტი ფართი საქმიანობისთვის და აქვს საშუალება, უსასყიდლოდ დაუთმოს ეს ფართი პარტნიორებსა და ახალგაზრდებს და მეტი ახალგაზრდა მიიღოს პროგრამებში.

აღნიშნული კამპანია ეფექტური აღმოჩნდა გუნდის მშენებლობისთვისაც. მან წევრებს შესძინა მეტი გამბედაობა, დამაჯერებლობა და რწმენა, რომ ყველაფერი შესაძლებელია. დაარწმუნა ისინი, რომ თუ საზოგადოებასთან სწორად მუშაობ, საზოგადოება ამას ხელდას, აფასებს და გვერდში გიდგას. აღნიშნულმა კამპანიამ აჩვენა ორგანიზაციის მიმართ საზოგადოების მაღალი ნდობა. შესაბამისად, ორგანიზაციამ პროცესის ექვსი თვის თავზე მოამზადა სპეციალური ანგარიში შემომწირველებისთვის. გარდა ამისა, ამ გამოცდილების გაზიარებაზე აიღო პასუხისმგებლობა და დაიწერა წიგნი, რომლის გამოცემისთვის ახლა ეძებს მხარდაჭერას.

დასახული მიზანი მიღწეულია. ახლა ახალი ოცნება გვაქვს და ზუსტად ვიცით, როგორ მივიდეთ მის განხორციელებამდე. ვფიქრობთ, რომ სხვებიც თუ სწორად დაგეგმავენ ოცნების ასრულებას, მათაც გამოუვათ. სწორედ ამიტომ დავწერეთ ამის შესახებ წიგნი. ჩვენ ყოველთვის მოხარულები ვართ, დავეხმაროთ სხვებს, გავუზიაროთ ჩვენი გამოცდილება და ვაჩვენოთ ჩვენი შედეგები.”¹⁰

¹⁰ავტორის ინტერვიუ

„URBAN SPACE - უკრაინა“ - ინვესტიციაზე დაფუძნებული ქრაუდფანდინგი

ივანო ფრანკოვსკი პატარა ქალაქია უკრაინაში, რომლის აქტიურ წევრებს სურდათ ქალაქში ურბანული სივრცის შექმნა. მათ ხორცი შეასხეს საკმაოდ საინტერესო კონცეფციას: შემოიკრიბეს 100 თანამოაზრე, შემდგომში დამფუძნებელი, რომელთაც სივრცის შესაქმნელად თანაბრად გაიღეს ფულადი რესურსი (1000 ევრო). ასე გაიხსნა პირველი ურბანული სივრცე (Urban Space) 2014 წელს.

სივრცის ბიზნესმოდელი არ არის მოგებაზე დაფუძნებული და შემოსავლის 80% ადგილობრივ სათემო ინიციატივებს ხმარდება. სივრცე მუდმივად მასპინძლობს სხვადასხვა აქტივობას და დამფუძნებლები ჩართულები არიან მის განვითარებაში. გარდა აქტივობების განხორციელებისა, სივრცის დამფუძნებლებმა შეიმუშავეს საგრანტო სქემა. ისინი ყოველწლიურად აფინანსებენ ადგილობრივ ინიციატივებს, რომელთა მიზანაც ივანო ფრანკოვსკის განვითარებაა.

იმავე მოდელით მოგვიანებით გაიხსნა „Urban Space Kiev“, რომელსაც უკვე 500 თანადამფუძნებელი ჰყავს.

„სამეზობლო“, უკრაინა - ინვესტიციაზე დაფუძნებული ქრაუდფანდინგი

„სამეზობლოს“ იდეის განხორციელება თავო ძაგანიასა და მარგო ჯაფარიძის თაოსნობით 2018 წელს დაიწყო. „ფიჩინგის“ საშუალებით ტუნისში ერთ-ერთ საერთაშორისო შეხვედრაზე მოვიძიეთ თანადამფუძნებლები. თითოეულმა 1000-1500 ევროს ინვესტიცია მოახდინა. ჯამში შევიკრიბეთ რვა თანადამფუძნებელი შემდეგი ქვეყნებიდან: საქართველო, გერმანია, ლატვია, ლიეტუვა, უზბეკეთი. პარალელურად, იმავე წლის ზაფხულში ორგანიზაციის „ირის ჯგუფი-მრავალფეროვნების მართვა“ ფასილიტატორებსა და პარტნიორებთან გავრცელდა მხარდაჭერის მოთხოვნის წერილი, საიდანაც მივიღეთ შემოწირულებები ძირითადად მათგან, ვისაც ჰქონდა ორგანიზაციის პროგრამებთან მჭიდრო კავშირი, ემოციური სიახლოვე და იზიარებდა იდეის მნიშვნელობასა და ჩვენს ღირებულებებს. ამ თანხებით მოვაგროვეთ 15 000 \$ სახლისა და ებოს საყიდლად და შევიძინეთ კიდეც.“¹¹

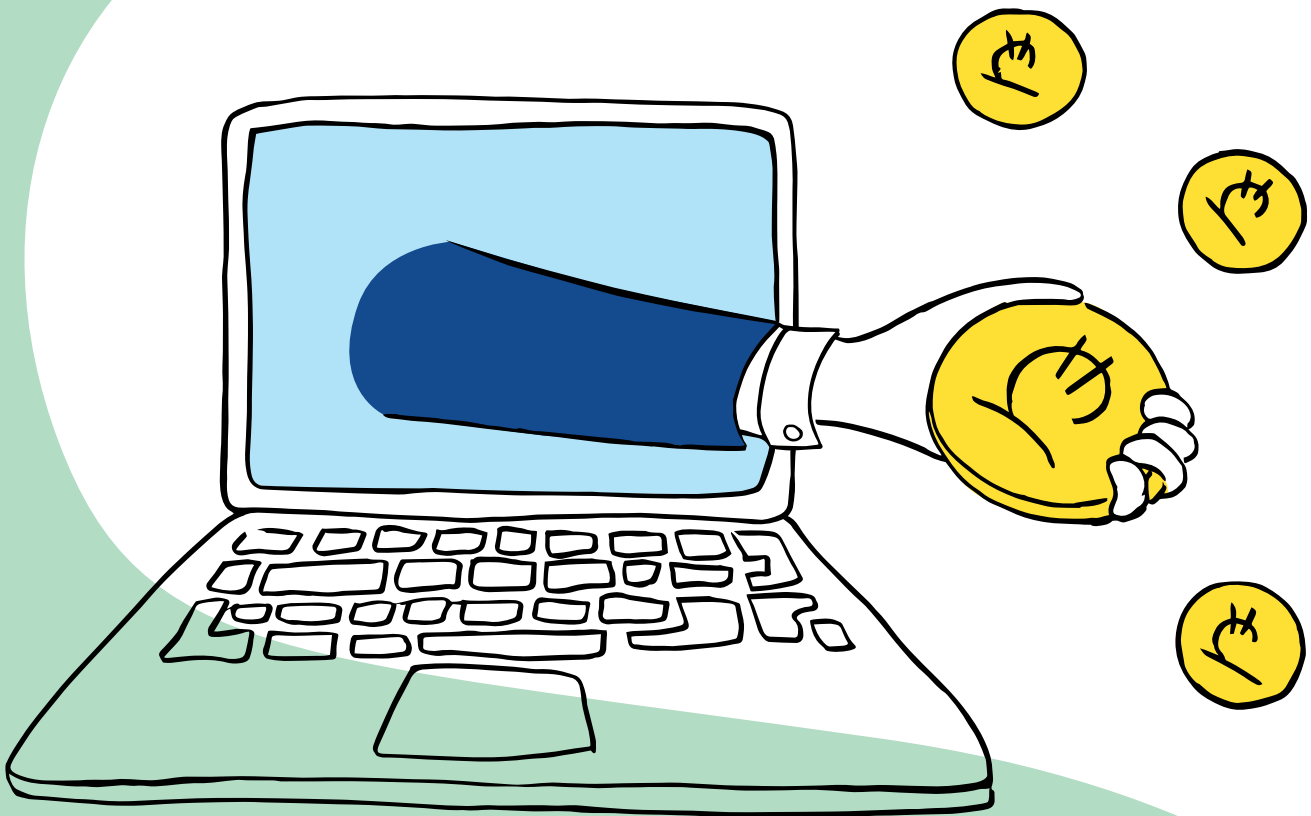
2018 წლის შემოდგომაზე „სამეზობლომ“ სივრცის მოსაწყობად ჩაატარა ქრაუდფანდინგ კამპანია Indiegogo-ზე, რა დროსაც 4000 ევრომდე შეგროვდა.

¹¹ ავტორის ინტერვიუ

სანამ კამპანიას დაიწყებთ, გაეცანით ქრაუდფანდინგის დადებით და უარყოფითი მხარეებს :

დადებითი	უარყოფითი
<p>თანხის მოძიება ნაკლებ ვალდებულებასთან და ადმინისტრაციულ სამუშაოსთან არის დაკავშირებული. მიღებული თანხა კი მეტ ავტონომიას გვაძლევს.</p>	<p>საჭიროა მარკეტინგული კამპანიების დაგეგმვისა და განხორციელების ცოდნა, ისევე როგორც მათ განხორციელებაში შესაბამისი დროის რესურსის ინვესტირება.</p>
<p>გვეხმარება დიადი იდეების დატესტვაში მცირე მასშტაბით. თუკი კამპანია ჩავარდა, შესაძლოა, ამ იდეის განხორციელება არც ღირდა?</p>	<p>შესაძლოა თანხა არ შეგროვდეს და ამან იმედი გაგიცრუოთ, უარყოფითად იმოქმედოს თქვენს მოტივაციაზე. არ არსებობს წარმატების გარანტია.</p>
<p>გვეხმარება მეგობრების და მხარდამჭერების მოზიდვასა და იდეის პოპულარიზაციაში, ასევე ორგანიზაციის შესახებ ცნობადობის ამაღლებაში.</p>	<p>კამპანიის განხორციელებას სჭირდება ადამიანური და ფულადი რესურსი.</p>
<p>გვეხმარება სამიზნე ჯგუფთან სწორი კომუნიკაციის დამყარებასა და პროცესებში მათ აქტიურ ჩართვაში განგრძობითად.</p>	<p>შესაძლოა კამპანიაზე დახარჯულმა დრომ პროექტზე კონტროლი დაგაკარგვინოთ, თუ გუნდში საკმარისი ადამიანები არ გყავთ.</p>

ციფრული ხელსაწყობი და ქრატეფანენი



ქრაუდფანდინგი შესაძლოა ხორციელდებოდეს როგორც ფიზიკურ სივრცეში (offline), ისე ციფრული ხელსაწყოების გამოყენებით. თავისთავად, ციფრული ხელსაწყოების არსებობა აადვილებს ამ პროცესს, რადგან ადამიანებს მსოფლიოს ნებისმიერი წერტილიდან შეუძლიათ თქვენი იდეის მხარდაჭერა. დღესდღეობით საქართველოში ყველაზე დიდი დანაკლისია ისეთი პლატფორმებისა, როგორცაა indiegogo ან kickstarter. აღმოსავლეთ ევროპისა და კავკასიის რეგიონში ვხვდებით ისეთ პლატფორმებს, როგორცაა: <https://haysatar.com/> და <https://biggggidea.com/projects/> (უკრაინაში).

მიმოვიხილოთ ქრაუდფანდინგის ციფრული ხელსაწყოები, რომელსაც ვხვდებით 2022 წლის კვლევაში:¹² „ონლაინ გაცემისა და შემოწირულებაზე დაფუძნებული ქრაუდფანდინგის ეკოსისტემა საქართველოში“.

სამოქალაქო და ინოვაციური ინიციატივების მხარდაჭერა

fundraiser.ge 2018 წელს შეიქმნა, როგორც ქრაუდფანდინგის პლატფორმა, რომლის ფოკუსიც სოციალური ინიციატივებია. თავდაპირველად ის სატესტო რეჟიმში მუშაობდა და სამიზნე აუდიტორიად სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლები ჰყავდა არჩეული. 2020 წელს ის სრული დატვირთვით ამუშავდა, მოიცვა სტარტაპებიც და ამჟამად ამ ორი სექტორის კომბინაციას წარმოადგენს. პლატფორმის ყველაზე მსხვილ სოციალურ ინიციატივებს წარმოადგენდა პანდემიის დროს ქართული საკლუბო კულტურის გადარჩენა და რუსეთის აგრესიის შედეგად დაზარალებული უკრაინის დახმარება. პლატფორმას ფინანსურ დახმარებას უწევდა „ღია საზოგადოების ფონდი“.

orbelianimeti.ge 2020 წლიდან ფუნქციონირებს და მის ძირითად ფოკუსს სოციალური საკითხები და სამოქალაქო საზოგადოება წარმოადგენს, თუმცა ის სტარტაპებსაც აძლევს იდეების წარმოდგენის საშუალებას. orbelianimeti.ge დღეს ქრაუდფანდინგის ყველაზე აქტიური პლატფორმაა საქართველოში. მას მოძრაობა „ორბელიანი საქართველო“ მართავს. პლატფორმა იდეების ავტორებს სთავაზობს მხარდაჭერის ყველაზე მაღალ დონეს საქართველოში, მათ შორის, ელექტრონულ სახელმძღვანელოებს და კურსებს კამპანიის წარმოებაში, ტრენინგებს პროექტების განვითარებაში, შუამავლობას დაფინანსების მაძიებლებსა და სექტორის ელჩებს შორის და თანადაფინანსებას. orbelianimeti.ge აცხადებს, რომ 2021 წელს შემოწირულებების სახით 100 დონორისგან პლატფორმაზე განთავსებული 35 პროექტის დასაფინანსებლად 60 324 ლარი მიიღო. საშუალო შემოწირულება პლატფორმაზე 20 ლარია და, საშუალოდ, პროექტისათვის 3 ათასი ლარი გროვდება.

tegeta care ავტომობილების სექტორში მომუშავე კერძო კომპანია „თეგეტა

¹² ონლაინ გაცემისა და შემოწირულებაზე დაფუძნებული ქრაუდფანდინგის ეკოსისტემა საქართველოში. თბილისი, 2022.

მოტორსის“ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ნაწილია. ვებგვერდი 2021 წლის დეკემბერში ამუშავდა. ის ქრადფანდინგისა და საინფორმაციო პლატფორმების ერთგვარ ჰიბრიდს წარმოადგენს. tegeta care შემოწირულების გასაღებად პლატფორმიდან პირდაპირ ინიციატივის გვერდზე გამისამართებთ.

კომერციული ინიციატივების მხარდაჭერა

investme.ge მხოლოდ კომერციულ სტარტაპებსა და ჯილდოზე დაფუძნებულ ქრადფანდინგზე ფოკუსირდება. ის საქართველოს პრეზიდენტის სარეზერვო ფონდის ფინანსური დახმარებით, „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრისა“ და „საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს“ მხარდაჭერით 2018 წელს დაარსდა. ის ქმნის სივრცეს სოციალური მენარმეობისათვის და ფინანსურ მხარდაჭერებს ჯილდოებს სთავაზობს. პლატფორმას ქრადფანდინგის პროექტების მცირე რაოდენობა აქვს და მათგან დაფინანსების მიზნისთვის ჯერ არც ერთს არ მიუღწევია.

კონკრეტულ საჭიროებაზე ორიენტირებული პლატფორმები

momxmarebeli.ge 2011 წლიდან ფუნქციონირებს. პლატფორმა „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის“ მომხმარებლის უფლებების დაცვის პროგრამის ნაწილია. მისი ერთ-ერთი ამოცანაა საქართველოს ბაზარზე არსებული სურსათისა და სამომხმარებლო პროდუქციის ლაბორატორიული შემოწმება მათი ქიმიური შემადგენლობის დასადგენად. პლატფორმა პროდუქტების შეძენისთვის და ტესტირებისთვის საჭირო თანხებს ქრადფანდინგის მეშვეობით აგროვებს. შემოწირულების გაღება შესაძლებელია საიტზე მოქმედი გადახდის სისტემის მეშვეობითაც და საბანკო გადარიცხვითაც. ორივე სახის შემოწირულება ვებგვერდზეა ასახული. დონორს ასევე შეუძლია აირჩიოს, თანხა შესწიროს სურსათის კვლევას ან პროგრამის მიერ განხორციელებულ სხვა ღონისძიებას. პლატფორმა აცხადებს, რომ 2021 წელს 2 228 ლარის შემოწირულება მიიღო 89 დონორისგან. საშუალო შემოწირულება 22 ლარს შეადგენდა.

charte.ge 2017 წელს შეიქმნა. მისი ფოკუსი განათლების ხელმისაწვდომობაა. პროექტი სოციალურად დაუცველ მოსწავლეებს ინტერნეტის ყოველთვიურ გადასახადს ან კომპიუტერს უფინანსებს. ის იმ იშვიათ პლატფორმათაგანია, რომელსაც ავტომატური ყოველთვიური გადახდის სისტემა აქვს. „ჩართე“ საგანმანათლებლო ფონდის educare georgia-ს პროექტია, რომელმაც ცოტა

ხნის წინ მსგავსი პროექტის განხორციელება უგანდასა და ბანგლადეშშიც დაიწყო. ამ პროექტს ბაზარზე გამორჩეული ადგილი უჭირავს მკაფიოდ გამოხატული ფოკუსით, პროდუქტით (ვებგვერდის დიზაინი, ნავიგაცია, ონლაინ გადახდების არჩევანი, მომხმარებლის გამოცდილება) და, პირველ რიგში, გამჭვირვალობით. „ჩართე“ ყოველთვე აქვეყნებს გამჭვირვალობის ანგარიშს, ბრუნვის საბანკო ამონაწერს და მიღწეული შედეგების აღმწერ ფოტო და ვიდეო მასალას. შემოწირულებების უმეტესობას ყოველთვიური გადახდები შეადგენს, რომლებიც 1 ლარიდან იწყება, თუმცა დონორებს შეუძლიათ ერთჯერადი შემოწირულებების გაღებაც (მინიმუმი 20 ლარია). დონორები ასევე ირჩევენ, შემოწირულებების რა ნაწილი დაეთმოს მოსწავლეს და რამდენი განისაზღვროს ადმინისტრაციული ხარჯებისთვის. „ჩართე“ ასევე იღებს კორპორაციულ შემოწირულებებს მოსწავლეთათვის კომპიუტერების შესაძენად. მან „საქართველოს ბანკის“ გრანტიც მიიღო განვითარებისათვის. მას უფასო ფინანსურ აუდიტს სთავაზობს მსოფლიოს ერთ-ერთი წამყვანი აუდიტორული კომპანია „ერნსტ ენდ იანგი“. „ჩართე“ აცხადებს, რომ 2021 წელს 27 960 ტრანზაქციის შედეგად 1 966 988 ლარის შემოწირულება მიიღო. საშუალო შემოწირულება 18 ლარს შეადგენდა.

supergmiri.ge ქრაუდფანდინგის არასტანდარტული ფორმაა, სადაც დონორი თვეში ფიქსირებულ თანხას, 100 ლარს, იხდის დონორის მიერ შერჩეული ბავშვისთვის განათლებასთან ან განვითარებასთან დაკავშირებული სასაჩუქრე გზავნილებისათვის. პროექტს ჰყავს სისტემატური ინდივიდუალური დონორების სტაბილური რაოდენობა, კერძო სექტორის წარმომადგენელი 33 სპონსორი კი რამდენიმე ბავშვის ტრანსპორტისა და განათლების ხარჯებს ფარავს. დონორებს, რომლებსაც საიტი სუპერგმირებად მოიხსენიებს, შეუძლიათ ბავშვების მენტორებიც გახდნენ. საიტს აქვს ავტომატური ყოველთვიური გადახდების სისტემა. „სუპერგმირის“ განვითარებას „საქართველოს ბანკი“ აფინანსებდა, ვიდრე პლატფორმა ფინანსურად მდგრადი გახდებოდა. „სუპერგმირის“ ცნობით, მათ 2021 წელს 790 227 ლარის შემოწირულება მიიღეს 350 დონორისგან.

donors.ge 2022 წლის ივლისიდან ფუნქციონირებს. მისი მეშვეობით საქართველოს სკოლების წარმომადგენლებს შეუძლიათ, მოითხოვონ 1000 ლარამდე ღირებულების საგანმანათლებლო რესურსი ან ინვენტარი. პროექტის შთაგონება გახდა donorschoose.org ქრაუდფანდინგის პლატფორმა, რომელიც აშშ-ში ოპერირებს. იდეის მოსასინჯად, თავდაპირველად, ფეისბუქ ჯგუფი შეიქმნა. გუნდმა მასწავლებლები მოიზიდა და რამდენიმე ღია საგრანტო კონკურსი გამოაცხადა. მას შემდეგ, რაც ფეისბუქ ჯგუფში მრავალი განაცხადი მიიღეს, გუნდმა გადაწყვიტა ქრაუდფანდინგის პლატფორმის განვითარება. ამჟამად პლატფორმა ახალ განაცხადებს არ იღებს, რადგან ინიციატივის მასშტაბების გასაზრდელად ადამიანური რესურსები და დრო არ ჰყოფნის.

sadagi.ge ცოტა ხნის წინ შექმნილი გარემოს დაცვითი ორგანიზაციაა, რომლის

ფოკუსსაც დასუფთავების კულტურის დანერგვა და დანაგვიანების თავიდან აცილება წარმოადგენს. შემოწირულების სისტემაში გათვალისწინებულია განსხვავებული სტატუსები, რომლებიც შენატანის რაოდენობაზეა დამოკიდებული. ვებგვერდის შექმნა ცოტა ხნის წინ დასრულდა.

volunteer.ge მოხალისეობის ციფრული პლატფორმაა, რომელიც მომზადების პროცესშია. ის გააერთიანებს მოხალისეებსა და ორგანიზაციებს, ბიზნესებსა და ინდივიდებს, რომლებიც მოხალისეების დახმარებას საჭიროებენ. პროექტის მონაწილეები პრაქტიკული საქმიანობისთვის განკუთვნილ დროს „აბანდებენ“ დროის ბანკის სისტემაში, შემდეგ კი შეუძლიათ, „გამოითხოვონ“ დახარჯული დრო მათთვის საჭირო საქმიანობისთვის. პროექტს ახორციელებს კონსორციუმი კონრად ადენაუერის ფონდის (KAS) ხელმძღვანელობით, „განათლების, განვითარების და დასაქმების ცენტრთან“, „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრთან“, „სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტთან“, „კონსულტაციის და ტრენინგის ცენტრთან“ და „ევროპული პოლიტიკის ინსტიტუტთან“ ერთად.¹³

¹³ ონლაინ გაცემისა და შემოწირულებაზე დაფუძნებული ქრუდფანდინგის ეკოსისტემა საქართველოში. თბილისი. 2022.

სოციალური მედია და ქრიაუდფანდინგი



დღესდღეობით საქართველოში ფულის შეგროვების ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული გზა სოციალური მედიის გამოყენებაა. მიუხედავად იმისა, რომ ბევრი ფუნქცია, რაც უკვე აქვს facebook-სა და instagram-ს თანხის შეგროვებისთვის, საქართველოში არ არის ხელმისაწვდომი, ეს ხელს არ უშლის საზოგადოებრივ ჯგუფებს სოციალური ქსელების აქტიურ გამოყენებაში.

ამის ძალიან კარგი მაგალითია კომპანია „поділися світлом - გაუზიარე სინათლე“. სოციალური ქსელის დახმარებით ვირუსულად გავრცელებულმა კომპანიამ 2022 წლის ნოემბერში მიზნად დაისახა ელექტროენერჯის გარეშე დარჩენილი უკრაინელებისთვის გენერატორების შეძენა. კომპანიის თავდაპირველი მიზანი იყო 100 გენერატორის შეძენა. თუმცა უკვე დეკემბერში მათ 200 გენერატორისთვის შეძლეს თანხის მოგროვება: „ჩვენდა გასახარად, ინიციატივა მალევე გახდა ძალიან ვირუსული. ხალხი თანხას რიცხავს დაწყებული ერთი ლარიდან და ზევით. არიან ისეთებიც, რომლებმაც 2000, 5000 ლარი გადმორიცხეს. მოგვითანეს გენერატორებიც. გარდა რიგითი მოქალაქეებისა, პროცესში ჩაერთნენ კომპანიები. კომპანიები, რომელთაგანაც გენერატორებს ვყიდულობთ, შემოდიან საკუთარი წვლილით და თუ კილოვატიანი გენერატორი ბაზარზე 1200 ლარი ღირს, ჩვენ თვითღირებულებით, 870, 900 ლარად, ვყიდულობთ.“¹⁴ კომპანია საკმაოდ წარმატებული აღმოჩნდა. საბოლოო ჯამში, 300-ზე მეტი გენერატორი გაიგზავნა უკრაინაში.



¹⁴ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100088373166655>

კვირძო

შეამთავნილ ვადები

და კომპანიათა

თანამშრომლობა

ციფრული ტექნოლოგიების ეპოქაში შემოწირულებები თანდათან გადადის ინტერნეტ სივრცეში და ონლაინ შემოწირულება ხდება კომპანიებისათვის ბუნებრივი. შემომწირველები უკვე ანგარიშის ნომრით ან საიტზე ჩაშენებული გადახდის სისტემით მარტივად რიცხავენ და აგზავნიან თანხას მობილური ტელეფონით და კომპიუტერით.

საქართველოში ორგანიზაციები, უმეტესად, ან სოციალური ქსელის საშუალებით ავრცელებენ საკუთარ ანგარიშს, ან ვებგვერდის დახმარებით. აღსანიშნავია, რომ საქართველოში არსებულმა ახალმა სტარტაპმა უკვე დანერგა გადახდების მარტივად მიღების შესაძლებლობა. ეს არის payze, რომლის ჩაშენება თქვენც შეგიძლიათ თქვენს გვერდზე.¹⁵ ამ ინსტრუმენტის გამოყენებით მსურველებს შეუძლიათ არა მხოლოდ ერთჯერადად, არამედ პერიოდულად, მაგალითად, ყოველი თვის 25 რიცხვში, გადაიხადონ. ამისთვის პლატფორმას აქვს გამოწერილი გადახდის ფუნქცია. სერვისი ფასიანია და მისი ღირებულება შეადგენს თითოეულ წარმატებულ ტრანზაქციაზე თანხის 2.7%-ს.

სახალხო დაფინანსების ღონისძიებები

გარდა ზემოთ მიმოხილული მოდელებისა, ქრაუდფანდინგი შესაძლოა ხორციელდებოდეს ღონისძიების სახითაც (იდეების აუქციონი, საქველმოქმედო ვახშამი და ა.შ). ამის საკმაოდ კარგი პრაქტიკა საქართველოში უკვე არსებობს, როდესაც ეწყობა პროექტების აუქციონი ორგანიზაცია CSR DG-ს მიერ. მათ მიერ შემუშავებულ გზამკვლევაში ვკითხულობთ, რომ „კოლექტიური თუ ჯგუფური დაფინანსების“ ღონისძიებას მეორენაირად „ცოცხალი ქრაუდფანდინგის“ ღონისძიებას (live crowdfunding) უწოდებენ. ეს მოდელი შემოღებულია საერთაშორისო ორგანიზაცია „დაფინანსების ქსელის“ მიერ. იგი მცირე ზომის სამოქალაქო ორგანიზაციებსა და საინიციატივო ჯგუფებს საკუთარი პროექტების პოტენციურ დონორებთან წარდგენაში ეხმარება. იმ შემთხვევაში, თუ საინიციატივო ჯგუფი დამსწრე საზოგადოების წინაშე საკუთარი პროექტის დადებითი სოციალური თუ ეკოლოგიური კუთხით წარმოჩენას შეძლებს, ის აუცილებლად მიიღებს აუდიტორიისაგან საჭირო მხარდაჭერასა და ფინანსურ დახმარებას. პროცესი ფორმატით ძალიან ჰგავს აუქციონზე ნივთების გაყიდვას, ამიტომ ამ მეთოდს „პროექტების აუქციონსაც“ კი უწოდებენ.¹⁶

¹⁵ დეტალური ინფორმაციისთვის ეწვიეთ სტარტაპის ვებგვერდს: <https://payze.io>

¹⁶ ქრაუდფანდინგის ღონისძიების გზამკვლევი. Live Crowdfunding Event. 2021.

იდეების აუქციონი

„იდეების აუქციონი“ სახალხო დაფინანსების ცნობილი მეთოდია მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში, რომელიც ეხმარება მცირე ზომის სამოქალაქო ორგანიზაციებსა და საინიციატივო ჯგუფებს საკუთარი პროექტების პოტენციურ დონორებთან წარდგენასა და რესურსების ცოცხალ რეჟიმში შეგროვებაში.

ქრაუდფანდინგის ამგვარ პრაქტიკას საქართველოში „საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრმა“ (CSRDG) ჩაუყარა საფუძველი. აუქციონზე საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის წარმომადგენელმა სამმა გუნდმა აუდიტორიას საკუთარი იდეები დადებითი სოციალური და ეკოლოგიური კუთხით წარუდგინა და მხარდაჭერაც მოიპოვეს. ჯამში, მოთხოვნილი 15,000 ლარის ნაცვლად, 20,900 ლარი შეგროვდა. ღონისძიებას დაესწრნენ საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების, სამოქალაქო სექტორის, მედიის, სახელმწიფო სტრუქტურებისა და ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები.

ბავშვთა და მოზარდთა განვითარების ცენტრი

მათ აუდიტორიისგან 10 000 ლარი შეაგროვეს და ახალციხეში აუტიზმის შესახებ ცნობიერების ამაღლებასა და სომხურენოვანი ქცევის თერაპევტის გადამზადებას გეგმავენ.



დიმელი ქალები

სრულიად განსხვავებული პროფესიის, ხედვისა და გამოცდილების სამი ქალი სოფელში საგანმანათლებლო-შემეცნებითი სივრცის დაფუძნებას „იდეების აუქციონზე“ შეგროვებული თანხით გეგმავს. მათ აუდიტორიისგან 5 400 ლარი შეაგროვეს. უამრავ სამომავლო გეგმასთან ერთად, პირველ ეტაპზე ბალდათის რაიონ სოფელ დიმში ღია კინოთეატრს დააარსებენ.

დათას ეზო

„ურბანული ბაღი“ - ასე უწოდებს დათა ცინცაძე ქალაქ რუსთავში საკუთარ ეზოში შექმნილ სივრცეს, რომელსაც თანამოქალაქეებთან ეკოლოგიურ გამონვევებზე სასაუბროდ იყენებს. მან საკუთარი იდეის განსახორციელებლად აუდიტორიისგან 5 500 ლარი შეაგროვა.¹⁷

თუკი დაგეგმავთ ქრადფანდინგისთვის იდეების აუქციონს, პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია, დარწმუნდეთ, რომ თქვენს ორგანიზაციას/ჯგუფს აქვს ასეთი ღონისძიების ორგანიზების უნარი.

თქვენი გეგმა შეიძლება ასე გამოიყურებოდეს:

- ◆ აუქციონზე გასატანი სოციალური პროექტების შერჩევა;
- ◆ დონორთა მოწვევა და ღონისძიების პოპულარიზაცია;
- ◆ პროექტის წარდგენისათვის მოკლე პრეზენტაციის („ფიჩინგის“) შესახებ აუდიტორიისთვის ტრენინგის ჩატარება;
- ◆ ღონისძიებასთან დაკავშირებული საორგანიზაციო საჭიროებების უზრუნველყოფა (სივრცის შერჩევა და მოწყობა, კვება და ა.შ.);
- ◆ ღონისძიების შედეგად შეგროვილი თანხების სწორად განკარგვა;
- ◆ ანგარიშგება ღონისძიებაში მონაწილე ყველა დონორთან/შემომწირველთან.

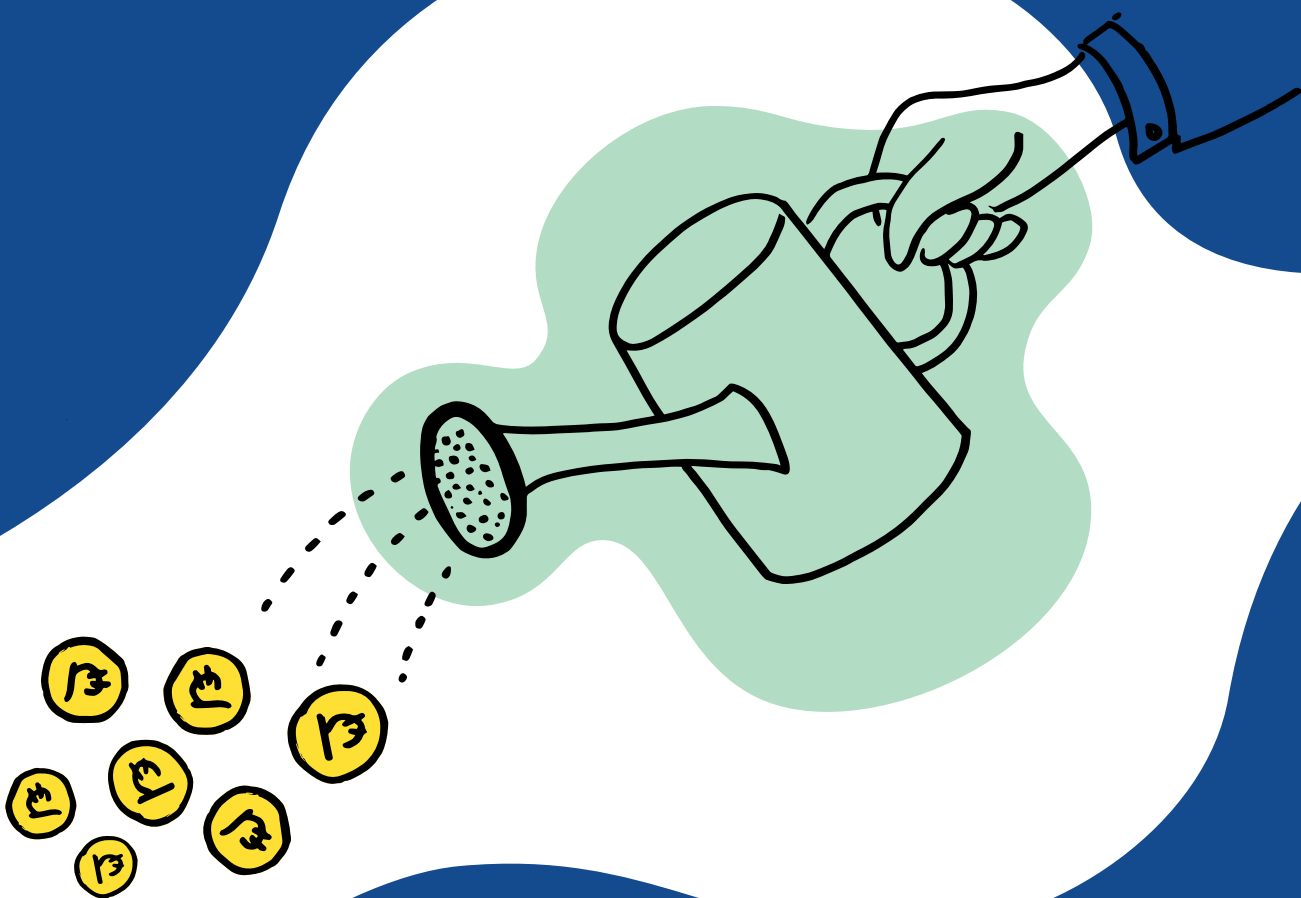
საქველმოქმედო ვახშამი თანხის შეგროვების კიდევ ერთი გზაა, ვახშმის ორგანიზატორებმა და მონაწილეებმა წინასწარ იციან, რომ თანხა, რომელსაც იხდიან, სოციალური პრობლემების მოგვარებისთვის დაიხარჯება.

ამის კარგი მაგალითია კონკრეტული ორგანიზაციისა და რესტორნის თანამშრომლობა. რესტორანმა „ველერიმ“ ორგანიზაციასთან „ჩართე“ თანამშრომლობით 2021 წლის 18 ნოემბერს საქველმოქმედო ვახშამი დაგეგმა. 18 ნოემბერს ორგანიზებული ვახშმისათვის ღონდონელი შეფშარეული სტუმრებს თანამედროვე ინდური კერძებით, თემატური კოქტეილებითა და ბიოდინამიკური მეთოდით დამზადებული ღვინით გაუმასპინძლდა. ამ ვახშმის დახმარებით ორგანიზაცია „ჩართე“ დამატებით კიდევ 6 მოსწავლეს დაეხმარა.

¹⁷ <https://www.cdrc.ge/ge/siakhleebi/ideebis-auqtioni>

¹⁸ ქრადფანდინგის ღონისძიების გამკვლევითი. Live Crowdfunding Event. 2021.

**კორპორატიული
ფონდები და
კორპორატიული
(სოციალური)
პასუხისმგებლობა**



კორპორაციული ფილანთროპიის განვითარება არსებულ რეალობაში ჩვენი პრიორიტეტი უნდა იყოს. ვფიქრობთ, რომ ეს არის ერთ-ერთი გზა ბიზნესის სფეროს საზოგადოების საჭიროებებთან დასაკავშირებლად. ამ შემთხვევაში დონორი არის არა ფიზიკური პირი, არამედ ბიზნესსუბიექტი – კომპანია. ეს არის ფილანთროპიის კონცეფცია, რომელიც გამოიყენება კორპორაციულ გარემოში.

როგორც ვხედავთ, ტერმინი „ფილანთროპია“ უკვე ჩნდება ბიზნესსუბიექტების სოციალურად პასუხისმგებლიან ქცევასთან დაკავშირებით. კორპორაციული ფილანთროპია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) უფრო ფართო კონცეფციის ნაწილია. ეს არის მნიშვნელოვანი კავშირი კომპანიასა და იმ სივრცეს შორის, სადაც კომპანია ოპერირებს. ამრიგად, კომპანიის მუშაობა მიმართულია არა მხოლოდ ბიზნესსფეროში მოგების მიღებაზე, არამედ საზოგადოებაში უფრო ფართო როლის შესრულებაზე. საქველმოქმედო საქმიანობით კომპანიას შეუძლია, გარემოს აჩვენოს თავისი „ადამიანური სახე“, ხასიათი და რეპუტაცია.

რა არის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR)?
 ხშირად კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ცნება არეულია სოციალური მენარმეობისა და სოციალური ინოვაციების ცნებასთან. ამიტომ, ქვემოთ შევეცდებით გასაგებად განვმარტოთ, რას ვგულისხმობთ და რა სხვაობაა CSR-სა და სხვა მომიჯნავე ცნებებს შორის:

<p>როდესაც კომპანია საკუთარი ბიუჯეტიდან გარკვეულ თანხას გამოყოფს, რათა მოხდეს სოციალური ინიციატივების მხარდაჭერა ან მისი ბიზნესის ეთიკურად წარმოება, ეს არის CSR, თუმცა ეს ავტომატურად არ ნიშნავს, რომ კომპანიას აქვს რაიმე ტიპის სოციალური მიზანი.</p>	<p>ახლებური გადაწყვეტა სოციალური საჭიროებების მოსაგვარებლად, რესურსების მობილიზება სოციალური ცვლილებისთვის - თავს იყრის სოციალური ინოვაციის მიმართულებაში, რაც შეიძლება იყოს CSR-ის ნაწილი, თუმცა არ არის CSR.</p>
<p>პოზიტიური სოციალური გავლენის შექმნა, რომელიც, ამავე დროს, მოგებაზეა ორიენტირებული - ეს არის სტრატეგიული CSR.</p>	<p>არამომგებიანი ორგანიზაციის მიერ სოციალური პრობლემის მოგვარება ფინანსური მდგრადობის შექმნისა და კომერციული საქმიანობის დანერგვის გზით - გულისხმობს სოციალურ მენარმეობას და არა CSR-ს.</p>

CSR განსხვავდება სოციალური მენარმეობისაგან და ის მოიცავს ბიზნესის ეთიკურად წარმოებას, რაშიც მოიაზრება:

- ადამიანის უფლებების დაცვა;
- შრომითი სტანდარტების დაცვა;
- გარემოს დაცვა;
- მომხმარებელთან პასუხისმგებლიანი ურთიერთობა;
- სოციალური პრობლემების მოგვარებაში მონაწილეობა;
- ბიზნესსაქმიანობის გამჭვირვალობა.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არაკომერციული ორგანიზაციებისთვის წარმოადგენს კერძო სექტორთან აქტიური თანამშრომლობისა და მათი მხარდაჭერის მოპოვების ეფექტურ საშუალებას.

„ლიბერთი ბანკისა“ და „ეთილი წიგნების“ ერთობლივი საგანაათლებლო პროექტი

მასშტაბური პროექტი მთაში მცხოვრები ბავშვებისა და მოზარდებისთვის თანამედროვე ლიტერატურის, ბოლო დროის თარგმანების ადგილზე ჩატანას და ამ გზით მოზარდებში კითხვის სიყვარულის გაღვივებას გულისხმობს. პროექტის მიზანია მაღალმთიან სოფლებში არც ერთი ბავშვი არ დარჩეს მათთვის ყველაზე ძვირფასი საჩუქრის - წიგნის - გარეშე. ამჯერად, „ლიბერთი ბანკის“ ხელშეწყობით, აჭარის რეგიონში, კერძოდ შუახევის და ხულოს სოფლებში მცხოვრებ 1400 ბავშვს საჩუქრად სასურველი 4000 წიგნი გადაეცა.



განათლება
თავისუფლებისთვის
ლიბერთი

„ლიბერთის კორპორაციული პასუხისმგებლობის სტრატეგიის მთავარი მიმართულება განათლების ხელშეწყობაა. „მთიელი წიგნების“ გუნდთან ერთად ვფიქრობ, ძალიან მნიშვნელოვან საქმეს ვაკეთებთ. აჭარაში მოგზაურობის დროს კიდევ ერთხელ დავრწმუნდით, რომ წიგნი მართლაც ღირებული საჩუქარია და მას დიდი სიხარული მოაქვს ბავშვებისთვის. კითხვის პოპულარიზაციას „ლიბერთი“ მთელი წლის განმავლობაში შეუწყობს ხელს“ – თამარ ზაქარიაძე, „ლიბერთის“ კორპორაციული პასუხისმგებლობის ხელმძღვანელი.

„მოხარული ვართ, რომ „მთიელი წიგნების“ მიერ წამოწყებული პროექტი „ლიბერთის“ მხარდაჭერით გრძელდება. გურიის რეგიონის შემდეგ აჭარის მაღალმთიან რეგიონს ვესტუმრეთ. გასული ერთი წლის განმავლობაში ზემო და ქვემო სვანეთის, რაჭის, ლეჩხუმისა და ახმეტის რაიონის სოფლებში, 2200-ზე მეტ ბავშვს და 63 სკოლის ბიბლიოთეკას გადავეცით სასურველი წიგნები. რაც შეეხება აჭარის რეგიონს, ამჯერად ხულოსა და შუახევში მცხოვრები ბავშვები დავასაჩუქრეთ. „ლიბერთისთან“ დამეგობრებით ჩვენი პროექტის მასშტაბი საგრძნობლად გაიზარდა და მომავალში უფრო მეტ ბავშვს ვაჩუქებთ ზუსტად იმ კონკრეტულ წიგნს, რომელზეც ისინი ოცნებობენ. ჩვენი მოგზაურობებიდან ნათლად ჩანს, რომ წიგნი ყველაზე ღირებული საჩუქარია და ცოდნას ყველაზე დიდი ძალა აქვს“ – ლევან ვარამაშვილი, „მთიელი წიგნების“ თანადამფუძნებელი.¹⁹

“QUARRY LIFE AWARD”

მსოფლიოს 1000-ზე მეტ კარიერზე „ჭაიდელბერგ ცემენტი“ ზრუნავს უნიკალური ფლორისა და ფაუნის შენარჩუნებისთვის. კომპანია უზრუნველყოფს ბიომრავალფეროვნების მართვას როგორც წიაღისეულის მოპოვების დროს, ისე შემდგომ პერიოდში.

“Quarry life award” საერთაშორისო კვლევითი და საგანმანათლებლო კონკურსია, რომელსაც კომპანია „ჭაიდელბერგ ცემენტი“ მსოფლიოს 21 ქვეყანაში ახორციელებს. პროექტი მიზნად ისახავს კარიერების ბიოლოგიური ღირებულების შესახებ ცოდნის გაღრმავებასა და წვლილის შეტანას ბიომრავალფეროვნების განვითარებაში.

„ჭაიდელბერგ ცემენტი“ იწვევს სტუდენტებს, მკვლევრებს, მეცნიერებს, ექსპერტებს და არასამთავრობო ორგანიზაციებს, რათა წარადგინონ საპროექტო წინადადებები კომპანიის კარიერებზე ბიომრავალფეროვნების გამდიდრებასთან დაკავშირებით. თითოეულ ქვეყანაში ეროვნული ჟიურის მიერ შერჩეული ხუთი საუკეთესო პროექტის პილოტაჟისთვის მონაწილეებს

¹⁹ <https://www.libertybank.ge/ka/chven-shesakheb/kompaniis-she-sakheb/sotsialuri-pasukhismgebloba/libertis-da-mtieli-wignebis-ertoblivi-proekti-grdzeldeba>

ედღევათ ხუთი თვე, პროექტის სრულყოფილი სახით წარდგენის შემდგომ კი კონკურსის ეროვნული ჟიური სამ საუკეთესო პროექტს გამოავლენს, რომლებიც პროექტის განსახორციელებლად საჭირო ფულადი პრიზებით დაჯილდოვდებიან.

დამოუკიდებლად ეროვნული კონკურსისა, თითოეული ქვეყნის 5 პროექტი “Quarry life award-ის” გლობალურ კონკურსზე განიხილება.

“Quarry life award” კონკურსი გაძლევთ საშუალებას, გააზიაროთ თქვენი იდეები ეკოლოგიის დაცვისა და ბიომრავალფეროვნების ხელშეწყობისთვის. ყოველ ორ წელიწადში ერთხელ ჩვენი კარიერები ღიაა შერჩეული მონაწილეებისთვის. მონაწილეებს შესაძლებლობა ეძლევათ, ექვსი თვის განმავლობაში შეისწავლონ კარიერის სხვადასხვა ჰაბიტატები, გამოიძიონ, გაანალიზონ და გაამდიდრონ მათი ბიომრავალფეროვნება.²⁰

ბიზნესორგანიზაციების მიერ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გამოხატვის დროს ასევე ჩნდება იმ იდეის ლობირების შესაძლებლობა სოციალური საწარმოებისათვის, რომ კორპორაციულ შესყიდვებში კომპანიებმა უპირატესობა მიანიჭონ სოციალური საწარმოების პროდუქტსა და სერვისს. ამიტომ, როგორც სოციალურმა საწარმოებმა, ასევე სხვა საზოგადოებრივად სასარგებლო მიზნებზე ორიენტირებულმა ორგანიზაციებმა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკა კარგად უნდა შეისწავლონ და იფიქრონ იმაზე, თუ სად იკვეთება საერთო მიზნები და ჩნდება თანამშრომლობის შესაძლებლობები. მათ ასევე შეუძლიათ, შესთავაზონ ბიზნესსექტორს სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკაში სპეციფიკური საკითხების ინტეგრირება.

კომპანიებმა დააარსეს ცალკეული იურიდიული პირები - ფონდები, რომლებიც ხშირად ატარებენ მათ სახელს. ასეთია მაგალითად, „საქართველოს ბანკის“ მიერ დაფუძნებული „სიცოცხლის ხე“.²¹ ეს ფონდები მუშაობენ იმავე სამართლებრივი პრინციპით, როგორც სხვა ფონდები. კომპანია ამ ფონდს ანდობს თავის ფინანსურ რესურსებს მართვისა და გადანაწილებისთვის. ეს არის ბიზნესსუბიექტის ნებაყოფლობითი გადანაცვეტილება, წვლილი შეიტანოს საზოგადოების განვითარებაში არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და ინიციატივების მხარდაჭერით. კორპორაციულ ფონდებს აქვთ განსაზღვრული საგრანტო პროგრამები, რომლებიც ეფუძნება სოციალური გავლენის ან პროგრამის სტრატეგიას და განსაზღვრავს გრძელვადიან, საშუალო და მოკლევადიან მიზნებს. საგრანტო პროგრამის ფარგლებში ფონდი ასრულებს დასახულ მიზანს რამდენიმე პროექტის ფინანსური მხარდაჭერით და საზოგადოებაში სასურველი პოზიტიური ცვლილებებისკენ ისწრაფვის. „სიცოცხლის ხის“ შემთხვევაში წლების მანძილზე ფონდის პრიორიტეტული მიმართულება იყო სოციალური მენარმეობის მხარდაჭერა, ამჟამად კი ფონდი ფოკუსირებულია უკრაინის მხარდაჭერაზე.

²⁰ <https://www.quarrylifeaward.com/>

²¹ <https://www.tree.ge/>

საგრანტო პროგრამის გამოქვეყნებისას, ჩვეულებრივ, მას თანდართული აქვს საგრანტო პროგრამის პრიორიტეტების ნუსხა. ფონდი წარმოადგენს პროგრამის მთლიან ხედვას, პროექტის მხარდაჭერის ფორმალურ და ადმინისტრაციულ კრიტერიუმებს. ასევე ამ ნაწილში უფრო დეტალურად არის აღწერილი, რა ტიპის აქტივობების მხარდაჭერა სურს, რა ტიპის სუბიექტებს აქვთ უფლება, მიმართონ მხარდაჭერისთვის და რა გავლენას მოახდენს მხარდაჭერილი აქტივობები საზოგადოებაში არსებულ გამოწვევებზე.

„ფონდი ნატახტარი“

2011 წლიდან დღემდე „ფონდი ნატახტარი“ 1 042 593 ლარით 660-მდე მობარდასა და ახალგაზრდას დაეხმარა. შედეგად, ასობით მზრუნველობამოკლებულმა ახალგაზრდამ დამოუკიდებლად ცხოვრება დაიწყო და ბევრს წარმატებული კარიერაც აქვს. ამ ყველაფერს კი უზრუნველყოფს „ფონდი ნატახტარის“ სამი ძირითადი პრიორიტეტი: განათლება, დასაქმება და ფსიქოლოგიური მხარდაჭერა.

თერთმეტი წლის განმავლობაში „ფონდმა ნატახტარმა“ რესურსები იმ საჭიროებებზე გადაანაწილა, რომლებიც თითოეული ახალგაზრდისთვის აქტუალური იყო. ამ ხნის განმავლობაში, ფონდის დახმარებით:

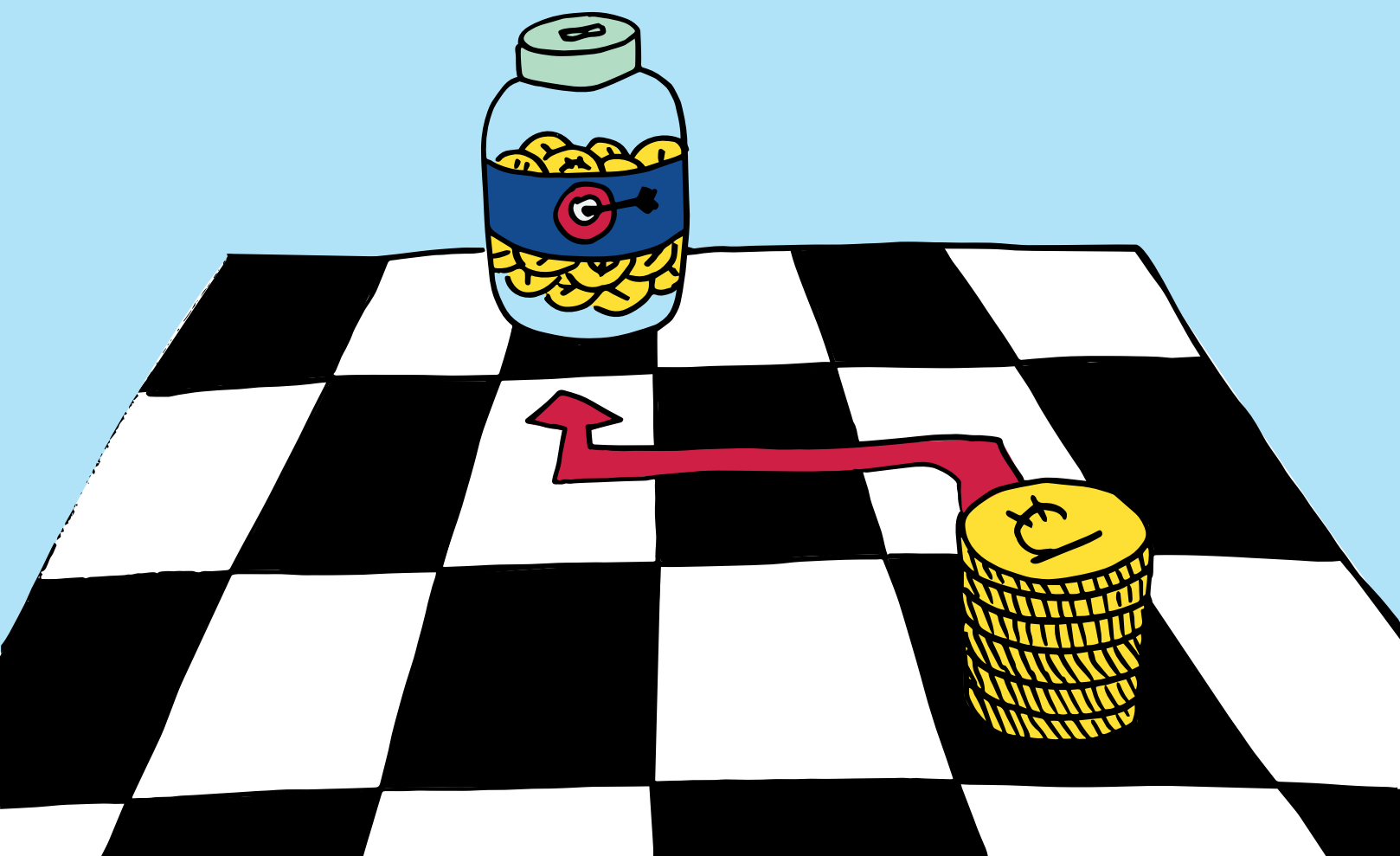
- 340-მა ახალგაზრდამ მიიღო პროფესიული განათლება;
- 72-მა ახალგაზრდამ მიიღო უმაღლესი განათლება ან ამჟამად სწავლობს უმაღლეს სასწავლებლებში;
- 220-ზე მეტმა ახალგაზრდამ შეისწავლა ხელობა და გაიარა სტაჟირება სხვადასხვა მიმართულების ოსტატთან;
- 660-მა ახალგაზრდამ მიიღო ფსიქოლოგის ინდივიდუალური მომსახურება.

დღეის მონაცემებით, პროექტში ჩართული ახალგაზრდების 90% მუშაობს, მათგან 60%-ზე მეტი კი სტაბილურად არის დასაქმებული.

2022 წელს ფონდის მხარდაჭერით და ასოციაციის „ჩვენი სახლი - საქართველო“ კოორდინაციით, მომსახურება 20 ახალგაზრდას გაენია. თითოეული მათგანი იღებდა ინტენსიურ ფსიქოლოგიურ კონსულტაციას, 6 ახალგაზრდას უტარდებოდა ხანგრძლივი ფსიქოთერაპია, ხოლო 7-მა ისარგებლა ფსიქოდიანოსტირებით. გასულ წელს 13 ახალგაზრდას ერიცხებოდა სტიპენდია დამოუკიდებელი ცხოვრების მხარდაჭერის მიზნით, 1 დაფინანსდა კოლეჯში სიარულისთვის გზის თანხით, 3 ახალგაზრდა უზრუნველყოფილი იქნა ქრონიკული დაავადებების სამკურნალო მედიკამენტებით. გარდა ამისა, მათ ჩაუტარდათ სამედიცინო დიაგნოსტირება და მკურნალობა. 2 აბიტურიენტი დაფინანსდა ეროვნული გამოცდებისთვის მომზადების მიზნით. თითოეული მათგანი ემზადებოდა 3 საგანში.²²

²² <http://csrblog.ge/tag/%E1%83%A4%E1%83%9D%E1%83%9C%E1%83%93%E1%83%98-%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98/>

სტრატეგიული ფინანსოვნობა



სტრატეგიული ფილანთროპია არის ფილანთროპიის ერთ-ერთი ფორმა, რომლის დროსაც კორპორაცია ან კერძო კომპანია ეწევა ფილანთროპიულ საქმიანობას, რათა სამომავლოდ გაზარდოს საკუთარი შემოსავალი. საქართველოში ასეთი მაგალითები გვაქვს ფონდი „კრისტალისა“ და „ლიბერთი ბანკის“ სახით. ორივე მათგანი არის ფინანსური ინსტიტუცია, რომელიც ეხმარება რეგიონებში მცირე და საშუალო მენარმეობის განვითარებას, რაც გრძელვადიან პერსპექტივაში ზრდის მათ მომხმარებლებს. ორგანიზაციებს შეუძლიათ მსგავსი შესაძლებლობების ფარგლებში განავითარონ საკუთარი იდეები ან სერვისები კერძო სექტორთან თანამშრომლობით და მათ რესურსებზე დაყრდნობით.

“USAID Yes Georgia” საქართველოს რეგიონებში მცხოვრები ქალებისთვის ტრენინგების ჩატარებას, ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარებას, მათთვის სამენარმეო საქმიანობასა და საჭირო კავშირების დამყარებაში მხარდაჭერას გულისხმობს. პროგრამა მნიშვნელოვან დახმარებას უწევს ქალებს, რომლებსაც საკუთარი ბიზნესსაქმიანობის დაწყება ან არსებულის განვითარება და შესაბამისი უნარების შექმნა სურთ.

„BUZZ საქართველო“ “USAID Yes Georgia-ს” პროგრამის „ახალგაზრდებისა და ქალთა მენარმეობის მხარდაჭერა საქართველოში“ ერთი-ერთი კომპონენტია. პროგრამა ხორციელდება ფონდ „კრისტალის“ მიერ, ამერიკელი ხალხისგან მიღებული ფინანსური დახმარებით, ამერიკის შეერთებული შტატების განვითარების სააგენტოსა (USAID) და ქალთა გლობალური განვითარებისა და კეთილდღეობის ინიციატივის (W-GDP) ფარგლებში. პროექტს დამატებით ფინანსურ მხარდაჭერას „კრისტალი“ უწევს. პროგრამის დახმარებით, 2024 წლისთვის 2500-ზე მეტ ქალ მენარმეს ცოდნაზე, ფინანსებსა და ბიზნესსერვისებზე უკეთესი წვდომა ექნება, რაც თითოეულს შესაძლებლობას მისცემს, საკუთარი ბიზნესი უფრო მაღალშემოსავლიან სანარმოდ გადააქციოს და ამ კონტექსტში ითანამშრომლოს „კრისტალთან“.²³

„ახალგაზრდული მენარმეობა სოფლის განვითარებისთვის“ (RDYE) არის 3 წლიანი პროექტი, რომელსაც ახორციელებს „მერსი ქორფსის“ წარმომადგენლობა საქართველოში (Mercy Corps Georgia), „ავსტრიის განვითარების თანამშრომლობის“ (ADC) დაფინანსებით.

პროექტის განხორციელების მხარდამჭერები არიან „ლიბერთი ბანკი“ და „სპორტის, ტურიზმისა და ახალგაზრდობის საერთაშორისო ფონდი“. პროექტი მიზნად ისახავს (18-იდან 35 წლამდე) ახალგაზრდების სამენარმეო უნარ-ჩვევებისა და ცოდნის გაღრმავებას, სასოფლო-სამეურნეო და არასასოფლო-სამეურნეო მიმართულების ბიზნესის მხარდაჭერას, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობისა და საბაზრო კავშირების დამყარების ხელშეწყობას.

²³ <https://crystalfund.ge/category/yes-georgia-en/>

პროექტის აქტივობები ფოკუსირებულია ახალგაზრდების სოციალურ და ეკონომიკურ მონაწილეობაზე, მათი კეთილდღეობის გაუმჯობესებასა და სამენარმეო პოტენციალის რეალიზების ხელშეწყობაზე. მიღებული ცოდნა და უნარ-ჩვევები მათ დასაქმებაში/თვისდასაქმებაში დაეხმარება.

პროექტის შედეგი სამიზნე მუნიციპალიტეტებში ახალგაზრდების სამენარმეო პოტენციალის რეალიზებით ადგილობრივი მდგრადი ეკონომიკური განვითარების პროცესების ხელშეწყობაა.²⁴

კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას საქართველოს კანონმდებლობა არ არეგულირებს, თუმცა ამ მიზნით განეული ხარჯები ხშირად აწყდება საგადასახადო ბარიერებს. მაგალითად, ბიზნესსუბიექტების მიერ განეული ხარჯები, რომლებსაც კავშირი არ აქვთ მათ ეკონომიკურ საქმიანობასთან, მოგების გადასახადით იბეგრება, თუ ეს სუბიექტი დაბეგვრის ე.წ. „ესტონურ მოდელს“ იყენებს:

საქართველოს „საგადასახადო კოდექსის“ 97-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, რეზიდენტი სანარმოს (გარდა ამ მუხლის მე-2 და მე-8-91 ნაწილებით გათვალისწინებული შემთხვევებისა) მოგების გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია: ... ბ) განეული ხარჯი ან სხვა გადახდა, რომელიც ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული არ არის; გ) უსასყიდლოდ საქონლის მიწოდება/მომსახურების განევა ან/და ფულადი სახსრების გადაცემა.

ბუნებრივია, ამგვარი საგადასახადო მოწესრიგება ბარიერებს ქმნის ფილანთროპიისათვის ან აძვირებს ამგვარ საქმიანობას, თუმცა „საგადასახადო კოდექსი“ შეიცავს გამონაკლისებს, რომლებიც ფილანთროპიის წახალისებისთვის არის შექმნილი.²⁵ მაგალითად, 983-ე მუხლის მე-3 ნაწილის „ა“ ქვეპუნქტის თანახმად, მოგების გადასახადით არ იბეგრება უსასყიდლოდ საქონლის მიწოდების/მომსახურების განევის ან/და ფულადი სახსრების გადაცემის შემდეგი შემთხვევები: ა) კალენდარული წლის განმავლობაში საქველმოქმედო ორგანიზაციაზე გაცემული შემონირულება, რომელიც მის მიერ წინა კალენდარული წლის განმავლობაში მიღებული წმინდა მოგების 10 პროცენტს არ აღემატება. შესაბამისად, თუ საქონლის (პროდუქციის) მიწოდება ან მომსახურების განევა უსასყიდლოდ ხდება ეკონომიკური საქმიანობის განმახორციელებელი სუბიექტის (ბიზნესსუბიექტის) მიერ საქველმოქმედო ორგანიზაციისათვის, ასეთი ოპერაცია მოგების გადასახადით არ დაიბეგრება.

²⁴ <https://www.rdyemerccorps.ge/index.php/ka/>

²⁵ შემონირულებებთან და ქრადუფანდინგთან დაკავშირებული საგადასახადო შეღავათების შესახებ დეტალური ინფორმაციისათვის იხილეთ: სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის სამართლებრივი გარემოს შეფასება. თბილისი. 2022: <https://ewmi-activism.org/ka/assessment-of-the-legal-environment-for-cso-financial-sustainability-and-philanthropy-in-georgia/>

**ქრაუდსორსნივი
და ვრო ბონო²⁶,
როგორც
რესურსების
მოზივვის
შესაქვებობა**

²⁶ „უსასვიდლოდ განეული მომსახურება“.

ქრეუსორსიზი

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ხშირად გარკვეული პროექტისთვის ორგანიზაციას სჭირდება არა ფული, არამედ რესურსი. სწორედ ამ რესურსის მოზიდვა უნდა იყოს მისი პრიორიტეტი. მით უფრო, რომ კომპანიებისა და მხარდამჭერებისთვის ბევრად უფრო მარტივია არა ფულის, არამედ სხვა ტიპის რესურსის გაღება.

კიდევ ერთხელ გავიხსენოთ, რა ტიპის რესურსები არსებობს, ფულადი რესურსების გარდა:

- ადამიანური რესურსი - მოხალისეები, სტაჟიორები, ადამიანები, რომლებიც მზად არიან, სათემო ცვლილებისთვის უსასყიდლოდ ან დაბალ ფასად გააზიარონ ცოდნა (სათემო მენტორები, ტრენერები);
- ფიზიკური რესურსი - პროექტორი, ეკრანი, ინვენტარი, სივრცე - რესურსი, რომლის გაზიარება/თხოვება ბევრ ორგანიზაციას მარტივად შეუძლია;
- ექსპერტიზა - პრო ბონო მომსახურება კონკრეტულ საკითხებში (საგადასახადო საკითხები, ბიზნესის დაწყება, ბუღალტერია, იურიდიული მხარდაჭერა და სხვა).

კერძო კომპანიების მხარდაჭერა შეიძლება უკავშირდებოდეს ქირავნობის უზრუნველყოფას, ავტოტრანსპორტის, ლეპტოპების, პრინტერების გაქირავებას/თხოვებას. დასახმარებლად ბევრი გზა არსებობს. თუ კომპანიას აქვს საკუთარი შენობა, მას შეუძლია, შენობის ნაწილი არასამთავრობო ორგანიზაციას გადასცეს ნულოვანი ქირავნობით. კომპანიები, ქალაქები და მუნიციპალიტეტები ხშირად სამოქალაქო ორგანიზაციებს სიმბოლურ ფასად უთმობენ ისეთ შენობებს, რომლებზეც ვერ ზრუნავენ.

უზუფრუქტი (usufruct) არის უძრავი ქონების გადაცემა სარგებლობაში ისე, რომ ქონების მიმღები უფლებამოსილია, როგორც მფლობელმა, გამოიყენოს ეს ქონება, მაგრამ მესაკუთრისაგან განსხვავებით, მას არ შეუძლია ნივთის გასხვისება, იპოთეკით დატვირთვა ან მემკვიდრეობით გადაცემა. მესაკუთრესთან შეთანხმებით მას შეუძლია მხოლოდ გაქირავება. უზუფრუქტი შეზღუდული საკუთრების უფლებაა. ქონების მიმღების მოტივი ამ აქტივიდან შემოსავლის მიღებაა. უზუფრუქტი შეიძლება იყოს როგორც უსასყიდლო, ასევე ფასიანი, რაც ქონების მესაკუთრისათვის გარკვეული თანხის გადახდას გულისხმობს. უზუფრუქტის დროს მნიშვნელოვანი წინაპირობაა, უზუფრუქტის ვადის გასვლის შემდეგ მესაკუთრეს ქონება პირვანდელი სახით, ზიანის გარეშე დაუბრუნდეს.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოს კანონმდებლობა დასაშვებად მიიჩნევს არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირებისათვის სახელმწიფო ან მუნიციპალური ქონების სასყიდლიანი ან უსასყიდლო სარგებლობის, მათ შორის, უზუფრუქტის ფორმით გადაცემას. ცენტრალურ დონეზე აღნიშნულის

საფუძველს ქმნის „სახელმწიფო ქონების შესახებ“ საქართველოს კანონი,²⁷ ხოლო ადგილობრივი თვითმმართველობებისათვის შესაბამისი უფლებამოსილებები განსაზღვრულია საქართველოს ორგანულ კანონში – „ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსი“.²⁸

პრო ბონო

საქართველოში წარმატებით ფუნქციონირებს პრო ბონო ქსელი, რომლის ვებგვერდზეც ვკითხულობთ: „ტერმინი პრო ბონო სერვისები გულისხმობს სამოქალაქო ორგანიზაციების ან მოქალაქეებისთვის პროფესიული მომსახურების განწევას უსასყიდლოდ ან სიმბოლურ ფასად, ანუ საზოგადოების საკეთილდღეოდ“. „პრო ბონო“ არის შემოკლებული ფორმა ლათინური გამოთქმისა „pro bono publico“, რაც ნიშნავს „საზოგადოების საკეთილდღეოდ“.

სამოქალაქო ორგანიზაციებს, რომლებიც საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის დასახმარებლად სოციალური, ეკონომიკური თუ ეკოლოგიური პრობლემების გადასაჭრელად მუშაობენ, ხშირად არ აქვთ საკმარისი რესურსები მაღალკვალიფიციური საექსპერტო მომსახურების მისაღებად, ხოლო ამგვარი ექსპერტიზის გარეშე მათ უჭირთ, მიაღწიონ დასახულ მიზნებს და საგრძნობი ზეგავლენა მოახდინონ საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე ეკოლოგიის, განათლების, ჯანდაცვის თუ სხვა სფეროებში.

ამავე პლატფორმაზე probonogeorgia.ge შეგვიძლია გავეცნოთ წარმატებულ მაგალითებსაც. მათგან რამდენიმეს ქვემოთ გაგიზიარებთ:

იურიდიული პრო ბონო კონსულტაცია, 2022 წელი

პრო ბონო კომპანია: „BGI Legal“.

ბენეფიციარი: „dopomoga ukraini - უკრაინისთვის“.

„dopomoga ukraini - უკრაინისთვის“ არის მოხალისეთა ჯგუფის მიერ შექმნილი საინფორმაციო პლატფორმა, რომლის მიზანია, შეკრიბოს და ერთ სივრცეში განათავსოს ყველა საჭირო ინფორმაცია საქართველოში მყოფი უკრაინის მოქალაქეებისთვის. პლატფორმა ეხმარება საქართველოში მყოფ უკრაინის მოქალაქეებს, მიიღონ სრულყოფილი ინფორმაცია შეთავაზებული საჯარო სერვისებისა და მიმდინარე საქველმოქმედო ინიციატივების შესახებ.

²⁷ „სახელმწიფო ქონების შესახებ“ საქართველოს კანონი: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/112588?publication=52>
²⁸ „ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსი“: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2244429?publication=67>

პლატფორმა მოიცავს ვებგვერდს, facebook გვერდსა და ჯგუფს, instagram გვერდს და telegram-ის არხს. ვებგვერდზე განთავსებული ინფორმაცია მუდმივად მონმდება და ახლდება.

საჭიროების აღწერა:

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საინიციატივო ჯგუფის „dopomoga ukraini - უკრაინისთვის“ მიზანია საქართველოში მყოფი უკრაინელი მოქალაქეებისთვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდება მათთვის აქტუალურ საკითხებზე. იქიდან გამომდინარე, რომ უკრაინელი მოქალაქეებისთვის საქართველოში ცხოვრება, მუშაობა და მსგავსი საკითხები დაკავშირებულია საქართველოს კანონმდებლობით რეგულირებულ გარკვეულ სამართლებრივ ნორმებთან, საჭირო გახდა პროფესიონალი იურისტების დახმარება, რათა საქართველოში მყოფი უკრაინელი მოქალაქეებისთვის მიეწოდებინათ შესაბამისი ინფორმაცია.

ჩატარებული სამუშაო:

გამოვლენილი საჭიროებების საფუძველზე, იურიდიულმა კომპანია „bgi legal-მა“ პრო ბონო კონსულტაცია გაუწია საინიციატივო ჯგუფს „dopomoga ukraini - უკრაინისთვის“. კონსულტაციის ფარგლებში იურიდიული კომპანიის იურისტთა ჯგუფმა ამომწურავი ინფორმაცია მიაწოდა ორგანიზაციას უკრაინელი მოქალაქეების მიერ ხშირად დასმულ შეკითხვებზე.

პრო ბონო მედიაციის შედეგი:

ჩატარდა პრო ბონო კონსულტაცია უკრაინელი მოქალაქეებისთვის საჭირო იურიდიულ საკითხებთან დაკავშირებით.

პრო ბონო კონსულტაცია საკონკურსო პრეზენტაციის მომზადებაში

პრო ბონო კომპანია: სადაზღვევო კომპანია „ალდაგი“.

ბენეფიციარი: „მთის ბავშვებისთვის“ - ეთერ არსანიძე / რაჭის სათემო ორგანიზაცია, რაჭა-ლეჩხუმი.

პრო ბონო კონსულტანტი: ქეთევან მაღალაშვილი, „ალდაგი“.

საჭიროების აღწერა:

2022 წლის სექტემბერ-ნოემბერში, პრო ბონო ქსელის წევრებმა და პარტნიორმა კომპანიებმა განახორციელეს მასშტაბური პრო ბონო პროექტი, რომელიც გულისხმობდა სამოქალაქო აქტივისტების მიერ

განხორციელებული ინიციატივების შესახებ პრეზენტაციების მომზადებაში დახმარებას. პრეზენტაციები აქტივისტებს უნდა წარედგინათ სათემო ლიდერთა ფორუმზე არსებულ კონკურსში - „საუკეთესო სათემო ინიციატივა 2020-2021 წელი“.

პროცესში ჩაერთო ხუთი ბიზნესკომპანია, ოთხი პრო ბონო ქსელის წარმომადგენელი: „საქართველოს ბანკი“, „თიბისი ბანკი“, „კრედიო ბანკი“ და „კრისტალი“, ასევე ქსელის მეგობარი კომპანია „ალდაგი“.

მოკლედ ინიციატივის შესახებ:

რაჭა, მოსახლეობის სიმცირითა და სოციალურად დაუცველი ოჯახების რაოდენობით, ერთ-ერთ „მონინავე“ ადგილზეა საქართველოში. საახალწლოდ, როცა დედაქალაქში საჩუქრების ცვენაა, მთაში მცხოვრები ბავშვების მშობლებს საჩუქრების შეძენის საშუალება არ აქვთ. სწორედ ამიტომ, რაჭის სათემო ორგანიზაციის წევრმა ეთერ არსანიძემ წამოიწყო კამპანია „მთის ბავშვებისთვის“. ჯგუფმა მოახერხა და პირველ წელს 20-ზე მეტი მხარდამჭერი მოიპოვა ამავე რაოდენობის ბავშვისთვის საჩუქრების მოსაგროვებლად. მეორე წელს უკვე 60-მდე მსურველი მოიძიეს და მათი დახმარებით 62 ბავშვი გაახარეს. კამპანია წელსაც გრძელდება.

ჩატარებული სამუშაო:

პრო ბონო პროექტის მოსამზადებელი პერიოდი ოქტომბერში დაიწყო, რომელშიც სადაზღვევო კომპანია „ალდაგის“ მხრიდან ქეთევან მაღალაშვილი იყო ჩართული. ოთხი შეხვედრისა და ოთხი პრო ბონო საათით ერთობლივი მუშაობის შედეგად განისაზღვრა პროექტის შინაარსი, რეგიონში არსებული სკოლებისა და მოსწავლეების რაოდენობის სტატისტიკური მონაცემების საფუძველზე, რამაც კარგად წარმოაჩინა საკითხის სიმწვავე.

პრო ბონო მედიაციის შედეგი:

ერთობლივი სამუშაოების შედეგად მომზადებულ პრეზენტაციაში, პრო ბონო კონსულტანტის რჩევით, კონკურსანტმა ჩადო სტატისტიკური მონაცემები, აჩვენა ონისა და ამბროლაურის რაიონში არსებული სკოლები, რომელიც 200 მოსწავლეზეა გათვლილი და რეალური მოსწავლეების რაოდენობა 5-40 მოსწავლემდე მერყეობს. არსებულმა სტატისტიკამ კარგად გამოაჩინა რეგიონში არსებული სოციალური და ეკონომიკური მდგომარეობა.

9 ნოემბერს გამართულ ღონისძიებაზე ეთერ არსანიძის ინიციატივა დარბაზის რჩეული გახდა და სხვადასხვა სახის პრიზიც მოიპოვა.

სოციალურ სანარმოთა ვალაზიის ბრენდინგი

პრო ბონო მხარდამჭერი კომპანია: „სააჩი & სააჩი“.

ბენეფიციარი: „სოციალურ სანარმოთა ალიანსი“.

საჭიროების აღწერა:

„სოციალურ სანარმოთა ალიანსი“ წარმოადგენს სოციალურ სანარმოთა ერთიან პლატფორმას, რომელიც ხელს უწყობს წევრების ერთობლივი ინტერესების დაცვას, საზოგადოებაში სექტორის ცნობადობის ზრდას, გამოცდილების გაზიარებასა და სექტორებს შორის თანამშრომლობის ეფექტური მექანიზმების განვითარებას. სხვა მთელ რიგ საკითხებთან ერთად, ალიანსი მიზნად ისახავს სოციალური მენარმეობის კონცეფციის პოპულარიზაციასა და სოციალურ სანარმოთა მდგრადობისა და ინსტიტუციური გაძლიერების ხელშეწყობას (მათ შორის, გაყიდვებისა და პროდუქციის განვითარებას).

მიზნის მისაღწევად ალიანსმა სოციალური კონცეფციის მქონე მაღაზიის შექმნა გადაწყვიტა. მაღაზიის კონცეფციის წარმოსაჩენად საჭირო გახდა ბრენდინგი.

ჩატარებული სამუშაო:

გამოვლენილი საჭიროებების საფუძველზე, თანამშრომლობა სარეკლამო სააგენტოსა და „სოციალურ სანარმოთა ალიანსს“ შორის სოციალური კონცეფციის მაღაზიის/შოურუმის ბრენდინგის მიმართულებით 2022 წლის მაისში დაიწყო და 16 სექტემბერს მაღაზიის გახსნით დაგვირგვინდა.

კომპანიის მხრიდან პროექტში ჩაერთო ექვსი თანამშრომელი. საერთო ჯამში, დაიხარჯა 128 პრო ბონო საათი. ბრენდინგის საფუძველზე განისაზღვრა მაღაზიის სახელი, იგი გაფორმდა ვიზუალურად და შეიქმნა კონცეფცია, დაისახა საკომუნიკაციო სტრატეგია, შემუშავდა მომხმარებლებთან ურთიერთობის სტილი, ე.წ. “voice of tone”. ასევე ვიზუალური კონცეფციის ფარგლებში მომზადდა: ლოგო, საპრეზენტაციო მასალა, პოსტერები, ინდივიდუალური ფიგურები და ფორმები სოციალური მედიისთვის, შეფუთვა და საინფორმაციო ფლაერები, რაც, საერთო ჯამში, განსაზღვრავს მაღაზიის ერთიან სტილს.

პრო ბონო მედიაციის შედეგი:

სარეკლამო კომპანიამ „სააჩი & სააჩი“ უსასყიდლოდ მოამზადა სოციალური კონცეფციის მქონე მაღაზიის სრული ბრენდინგი, მათ შორის სახელი - „ესკი“, ლოგო, საკომუნიკაციო სტრატეგია და დიზაინის კონცეფცია.²⁹

²⁹ <https://probonogeorgia.ge/>

სამართლებრივი თვალსაზრისით, პრო ბონოს შესახებ არ არსებობს სპეციფიკური კანონი ან რეგულაცია. შესაბამისად, არ არსებობს მისი წამახალისებელი საკანონმდებლო მექანიზმები ან შეღავათები. თავად მომსახურებები კი ექცევა იმ ზოგად ჩარჩოში, რომელიც დადგენილია ასეთი მომსახურებების განვითარებისთვის.

უსასყიდლოდ განუული პრო ბონო მომსახურება „საგადასახადო კოდექსით“ კვალიფიცირდება, როგორც უსასყიდლოდ განუული მომსახურება და მიმწოდებლებს შესაძლოა გაუჩნდეთ მოგების გადასახადის გადახდის ვალდებულება. ასევე, შესაძლოა, დღგ-ს გამოანგარიშებისათვის საჭირო გახდეს საბაზრო ფასის განსაზღვრა და შესაბამისი გადასახადის დარიცხვა. თუმცა, როგორც ზემოთ აღინიშნა, „საგადასახადო კოდექსი“ ცალკეულ შემთხვევებში გვთავაზობს გამონაკლისებს ამ ზოგადი წესებიდან.³⁰

მოტივება დაფუძნებული მარკეტინგი

მოტივებზე დაფუძნებული მარკეტინგი (cause related marketing) არის მარკეტინგული ინსტრუმენტების ერთობლივი გამოყენება, როდესაც კომპანია და სსო შეთანხმდებიან კონკრეტული პროდუქტის ერთობლივ პოპულარიზაციაზე, მისი გაყიდვიდან მიღებული თანხა კი გამოყენებული იქნება საზოგადოებრივი მიზნებისთვის. ამრიგად პროდუქტი იძენს დამატებით ღირებულებას მისი გაყიდვის გზით, ხოლო სსო იღებს წინასწარ შეთანხმებულ თანხას თითოეული პროდუქტის გაყიდვიდან მნიშვნელოვანი პროექტის მხარდასაჭერად.

მოტივებზე დაფუძნებული მარკეტინგის კარგი მაგალითია პლატფორმა „ნაამბობის“ თანამშრომლობა თავის მოვლის საშუალებების მწარმოებელ კომპანიებთან: „the body shop-თან“ და „avon-თან“.

„ნაამბობი“ არის მულტიმედიური ვებპლატფორმა იმ ამბების მოსაყოლად, რომლებიც საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანია. ასეთებია ისტორიები ძალადობა გამოვლილი თუ წარმატებული ქალების შესახებ, ცნობილი ადამიანების შესახებ, რომელთაგანაც შეგვიძლია ვისწავლოთ; უცნობი ადამიანების, მათი უფლებების დაცვისა და თანადგომის შესახებ; სოციალური და შემეცნებითი პროექტების შესახებ. „ნაამბობის“ მისია იმ ადამიანების სათქმელის საზოგადოებამდე მიტანაა, რომლებსაც აქამდე არ უსმენდნენ ან არ ჰქონდათ სივრცე, სადაც გამოცდილებას გააზიარებდნენ და მოუყვებოდნენ სხვებს, თუ როგორ იცხოვრეს, გადარჩნენ და მიაღწიეს სასურველ მიზანს.

„ნაამბობი“ საკუთარ მისიას სწორედ ისეთ კომპანიებთან თანამშრომლობით ახერხებს, როგორიცაა „avon“ და „the body shop“. ორივე კომპანიისთვის

³⁰ დეტალური ინფორმაციისათვის იხილეთ: სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის სამართლებრივი გარემოს შეფასება. თბილისი. 2022: <https://ewmi-activism.org/ka/assessment-of-the-legal-environment-for-cso-financial-sustainability-and-philanthropy-in-georgia/>

მარკეტინგული კამპანიის სეგმენტს ქალები წარმოადგენენ. სწორედ ამიტომ, ორივე კომპანია ქალთა გაძლიერების მხარდამჭერია, ეს თანამშრომლობა ორივე მხარისთვის მომგებიანია.

მოტივებზე დაფუძნებული მარკეტინგი შესაძლოა მოექცეს „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოქმედების არეალში.³¹

შესაბამისად, მოტივებზე დაფუძნებული მარკეტინგის გამოყენებისას მხარეებმა ყურადღება უნდა მიაქციონ „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნებს. მაგალითად, „აკრძალულია თამბაქოს ნაწარმის, თამბაქოს აქსესუარის ან/და თამბაქოს მოხმარებისთვის განკუთვნილი მონყობილობის მწარმოებლის, იმპორტიორისა და რეალიზატორის მიერ პირდაპირი ან/და არაპირდაპირი (ანუ სხვა ფიზიკური თუ იურიდიული პირის საშუალებით) სპონსორობა. ეს კანონი შეიცავს ბევრ სხვა შეზღუდვასა თუ მარეგულირებელ წესს, რომელსაც შესაბამისი ყურადღება უნდა დაეთმოს.

საგადასახადო თვალსაზრისით, სპონსორობის ინსტიტუტის გამოყენებამ კომპანიებს შესაძლოა მიანიჭოს სხვადასხვა შეღავათი, რომელთა გამოყენებასაც ისინი უსასყიდლო საქონლის მიწოდების ან მომსახურების განწვევის ბევრ შემთხვევაში ვერ შეძლებდნენ.³²

რეკლამის რეგულირების თვალსაზრისით მნიშვნელოვან ჩანაწერებს შეიცავს ასევე „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი, რომელიც აწესრიგებს სამაუწყებლო რეკლამისა და მაუწყებლობასთან დაკავშირებულ სპონსორობის საკითხებს.

³² დეტალური ინფორმაციისთვის იხილეთ: სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის სამართლებრივი გარემოს შეფასება. თბილისი. 2022: <https://ewmi-activism.org/ka/assessment-of-the-legal-environment-for-cso-financial-sustainability-and-philanthropy-in-georgia/>

³³ სათემო მუშაობა და სათემო მენტორინგი. თბილისი. 2021.

სათემო ფონდი

საქართველოში მდგრადი სათემო ფონდები ჯერჯერობით სიახლეს წარმოადგენს, თუმცა სათემო მიზნების განხორციელებისთვის სათემო რესურსების მობილიზების უამრავი კარგი მაგალითი გვაქვს.

პირველ რიგში, განვმარტოთ, რა არის **თემი**: არ არსებობს საერთო ან ზოგადი შეთანხმება იმის შესახებ, თუ რას ნიშნავს თემი. სათემო სამუშაოს ფორმალურ თუ არაფორმალურ პრაქტიკულ საქმიანობაში თითქმის ყველა ქვეყანა იყენებს. გამომდინარე იქიდან, რომ პოლიტიკურ და ეკონომიკურ ბრძოლებს თითქმის ყველგან ვაწყდებით, იქნება ეს სამუშაო ადგილი, სკოლა, ქუჩა თუ ოჯახი, სათემო სამუშაოების საჭიროებაც თითქმის ყველგან გვაქვს.

სათემო კვლევების ინსტიტუტის თანადამფუძნებლის პიტერ უილმოტის თანახმად (1989), თემის სამი ძირითადი კატეგორია არსებობს:

- ◆ თემი, როგორც სამეზობლო: განისაზღვრება ადგილმდებარეობისა და გეოგრაფიული არეალის მიხედვით;
- ◆ ინტერესის ან ინტერესთა ჯგუფების თემი: შავკანიანთა თემი, ებრაელთა თემი, LGBTQI თემი და ა.შ.;
- ◆ თემი, როგორც იმ ადამიანების ჯგუფი, რომლებსაც აქვთ საერთო კონდიცია ან პრობლემა: ალკოჰოლზე დამოკიდებულება, კიბო და სხვა.

დასავლურ კულტურაში სათემო ფონდები უკვე საკმაოდ კარგად მუშაობენ. და მაინც, რა არის სათემო ფონდი? სათემო ფონდი გრანტის გამცემი ორგანიზაციაა, რომლის მიზანიც გარკვეულ გეოგრაფიულ არეალში მცხოვრები ან მსგავს საჭიროებებზე მომუშავე ადამიანების ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაა.

სათემო ფონდი არამომგებიანი ორგანიზაციაა, რომელიც ტექნიკური და ფინანსური რესურსების მობილიზებასა და იმავე გეოგრაფიულ არეალში მის ინვესტირებას ახდენს. მისი უმთავრესი მისიაა, ადამიანებისა და ორგანიზაციების გაერთიანების გზით თემში ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება.

სათემო ფონდი ერთგვარი საფულეა, რომელსაც ჰყავს საჯარო განმკარგველები. მას ერთი ადამიანი ან ორგანიზაცია ვერ განკარგავს - მის შექმნაშიც და გახარჯვაშიც მონაწილეობს თემი. სათემო ფონდი შემოსაზღვრულია ან გეოგრაფიული მახასიათებლით, ან სხვა მახასიათებლით, რომელიც სამიზნე ჯგუფს განსაზღვრავს (მაგალითად, ქალთა სათემო ფონდი). სათემო ფონდს ჰყავს რამდენიმე ტიპის შემომწირველი:

- მდიდარი ადამიანები და დიდი კომპანიები;
- საშუალო და მცირე ზომის ადგილობრივი ბიზნესი;
- ადგილობრივი თემის წევრები;

სათემო ფონდის ლიდერები წყვეტენ, როგორ გადანაწილდება მათ მიერ გაცემული შემოწირულება. მაგალითად, მიმართულებები, შესაძლოა, ასე ნაწილდებოდეს:

- კულტურულ-საგანმანათლებლო კონცერტები, გამოფენები, ტრადიციული ღონისძიებების აღდგენა/დანერგვა;
- სხვადასხვა სასწავლო კურსი;
- სოციალური დახმარება;
- სერვისები შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის, ხანდაზმულებისთვის, მარტოხელა დედებისა და სხვა მოწყვლადი ჯგუფებისათვის;
- გარემოს დაცვა-გამწვანების აქციები, სახეობათა გადარჩენაზე ზრუნვა, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა და ლანდშაფტის შენარჩუნება და დაცვა;
- სამეზობლო პროგრამები - სამეზობლო ურთიერთობების გასამყარებელი ინიციატივები, მოქმედი კლუბები, თავისუფალი დროის გასატარებელი ღონისძიებები;
- სხვა ნებისმიერი ინიციატივა ან აქტივობა, რომელიც თემის საჭიროებებს უკავშირდება.

სათემო ფონდის შექმნა მნიშვნელოვანი ნაბიჯია მდგრადი ფინანსირების ინსტრუმენტების განვითარებისთვის. ის არა მხოლოდ რესურსების მობილიზებას უწყობს ხელს, არამედ უზრუნველყოფს თემის შეკავშირებასა და არსებული საჭიროებების გარშემო გაერთიანებას.³⁴

„სამოქალაქო სოლიდარობის ფონდი“

ფონდი 2023 წლის დასაწყისში კონკრეტულად იმ მიზნით დაარსდა, რომ დახმარებოდა ზუგდიდთან დამეგობრებულ უკრაინულ ქალაქ პოკროვკს. ფონდის დამფუძნებლები არიან ზუგდიდის ორგანიზაციის თანამშრომლები, რომლებიც სხვადასხვა მიმართულებით მუშაობენ (ლგბტ პირთა უფლებები, შშმ პირთა უფლებები, ადგილობრივი თვითმმართველობის საკითხები, ნივთიერების მოხმარება და გადამდები დაავადებების პრევენცია, არჩევნები და ა.შ.). მათი მიზანი იყო სამოქალაქო საზოგადოების მობილიზება ერთი კონკრეტული პრობლემის გარშემო. ფონდის მიზანი არ ყოფილა მხოლოდ ქველმოქმედება, არამედ ორგანიზატორებისთვის მნიშვნელოვანი იყო, რომ საქმიანობაში მოხალისეობრივად ჩაერთოთ საზოგადოების ყველა წევრი, რაც მათ წარმატებით შეძლეს კიდევ - მიაღწიეს სკოლის მოსწავლეების, სტუდენტების, საჯარო სამსახურის თანამშრომლების, არასამთავრობო ორგანიზაციების, მცირე მეწარმეების, ბიზნესმენების აქტიურ ჩართულობას. სამი თვის მანძილზე ფონდმა შეძლო სასურველი მიზნის მიღწევა - ხუთი

³⁴ სათემო ფონდი. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი. ბროშურა.

გენერატორის ყიდვა და უკრაინაში ტრანსპორტირება ფონდების მოძიების სხვადასხვა მეთოდით:

- შემოწირულებები - მსურველებს შეეძლოთ მითითებულ ანგარიშზე ჩაერიცხათ თანხა;
- გამოფენა-გაყიდვები - ჩატარდა ორი გამოფენა-გაყიდვა. პირველ შემთხვევაში მონაწილეობდნენ ის მენარმეები, რომლებიც ამზადებდნენ ხელნაკეთ ნივთებს. მეორე შემთხვევაში ორგანიზატორები დაუკავშირდნენ წიგნის გამომცემლებს, რომლებმაც უსასყიდლოდ გადასცეს მათ წიგნები;
- ლიტერატურული და მუსიკის საღამოები - ადგილობრივი პოეტების, მომღერლების საღამოების მოწყობა, სადაც დასწრება შესაძლებელი იყო სიმბოლური საფასურის სანაცვლოდ;
- ე.წ. „გამონვევები“ („ჩელენჯები“) - სოციალურ ქსელში მეგობრები ერთმანეთს 1 ლარის აქციაში იწვევდნენ;
- მსხვილი ბიზნესის წარმომადგენლებთან შეხვედრა - ორგანიზატორები არაფორმალურ გარემოში ხვდებოდნენ ბიზნესმენებს და სთავაზობდნენ პროექტში ჩართვას რეკლამის სანაცვლოდ.

ფონდის დამფუძნებლებისათვის მნიშვნელოვანი იყო ემოციური მხარეც: „ადამიანებს მუდმივად ვახსენებდით აქტივობების მიზანს. ვინც გვეხმარებოდა, მათ სახელებს ვწერდით საქართველოს დროშაზე, ვჩუქნიდით სტიკერებს, რომლებზეც ეწერა, რომ მათ გადაეცათ პოკროვსკის მეგობრის ღირსეული წოდება. ამით ვინარჩუნებდით მათთან ერთიანობას და პოზიტიურ განწყობას“, - ამბობენ ფონდში.

ფონდი სამომავლოდაც აპირებს საქმიანობის გაგრძელებას, საჭიროებისამებრ თანხების მობილიზების მიზნით.

„ფემინა“

„ფემინა“ ქალთა არასამთავრობო ორგანიზაციაა, რომლის ძირითადი პრიორიტეტიც არის ქალთა ეკონომიკური გაძლიერება, განსაკუთრებით, გენდერული ნიშნით ძალადობა გამოვლილი ქალების, მარტოხელა დედების იურიდიული, ფსიქოლოგიური და მატერიალური მხარდაჭერა რეაბილიტაციის პროცესში.

ორგანიზაცია „ფემინა“ სამი წელია, იყენებს სახალხო დაფინანსებას „ფემინასთან“ არსებული ქალთა მხარდამჭერი ფონდისათვის. ფონდისთვის ეს არის ალტერნატიული ინსტრუმენტი, რაც მას ეხმარება, ბენეფიციარ ქალებს სწრაფად მიაწოდოს ის სერვისები, რომლებსაც სახელმწიფო არ აფინანსებს. ფონდი მთლიანად ორიენტირებულია ისეთი სერვისების მიწოდებაზე, რომელსაც სხვა დაწესებულებები ვერ ქმნიან. ერთ-ერთი მაგალითი იმისა, თუ როგორ დაეხმარა „ფემინა“ სამიზნე თემს,

ასეთია: სოციალურად დაუცველ სტუდენტ ქალს, რომელსაც სწავლის საფასურის გადაუხდელობის გამო უნივერსიტეტიდან გარიცხვის საფრთხე ემუქრებოდა, „ფემინამ“ სწავლა რამდენიმე ეტაპად დაუფინანსა და უნივერსიტეტის დამთავრების საშუალება მისცა. ამისთვის ფონდმა გამოიყენა ქრაუდფანდინგი, სადაც ძირითადი შემომწირველები, ისევე და ისევე, ქალები იყვნენ. ორგანიზაციის ფინანსური რესურსების, დაახლოებით, 1/3 სწორედ ასეთ თანხებზე მოდის. სამი წლის მანძილზე აღნიშნული გზით ფონდმა მხარი დაუჭირა 400-ზე მეტი ქალის, გოგონას, ბავშვის ჯანმრთელობის, განათლების და ჰუმანიტარული საჭიროებების მოგვარებას. მათ მიეწოდათ სერვისები სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან დროს, მაგალითად, გლობალური covid19 -ის პანდემიის პერიოდში.³⁵

სათემო ფონდებზე არსებულ დასავლურ პრაქტიკაზე დამატებითი ინფორმაცია მოიძიეთ ევროპის სათემო ფონდების ინიციატივის ვებგვერდზე: <https://www.communityfoundations.eu/>. აქ ასევე გაეცნობით ინფორმაციას სწავლისა და დაფინანსების არსებული რესურსების შესახებ. გარდა ამისა, დამატებითი ინსპირაციისა და რესურსებისთვის ეწვიეთ სათემო ფონდების გლობალური ფონდის ვებგვერდს: <https://globalfundcommunityfoundations.org/>.

სათემო ფონდის მოწყობის დროს ძალიან მნიშვნელოვანია მისი სტრუქტურა და მმართველობის ფორმა. რეკომენდებულია, ორგანიზაცია წევრობაზე დაფუძნებულ მმართველობით ვერტიკალზე იყოს აგებული. კორპორაციული მოწყობის შემთხვევაში ამ მიზნების მიღწევა უფრო რთულია, თუმცა არა შეუძლებელი. მნიშვნელოვანია, სათემო ფონდის წესდება იმგვარად იყოს ფორმირებული, რომ მისი საქმიანობის შესახებ მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღებაში თემის წევრებსა და ბენეფიციარებს შეეძლოთ მონაწილეობა.

ორგანიზაციის წესდებამ და სტრუქტურამ უნდა შეძლოს იმის უზრუნველყოფა, რომ თემის წევრები მონაწილეობდნენ დასახული მიზნების განხორციელებაში ან, სულ მცირე, სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღებაში. ჩართულობა უზრუნველყოფს იმას, რომ ორგანიზაციების წევრებს უჩნდებათ მიკუთვნებულობისა და პასუხისმგებლობის გრძნობა ფონდის საქმიანობის მიმართ. შესაბამისად, მათი მოტივაცია, თუნდაც შემოწირულებების გაღების ან საჭირო რესურსების მოძიების მიმართ, უფრო მაღალია.

წევრობაზე დაფუძნებული ორგანიზაციული სტრუქტურის შემთხვევაში მნიშვნელოვანია გათვალისწინებული იქნეს, რომ არც საჯარო რეესტრი და არც სხვა სახელმწიფო დაწესებულება არ აღრიცხავს ორგანიზაციის წევრებს. თუმცა წევრების ნების გამოხატვა შესაძლოა დოკუმენტურ დადასტურებას მოითხოვდეს ორგანიზაციის ზოგიერთი მმართველობითი გადაწყვეტილების რეგისტრაციისას. რეკომენდებულია, წევრების აღრიცხვის წესი და მათთან კომუნიკაციისა და მათი ჩართვის მექანიზმები ორგანიზაციის წესდებით მკაფიოდ განისაზღვროს.

³⁵ ავტორის ინტერვიუ

ვერუხუდი

ფინანსორობა

ვენჩურული ფილანთროპია არის ტრადიციული ვენჩურული კაპიტალის გადამისამართება საქველმოქმედო მიზნებისათვის. ეს არის პროცესი, როდესაც ბიზნესის რესურსების მიმართვა ხდება საზოგადოებრივი გამოწვევებისა და პრობლემების დაძლევისკენ. კომპანიები გასცემენ გრანტებს სოციალური საწარმოს, ორგანიზაციის ან სხვა ფილანთროპისტების მხარდასაჭერად.

საქართველოში ამის ძალიან კარგი მაგალითია ფონდი „აქციო“.

ფონდი „აქციო“

2022 წლის ივნისში CSRDG-მ ევროკომისიისა და ვენჩურული ფილანთროპიის ევროპული ასოციაციის მხარდაჭერით გავლენის ფონდი „აქციო“ დააფუძნა. „აქციო“ წარმოადგენს ახალ, თანამედროვე შესაძლებლობას მოქმედი სოციალური საწარმოებისთვის, განავითარონ ბიზნესი და გაზარდონ სოციალური გავლენა. „აქციო“ ემნის სანდო გარემოს როგორც კორპორაციული, ისე კერძო ინვესტორებისთვის, შეიტანონ წვლილი გრძელვადიანი სოციალური გავლენის შექმნასა და საქართველოს მოქალაქეთა კეთილდღეობის გაუმჯობესებაში. გავლენის ფონდი „აქციო“ მხარს უჭერს მოქმედ სოციალურ საწარმოებს, რომელთაც შექმნილი აქვთ მდგრადი ბიზნესმოდელი, მიაღწიეს ხელშესახებ სოციალურ შედეგებს და აქვთ გაფართოების პოტენციალი. „აქციო“ მუშაობს ღია კარის პრინციპით.

შერჩევის კრიტერიუმები:

სამართლებრივი ფორმა

- არამომგებიანი (არასამეწარმეო) იურიდიული პირი;
- სამეწარმეო იურიდიული სტატუსის მქონე ორგანიზაცია (შპს, კოოპერატივი), რომლის სადამფუძნებლო და საწესდებო დოკუმენტში ნათლად ჩანს სოციალური მისიის უპირატესობა.

ეკონომიკური კრიტერიუმები

- სოციალური საწარმო უნდა იყოს ეკონომიკურად აქტიური, სულ მცირე, ბოლო ორი წლის მანძილზე;
- სულ მცირე, ბოლო ერთი წლის მანძილზე სოციალურ საწარმოს შემოსავლების 80% მაინც მიღებული უნდა ჰქონდეს სამეწარმეო საქმიანობიდან, გაყიდვებიდან. ძირითადი საშუალებებისთვის მოზიდული ფინანსური მხარდაჭერის გათვალისწინება აღნიშნულ 80%-ში არ მოხდება;
- სოციალური საწარმოს გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი ბოლო 12 თვის განმავლობაში უნდა შეადგენდეს, სულ მცირე, 30,000 ლარს;
- სოციალური საწარმო მოგების, სულ მცირე, 70%-ს უნდა ხარჯავდეს

სოციალური მიზნის მქონე საქმიანობებისთვის ან ახდენდეს მის რეინვესტირებას საწარმოს განვითარებაში.

სოციალური კრიტერიუმები

- სოციალურ საწარმოს მიღწეული უნდა ჰქონდეს მისიის შესაბამისი სოციალური შედეგები და უნდა შეეძლოს მათი ფაქტობრივი ინფორმაციით დადასტურება.

სოციალური საწარმოს გუნდი

- სოციალურ საწარმოს უნდა ჰყავდეს, სულ მცირე, სამი მუდმივი ანაზღაურებადი თანამშრომელი.

ფონდს უკვე ჰყავს პირველი კერძო გავლენის ინვესტორი. შესაბამისად, ფონდმა შეძლო მცირე დროში ორი სოციალური საწარმოს დაფინანსება.³⁶

ვენჩურული ფილანთროპიის მეთოდებთან (კომპანიების მიერ გრანტის გაცემა და საწარმოების/ორგანიზაციების სამენარმეო მიზნებით დაფინანსება) დაკავშირებით უნდა აღინიშნოს, რომ სამართლებრივი თვალსაზრისით არსებობს ბარიერები, თუმცა ეს ბარიერები, გარკვეულწილად, გადალახვადია. მაგალითად, „გრანტების შესახებ“ საქართველოს კანონი სამენარმეო სუბიექტებს არ აღჭურავს გრანტის გაცემის უფლებამოსილებით. ეს ნიშნავს იმას, რომ სამენარმეო სუბიექტების (შპს, სს, სპს და სხვ.) მიერ გაცემული თანხები გრანტად არ კვალიფიცირდება. შესაბამისად, ასეთი დაფინანსების მიმღები სუბიექტები ვერ სარგებლობენ გრანტზე დაწესებული საგადასახადო შეღავათებით.

ამ ბარიერის გადასალახად სამენარმეო სუბიექტები ხშირად თავად აფუძნებენ არასამენარმეო იურიდიულ პირებს ან სხვა ა(ა)იპებს გადასცემენ თანხას/ქონებას მისი გრანტად გაცემის მიზნით. ა(ი)იპებს უფლება აქვთ, გასცენ გრანტები. შესაბამისად, მათ შეუძლიათ მიღებული შემოწირულობების გრანტის ფორმით განაწილება.

მნიშვნელოვანია, აღინიშნოს, რომ „გრანტების შესახებ“ საქართველოს კანონი არ კრძალავს გრანტად მიღებული ქონების ან გრანტის სახსრებით შექმნილი ინვენტარის სამენარმეო მიზნით გამოყენებას მას შემდეგ, რაც საგრანტო პროექტი დასრულდება. ეს არც საგრანტო პროექტისა და შესაბამისი ხელშეკრულების ვადის განმავლობაში იკრძალება, თუმცა ასეთ შემთხვევაში სამენარმეო საქმიანობაში ჩართული ფინანსები და ქონება ვეღარ ისარგებლებს გრანტზე დაწესებული საგადასახადო შეღავათებით.

³⁶ <https://actio.ge/>

თვითდაფინანსება

თვითდაფინანსება იმ ორგანიზაციებში გამოიყენება, რომლებსაც აქვთ ეკონომიკური საქმიანობიდან შემოსავლის გამომუშავების შესაძლებლობა, რაც მოითხოვს სისტემურ მიდგომას, ორგანიზაციულ და მენეჯერულ უნარებს. თვითდაფინანსება, ანუ ეკონომიკური საქმიანობიდან შემოსავლის მიღება არის ერთ-ერთი ეფექტური სტრატეგია, რომელიც ხელს უწყობს არასამთავრობო არაკომერციული ორგანიზაციების მდგრადობას. ყველა ორგანიზაციას შეუძლია, გარკვეულწილად, ფინანსური რესურსების გამომუშავება საკუთარი საქმიანობიდან, რაც ნებადართულია კანონმდებლობით და განსაზღვრულია მათსავე წესდებაში.

სოციალური მენარმეობა

„სოციალური მენარმეობა“ კიდევ ერთი ტერმინია, რომლის განმარტებასაც ჩვენი კანონმდებლობა არ გვთავაზობს. უფრო მეტიც, საერთოდ არ მოიაზრებს ასეთ საქმიანობას სამენარმეო კანონმდებლობაში, არ არსებობს სოციალური სანარმოს სამართლებრივი ფორმა და ორგანიზაციებს არ შეუძლიათ ასეთი სტატუსის მიღება. იშვიათ შემთხვევაში ცენტრალური ხელისუფლების სხვადასხვა კანონქვემდებარე აქტები, ასევე ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ გამოცემული ნორმატიული აქტები, ითვალისწინებენ სოციალური მენარმეობის მხარდაჭერის პოლიტიკას, თუმცა ყოველ ასეთ შემთხვევაში პროგრამისა და ნორმატიული აქტის მიერ განსაზღვრული კრიტერიუმებით ხერხდება იმის დადგენა, თუ რას მოიაზრებს ეს აქტები ტერმინ „სოციალური სანარმოს“ ქვეშ. რამდენიმე მუნიციპალიტეტი წლების განმავლობაში ითვალისწინებდა სოციალური მენარმეობის მხარდაჭერის პროგრამებს (ბუგდიდი, ობურგეთი, გორი და სხვ), თუმცა არც ერთი შესაბამისი ნორმატიული აქტი არ გვთავაზობდა სოციალური სანარმოს განმარტებას.

სოციალური სანარმეობის დაფინანსების თვალსაზრისით აქტუალურია ის სამართლებრივი და საგადასახადო საკითხები, რომლებიც ვენჩურულ ფილანთროპიასთან მიმართებით იქნა განხილული. დამატებით კი, უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალური სანარმოს სამართლებრივი ფორმის ან სტატუსის სამართლებრივი აღიარება მნიშვნელოვანი იქნებოდა სოციალურ სანარმოთა წამახალისებელი მექანიზმების შექმნისთვისაც, მათ შორის, გრანტებთან დაკავშირებული შეღავათების ამ თვალსაზრისით გავრცობისათვის.

იქიდან გამომდინარე, რომ ეს საკითხი ბოლო წლებში უდიდეს ინტერესს იწვევს, ამ მიმართულებით ბევრი საინტერესო მასალა შეიქმნა ქართულ ენაზე. მათ შორისაა სოციალური მენარმეობის სახელმძღვანელო³⁸,

³⁸ სოციალური მენარმეობის სახელმძღვანელო. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი. თბილისი. 2019.

რომელსაც დავეყრდნობით ამ თემაზე საუბრისას. სოციალური მენარმეობის სახელმძღვანელოში ვკითხულობთ, რომ ტერმინი „სოციალური მენარმეობა“ ასოცირდება საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მიერ განუღო სხვადასხვა სახის ეკონომიკურ საქმიანობასთან, რომელიც მიზნად ისახავს მოგების მიღებას. მიღებული მოგება კი, მათ მისიასთან და მიზნებთან შესაბამისად, პოზიტიური სოციალური ცვლილებების განხორციელებას ემსახურება. მიუხედავად იმისა, რომ ამერიკისა და ევროპის არამომგებიანი ორგანიზაციები მსგავს საქმიანობას უკვე საკმაოდ დიდი ხანია ეწევიან, ტერმინი „სოციალური მენარმეობა“ სათავეს გასული საუკუნის 70-იანი წლებიდან იღებს, ხოლო მისი განსაკუთრებით დინამიკური განვითარება 90-იანი წლებიდან იწყება. ევროპაში მესამე სექტორი მოიცავს სხვადასხვა ტიპის ორგანიზაციებს, როგორცაა: კოოპერატივები, ასოციაციები, ფონდები და ა.შ. ორგანიზაციათა ეს ჯგუფი ხშირად მოიხსენიება, როგორც „სოციალური ეკონომიკის“ ორგანიზაციები. მნიშვნელოვანია საკითხისადმი ინტერესი და მხარდაჭერა ევროკავშირში. 2011 წელს ევროკავშირმა წამოიწყო ახალი ინიციატივა სოციალური მენარმეობის მხარდასაჭერად, რომელიც ევროკავშირის ქვეყნებში სოციალური მენარმეობის ხელშემწყობი გარემოს განვითარებას გულისხმობს. ამერიკის შეერთებულ შტატებში მსგავს საქმიანობას არამომგებიანი ორგანიზაციები XIX საუკუნის ბოლოდან ახორციელებენ. ეკონომიკური მიდგომების გამოყენებით არასამენარმეო ორგანიზაციების მიერ სხვადასხვა სოციალური პრობლემის მოგვარების მაგალითები განსაკუთრებით გაიზარდა 70-იანი წლების შემდეგ, როდესაც სულ უფრო და უფრო მეტმა ორგანიზაციამ წამოიწყო ბიზნეს ტიპის საქმიანობები უსახლკაროთა, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა და სხვადასხვა სოციალურად დაუცველი ჯგუფისათვის სამუშაო ადგილების შექმნის მიზნით.

ECNL - არასამენარმეო სამართლის ევროპული ცენტრის თანახმად, სოციალურ მენარმეობაზე საუბრისას უნდა მოვიზიაროთ სამი ძირითადი კრიტერიუმი: ესენია: 1) მმართველობითი; 2) ეკონომიკური; 3) სოციალური. მათი კუმულაციურად არსებობა განსაზღვრავს სოციალური მენარმეობის ძირითად კონცეფციას. თითოეული მათგანი შემდეგნაირადაა განმარტებული:

1. მმართველობითი - სოციალური საწარმო მოხალისეობრივად დაფუძნებული კერძო სამართლის იურიდიული პირია, რომელიც მოქმედებს დამოუკიდებლად. ამ უკანასკნელში იგულისხმება, რომ, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ საწარმოს საქმიანობა სახელმწიფოს მიერაა დაფინანსებული, იგი უნდა ინარჩუნებდეს დამოუკიდებლობას. მმართველობითი კრიტერიუმი გულისხმობს გადაწყვეტილების მიღების პროცესის დემოკრატიულობასაც. კერძოდ, ძალაუფლება არ უნდა განაწილდეს წილისა და აქციების მიხედვით, არამედ მმართველობა უნდა განხორციელდეს პრინციპით - „ერთი წევრი, ერთი ხმა“;

2. სოციალური - გულისხმობს გამოკვეთილი სოციალური მიზნების არსებობას, რომელიც სიკეთის მომტანია პირის ან პირთა ჯგუფისთვის. იგი უნდა მიისწრაფოდეს სოციალური მიზნების და არა მოგების მიღებისკენ; იგი უნდა ემსახურებოდეს საზოგადოებრივი სიკეთის მოტანას და არა კონკრეტული პირის მოგებას;

3. ეკონომიკური - სოციალური სანარმოები ჩართულნი უნდა იყვნენ ეკონომიკურ საქმიანობაში წარმოების ან სერვისის გაყიდვის გზით.

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური სანარმო შეიძლება აერთიანებდეს მოხალისეებს, ის არ უნდა იდგეს მოხალისეობრივ სანყისებზე და უნდა ჰყავდეს, სულ მცირე, ერთი დასაქმებული მაინც, რათა მივიჩნიოთ სოციალურ სანარმოდ.³⁹

სოციალური სანარმო არის ბიზნესი:

- რომელსაც აქვს საზოგადოებრივი ან სოციალური მიზნები, ხშირად სოციალური ინოვაციის მაღალი ხარისხით;
- რომელშიც მოგება, უმეტესწილად, რეინვესტირდება სოციალური და საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევაში;
- სადაც ორგანიზების ფორმა ან მფლობელობის სისტემა ასახავს სანარმოს მისიას, ეფუძნება დემოკრატიულ და თანამონაწილეობით პრინციპებს ან/და ფოკუსირებულია სოციალურ სამართლიანობაზე.

დღეს საქართველოში ხშირად შეხვდებით წარმატებულ სოციალურ სანარმოებს, რომელთაც შეძლეს, შეექმნათ მაღალი ხარისხის პროდუქტი. ამ პროდუქტის გაყიდვით მიღებული შემოსავლით ისინი ახორციელებენ ინვესტიციას სოციალური მიზნებით.

„გუმბათი“

სოციალური სანარმოს შექმნის ისტორია

ერთ-ერთი მთავარი მოტივი „გუმბათის“ ჩამოყალიბებისა იყო სურვილი, ადგილობრივი ახალგაზრდებისთვის ხელმისაწვდომი გამხდარიყო ხარისხიანი განათლება. წალკის მუნიციპალიტეტის მცხოვრებთა დიდ ნაწილს შეადგენს 90-იან წლებში სვანეთიდან და აჭარიდან გადმოსახლებული ეკომიგრანტები. წლების განმავლობაში ახალ გადმოსახლებულებს უწევდათ ეკონომიკურ სიდუხჭირესთან ბრძოლა და

³⁹ სოციალური მენარმეობის სახელმძღვანელო. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი. თბილისი. 2019.

დროთა განმავლობაში აუცილებელი გახდა განვითარებასა და ცხოვრების დონის გაუმჯობესებაზე ზრუნვა. გარდა ამისა, წალკა გამოირჩევა თავისი მრავალფეროვანი მოსახლეობით. „გუმბათის“ დამფუძნებლებს სწორედ ის სურვილი ამოძრავებდათ, რომ გვერდიგვერდ მცხოვრებ მოსახლეობას ერთმანეთის გაცნობისა და დამეგობრების შესაძლებლობა ჰქონოდათ. ამ მოტივით 2016 წელს შეიქმნა ფორმალური და არაფორმალური განათლების კერა „გუმბათი“ სოფელ გუმბათისა და ზემო წალკის სხვა სოფლების მოსახლეობისთვის.

სოციალური საწარმოს მისია და მიზნები

„გუმბათის“ მისიაა წალკის მუნიციპალიტეტის მრავალფეროვანი მოსახლეობის დაახლოებისა და ინტეგრაციის ხელშეწყობა, ადგილობრივი მოსახლეობისთვის განათლების მიღების თანაბარი შესაძლებლობის უზრუნველყოფა და ამ გზით დასაქმების პერსპექტივის გაზრდა.

სოციალური საწარმოს პროდუქცია/სერვისები

„გუმბათი“ ადგილობრივ მოსახლეობას სხვადასხვა საგანმანათლებლო მომსახურებას სთავაზობს. კერძოდ:

- ერთიანი ეროვნული გამოცდებისთვის აბიტურიენტების მომზადებას;
- დაწყებითი კლასის მოსწავლეებისთვის გახანგრძლივებული სწავლებას;
- ინგლისურის ენის კურსებს;
- მასწავლებელთა პროფესიული განვითარების ტრენინგებს.

სოციალური შედეგები

- საწარმოში დასაქმდა 6 ადგილობრივი ქალი;
- განხორციელდა 550-მდე აქტივობა / ღონისძიება, რომლებშიც ჩართული იყვნენ როგორც ქართულენოვანი, ასევე არაქართულენოვანი სკოლის მოსწავლეები;
- „გუმბათის“ ხელშეწყობით 15-მა მასწავლებელმა წარმატებით ჩააბარა მასწავლებელთა სასერტიფიკატო გამოცდა, ხოლო 65-მა აბიტურიენტმა - ერთიანი ეროვნული გამოცდები;
- 10-მა მასწავლებელმა გაიარა საოფისე პროგრამების კურსი, წალკის მუნიციპალიტეტის 15-მა ახალგაზრდამ მონაწილეობა მიიღო „ერაზმუსის“ საერთაშორისო გაცვლით პროგრამებში.

„ბაბაღე“

სოციალური საწარმოს შესახებ

კრეატიული დიზაინით ხის, ტექსტილისა და კერამიკის პრაქტიკული და დეკორატიული ნივთებისა და აქსესუარების დამზადება „ბაბაღეს“ საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია. შემოქმედებითი იდეების

ავტორები ხშირად საწარმოში დასაქმებული განსაკუთრებული საჭიროების მქონე ადამიანები არიან. 2014 წელს მშობლების ინიციატივით შექმნილი შემოქმედებითი სახელოსნო ორ სივრცეს აერთიანებს: სამხატვრო სახელოსნოს - სასწავლო და სამუშაო პროცესისთვის და სალონს, სადაც მომხმარებელს მზა პროდუქციის შექმნა შეუძლია.

სოციალური საწარმოს მისია

საწარმოს მისიაა ინტელექტუალური დარღვევებისა და ფსიქოსოციალური საჭიროების მქონე პირთა დამოუკიდებელი ცხოვრების ხელშეწყობა პროფესიული გადამზადების, დასაქმებისა და მათი ოჯახების გაძლიერების გზით.

სოციალური საწარმოს პროდუქცია/სერვისი

საწარმოში დამზადებული პროდუქცია მრავალფეროვანია და კორპორაციული შეკვეთისას მორგებულია მომხმარებლის მოთხოვნაზე. ესენია:

- საკანცელარიო ნივთები;
- ნაჭრის ჩანთები;
- დეკორატიული და პრაქტიკული ნივთები ინტერიერის დიზაინისთვის;
- სადღესასწაულო ნივთები და აქსესუარები;
- კორპორაციული სერვისის სახით საწარმო მომხმარებელს სთავაზობს ჩანთებზე ბეჭდვის მომსახურებას, საოფისე ბრენდირებულ ნივთებსა და სხვადასხვა სასაჩუქრე ნაკრებს.

სოციალური შედეგები

„ბაბალეს“ 20 მოზარდი ბენეფიციარიდან 5 დასაქმდა სხვაგან, დანარჩენები კი პროფესიულ სასწავლებელში სწავლობენ. „ბაბალეში“ დასაქმებულია 16 შტატიანი თანამშრომელი, მათ შორის 6 შშმ პირი, 5 შშმ პირის მშობელი და ადმინისტრაციის 5 თანამშრომელი. პერიოდულად საწარმო დროებით სამუშაო შესაძლებლობას ქმნის სტუდენტებისთვის. ბავშვთა ინკლუზიურ სამხატვრო სტუდიაში, რომელიც „ბაბალეს“ ფარგლებში ფუნქციონირებს, 21 მოზარდს შორის 7 შშმ პირს შესაძლებლობა აქვს, უფასოდ ისარგებლოს ხატვის შემსწავლელი კურსით.

სარეზიუმეო და პროექტის გაყიდვა

არაკომერციულ ორგანიზაციას შეუძლია, უზრუნველყოს ფასიანი მომსახურება საზოგადოებრივი სარგებლის მისი შესრულებისას. ეს შეიძლება იყოს საგანმანათლებლო ტრენინგი, კონსულტაციები, მეთოდოლოგიების ან პროცედურების გამოყენება, ასევე ისეთი სპეციფიკური სოციალური სერვისები, როგორცაა: მხარდაჭერილი საცხოვრებელი, სათემო სოციალური მომსახურება, ფსიქოსოციალური კონსულტაცია, განათლება და ა.შ.

არაკომერციული ორგანიზაციები ასევე ყიდნიან სხვადასხვა პროდუქტს, მათ მისიასთან დაკავშირებულ პუბლიკაციებს (მაგალითად: წიგნებს, მაისურებს, ღია ბარათებს, სათამაშოებს, ბავშვების ნახატებს) ან ქმნიან სამუშაო ადგილებს გაჭირვებული ადამიანებისთვის. მნიშვნელოვანია, რომ ამ გაყიდვიდან შემოსული თანხა ორგანიზაციის საქმიანობას უნდა მოხმარდეს. ის არ შეიძლება გამოყენებულ იქნეს დამფუძნებლების ან მისი წევრების გასამდიდრებლად, როგორც ეს არის ბიზნესში.

უპირატესობა ის არის, რომ ორგანიზაციას შეუძლია, მოიპოვოს ე.წ. თავისუფალი ფული, რომელიც არ არის გამიზნული კონკრეტული ხარჯებისთვის, განსხვავებით ე.წ. პროექტის ფულისგან. თავისუფალი რესურსების გამოყენება შესაძლებელია მისი ბიუჯეტის იმ მუხლებისთვის, რომლებიც არ არის დაფარული სხვა რესურსებით ან რომლებზედაც შეუძლებელია გრანტების მიღება. ეს ხშირად ეხება ხელფასებს, ქირას, კომუნალურ მომსახურებას, ადმინისტრაციულ ხარჯებს. ორგანიზაციას შეუძლია ეს ფული გამოიყენოს საჭიროებებისა და პრიორიტეტების მიხედვით.

„კომლი“

„კომლი“ არის სათემო ორგანიზაცია, რომელმაც შეძლო სერვისების გაყიდვით საკუთარი საქმიანობის ხელშეწყობა.

როგორც სათემო ორგანიზაციას, „კომლს“ აქვს ა(ა)იპის სტატუსი, რაც მას ხელს არ უშლის, გაყიდოს პროდუქტი და სერვისი. მას შემდეგ, რაც ორგანიზაციას გაუჩნდა კვების (ე.წ. „ქეითერინგის“) სერვისის გამოყენების საჭიროება კასპის მუნიციპალიტეტში და დაინახა დეფიციტი ადგილობრივ ბაზარზე, ორგანიზაციის წევრებმა გადაწყვიტეს, თავად დაენერგათ ეს სერვისი.

„კომლი“ უკვე წარმატებით აწვდის კვების („ქეითერინგის“) სერვისს კასპის მუნიციპალიტეტსა და შიდა ქართლის რეგიონში არსებულ ორგანიზაციებსა და კომპანიებს. ორგანიზაციამ ამ შემოსავლით შეძლო ერთი ადამიანის სრულად დასაქმება და სხვა აქტივობების განხორციელებაში, მათ შორის ადგილობრივი მცირე ინიციატივების მხარდაჭერაში, საკუთარი წვლილის შეტანა.

არასამეწარმეო იურიდიული პირების მიერ პროდუქტის/მომსახურების გაყიდვისა და ამით შემოსავლების მიღების უფლება გარანტირებულია საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსით“. ამ კანონის მე-5 მუხლის მე-5 პუნქტი ადგენს, რომ „არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი უფლებამოსილია, ეწეოდეს დამხმარე ხასიათის სამეწარმეო საქმიანობას, რომლიდან მიღებული მოგებაც უნდა მოხმარდეს არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის მიზნების რეალიზებას. ასეთი საქმიანობის შედეგად მიღებული მოგების განაწილება არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირის დამფუძნებლებს, წევრებს, შემომწირველებს, აგრეთვე ხელმძღვანელობისა და წარმომადგენლობითი უფლებამოსილების მქონე პირებს შორის დაუშვებელია.“

საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსი“ იმპერატიულად ადგენს, რომ არასამეწარმეო იურიდიული პირი არსებითად არ უნდა გადავიდეს სამეწარმეო საქმიანობაზე, ანუ მისი ძირითადი აქტივობა და მიზანი არ უნდა შეცვალოს კომერციულმა საქმიანობამ და მოგების მიღების დანიშნულებამ.

საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსი“ არ განმარტავს იმას, თუ რა ითვლება სამეწარმეო საქმიანობაზე არსებითად გადასვლად. თუმცა, ამ მუხლის არსი გახლავთ ის, რომ არაკომერციული იურიდიული პირის ფუნქციონირების მთავარი დანიშნულება უნდა იყოს საზოგადოებრივად სასარგებლო მიზნების განხორციელება და არა მისი ხელმძღვანელების მიერ მოგების მიღება.

სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების შემთხვევაში, ა(ა)იპების მიმართ მოქმედებს მოგების გადასახადის დაბეგვრის განსხვავებული რეჟიმი ეკონომიკური საქმიანობის ნაწილში. კერძოდ, „საგადასახადო კოდექსის“ 97-ე მუხლი ადგენს, რომ ორგანიზაციის, რომელიც ახორციელებს ეკონომიკურ საქმიანობას, მოგების გადასახადით დაბეგვრის ობიექტია:

ა) განუული ხარჯი ან სხვა გადახდა, რომელიც არ არის დაკავშირებული ეკონომიკურ საქმიანობასთან ან/და არ გამომდინარეობს ამ ორგანიზაციის საქმიანობის მიზნიდან (მათ შორის, არ არის დაკავშირებული საქველმოქმედო საქმიანობასთან ან არ გამომდინარეობს გრანტის ხელშეკრულების მიზნიდან);

ბ) უსასყიდლოდ საქონლის მიწოდება/მომსახურების გაწევა ან/და ფულადი სახსრების გადაცემა, თუ ეს არ გამომდინარეობს ამ ორგანიზაციის საქმიანობის მიზნიდან;

გ) ამ კოდექსით დადგენილ ზღვრულ ოდენობაზე მეტი ოდენობით განეული წარმომადგენლობითი ხარჯი.

ამ მუხლის განხილვისას საყურადღებოა ის, რომ მოგების გადასახადით დაბეგვრას ექვემდებარება არა შემოსავალი, როგორც ეს „საგადასახადო კოდექსის“ ადრინდელ რედაქციაში იყო გათვალისწინებული, არამედ არამიზნობრივი ხარჯები და წარმომადგენლობითი ხარჯის ის ნაწილი, რომელიც აჭარბებს წლიურ ლიმიტს.

ბევრი სსო ახორციელებს დამხმარე ხასიათის სამეწარმეო საქმიანობას, რაც ხვდება „საგადასახადო კოდექსით“ განსაზღვრული ეკონომიკური საქმიანობის განმარტების ქვეშ, როგორცაა: საკონსულტაციო მომსახურება, პროფესიული ტრენინგები, წიგნების გაყიდვა ან კვლევის განხორციელება და ამ საქმიანობიდან მიღებულ შემოსავალს იყენებს სამეწარმეო ან სანესდებო მიზნებთან დაკავშირებული საქმიანობის ხარჯების დასაფარად. ასეთი ხარჯები მოგების გადასახადით არ დაიბეგრება. მაშასადამე, სსო-ების უმრავლესობას, რომელიც ეკონომიკურ საქმიანობას ახორციელებს, შეუძლია, თავიდან აიცილოს მოგების გადასახადის გადახდა.⁴⁰

ეკონომიკურ საქმიანობასთან ასევე დაკავშირებულია დღგ-ს გადამხდელად რეგისტრაციის ვალდებულება, თუ დღგ-თი დასაბეგრი ოპერაციების მოცულობა გარკვეულ ზღვარს მიაღწევს.⁴¹

⁴⁰ დეტალური ინფორმაციისათვის იხილეთ: სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის სამართლებრივი გარემოს შეფასება. თბილისი. 2022: <https://ewmi-activism.org/ka/assessment-of-the-legal-environment-for-cso-financial-sustainability-and-philanthropy-in-georgia/>

⁴¹ იხილეთ: საგადასახადო კოდექსის 165-ე მუხლი. მათ შორის ამ მუხლის პირველი ნაწილი ადგენს, რომ „დასაბეგრი პირი, თუ ამ კოდექსით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული, ვალდებულია, მის მიერ ნებისმიერი უწყვეტი 12 კალენდარული თვის განმავლობაში განხორციელებული დღგ-ით დასაბეგრი საქონლის მიწოდების/მომსახურების გაწევის ოპერაციების ჯამური თანხის 100 000 ლარისთვის გადაჭარბების დღიდან, არაუგვიანეს 2 სამუშაო დღეში დღგ-ის გადამხდელად რეგისტრაციის მიზნით, მიმართოს საგადასახადო ორგანოს.“

საწევრო გადასახადი

საწევრო გადასახადის არსებობა არის რესურსების მობილიზების კიდევ ერთი ფორმა. ორგანიზაცია ამ შემთხვევაში უნდა იყოს წევრობაზე დაფუძნებული, რის საფუძველზეც მას შეუძლია, განსაზღვროს როგორც საწევრო გადასახადის ოდენობა, ასევე გადახდის წესი. წევრები შეიძლება იყვნენ როგორც ინდივიდები, ასევე იურიდიული პირები. საწევრო გადასახადით შესაძლებელია ისეთი ხარჯების დაფარვა, რომელთა მოაზრება რომელიმე სხვა ბიუჯეტში რთული იქნებოდა. ხშირად ორგანიზაცია წევრებს სანაცვლოდ უბრუნებს გარკვეულ სარგებელს. ეს შეიძლება იყოს:

- მმართველ ორგანოებში ყოფნა;
- წვდომა ორგანიზაციის შიდა რესურსებსა და ინფორმაციაზე;
- მონაწილეობა სხვადასხვა დახურულ ღონისძიებაში;
- წვდომა ტრენინგებსა და სხვა საგანმანათლებლო შესაძლებლობებზე;
- პრიორიტეტის მინიჭება გარკვეული შესაძლებლობების არსებობის დროს;
- არსებული ინფრასტრუქტურით სარგებლობა და სხვა.

წევრობაც შეიძლება იყოს კლასიფიცირებული: სრული წევრი, საპატიო წევრი და ასოცირებული წევრი. შესაბამისად, განსხვავდება როგორც მათ მიერ გადახდილი თანხა, ასევე ის სარგებელი, რომელსაც იღებს ორგანიზაცია.

„საბუკო“

„საბუკო“ ბუნების კონსერვაციის ორგანიზაციაა, რომელიც 2014 წელს ველური ბუნების კონსერვაციის ქართულმა ცენტრმა დააარსა. ის არის „Birdlife-ის“, მსოფლიოს უმსხვილესი ბუნების კონსერვაციის ორგანიზაციის, ადგილობრივი პარტნიორი. „საბუკოს“ მისიაა:

- ველური ბუნებისა და ჰაბიტატების დაცვა, კონსერვაცია და აღდგენა საქართველოში;
- საზოგადოების მიერ ბუნების დაფასების გაზრდა და ბუნებრივი რესურსების მდგრადი გამოყენების წახალისება.

„საბუკოს“ საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია:

- სახეობებისა და ეკოსისტემების მონიტორინგი;
- კონსერვაციისთვის საჭირო ზომების შემუშავება;
- ცნობიერების ამაღლების კამპანიების წარმოება.

„საბუკოს“ აქვს საწევრო პროგრამა, რომელიც მომავალ წევრებს ავალდებულებს, ხელი შეუწყონ საქართველოში დაუცველ ფრინველთა და

მათი გარემოს (ჰაბიტატების) დაცვას. სანევრო პროგრამა სანაცვლოდ წევრებს სთავაზობს:

- საველე გასვლებში მონაწილეობას;
- სიმბოლურ სუვენირებს;
- საგანმანათლებლო მასალებს;
- ტრენინგებს.

„საგადასახადო კოდექსი“ სანევრო შენატანების სანაცვლოდ მომსახურების ან ქონების მიწოდებას, როგორც ჩანს, ეკონომიკურ საქმიანობად განიხილავს, თუმცა ეს საკითხი საკამათოა. კოდექსი, ასევე გვთავაზობს შეღავათს, რომელიც სანევრო გადასახადს უკავშირდება: 170-ე მუხლის პირველი ნაწილის „კ“ ქვეპუნქტის თანახმად, დღგ-სგან ჩათვლის უფლების გარეშე გათავისუფლებულია „ორგანიზაციის მიერ მისი საქმიანობის მიზნიდან გამომდინარე საკუთარი წევრებისთვის დადგენილი სანევროების სანაცვლოდ მომსახურების გაწევა და მასთან უშუალოდ დაკავშირებული საქონლის მიწოდება.“ ეს ნიშნავს იმას, რომ ასეთი ოპერაციები არ განიხილება დღგ-თი დასაბეგრ ოპერაციებად და ორგანიზაციას აღარ უწევს დღგ-ს დარიცხვა მათზე, თუმცა იგი ვერ ჩაითვლის (გამოქვითავს) იმ დღგ-ს თანხას, რომელიც ასეთი მომსახურების/საქონლის მიწოდებისათვის საჭირო მასალის /მომსახურების ფასში შედიოდა.

**მეგობრებისა და
მხარეობების
მზიება
(FRIENDRAISING)**

ხშირად ორგანიზაციისთვის ბევრად უფრო ღირებულია მეგობრებისა და მოხალისეების მოზიდვა, რასაც friendraising-საც ეძახიან, ვიდრე მხოლოდ რესურსებზე ორიენტირება, რადგან ეს პრაქტიკა გრძელვადიან პერსპექტივაში უწყობს ხელს მხარდამჭერებისა და მეგობრების შემოკრებას.

რა არის მოხალისეობა?

„მოხალისეობა“ განიმარტება, როგორც უნარებისა და ცოდნის გამოყენება გარკვეული მიზნის მისაღწევად, ანაზღაურების გარეშე.⁴² არაანაზღაურებადი ხასიათის მიუხედავად, მოხალისეობა იძლევა მატერიალურ და/ან არამატერიალურ სარგებელს როგორც მისი ბენეფიციარებისთვის, ისე მოხალისეებისთვის და ზოგჯერ იმ ორგანიზაციებისთვისაც, რომლებსაც ისინი მხარს უჭერენ. მიუხედავად იმისა, რომ მოხალისეობა ნებაყოფლობითია, ის ხშირად მოტივირებულია პირადი, კულტურული, რელიგიური ან სხვა ვალდებულების გრძნობით. ითვლება, რომ მოხალისეობა ასრულებს მნიშვნელოვან სოციალურ ფუნქციებს სოციალური ინტეგრაციის, სამოქალაქო მონაწილეობისა და ალტრუიზმის განწყობის ხელშეწყობის გზით.⁴³

„მოხალისეობის“ მრავალი განმარტება არსებობს, როგორც სხვადასხვა საერთაშორისო სტანდარტის, ისე ქვეყნების მიხედვით, თუმცა ყველა მათგანს აქვს საერთო ძირითადი მახასიათებლები. შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის თანახმად, „მოხალისეობა“ განიმარტება, როგორც ნებაყოფლობითი და უანგაროდ შესრულებული საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობა. აღნიშნული განმარტებიდან გამომდინარე, იკვეთება მოხალისეობის მთავარი მახასიათებლები:

- მოხალისეობა გულისხმობს აქტივობის ან სამუშაოს განხორციელებას, რომელიც ხელს უწყობს პროდუქტისა და მომსახურების წარმოებასა და დისტრიბუციას მესამე პირების სასარგებლოდ. აქტივობა უნდა განხორციელდეს გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, საერთაშორისო სტანდარტების მიხედვით, სულ მცირე, ერთი საათის განმავლობაში;
- მოხალისეობა არაანაზღაურებადია და არ ექვემდებარება კომპენსირებას. მიუხედავად ამისა, მოხალისეებს შეუძლიათ, მიიღონ სტიპენდიები ან შეიძლება ანაზღაურდეს მათ მიერ გაწეული ხარჯები (მაგალითად, მგზავრობის ხარჯები, განსახლების ხარჯები). ფულადი ან ნატურალური მხარდაჭერის ეს ფორმები არ შეიძლება წარმოადგენდეს მნიშვნელოვან კომპენსაციას ადგილობრივი კონტექსტის გათვალისწინებით;
- მოხალისეობა უკავშირდება თავისუფალს არჩევანს. იგი არ უნდა იყოს სავალდებულო.
- მოხალისეობა შეიძლება იყოს როგორც ინდივიდუალური, ისე კორპორაციული.

⁴² Volunteering. Annual Review of Sociology. North Carolina. 2000.

და ჯიქია - კამპანია „პოზიტივი მოხალისეს“

ამბავი ეხება 13 ივნისს თბილისში მომხდარ სტიქიას და მის შემდგომ დღეებში განვითარებულ მოვლენებს. იმ პერიოდში სამოქალაქო აქტივიზმისა და ინდივიდუალური მოხალისეობის არაერთი გულისამაჩუყებელი შემთხვევა გამოვლინდა. ბევრი ამბობდა, რომ მათ შორის იყო ახალგაზრდების მიერ ორგანიზებული კამპანიაც „პოზიტივი მოხალისეს“. ეს იყო წარწერებიანი სენდვიჩების ამბავი, რომელსაც მეგობრები „მზიურის“ ტერიტორიაზე მომუშავე მოხალისეებს ურიგებდნენ. სენდვიჩების გამზადებისა და დარიგების იდეის ავტორმა შემოიკრიბა მოხალისეები, მოიძია რესურსები და საკუთარ სახლში დაიწყო სტიქიასთან მებრძოლი ადამიანებისთვის საკვების მომზადება და ადგილზე მიტანა. მზადების პროცესში გაჩნდა იდეა, რომ სენდვიჩებზე მოკლე, სამოტივაციო, სახალისო წარწერები დატანილიყო. ფეისბუქზე გავრცელებულმა ფოტოებმა ზვავის ეფექტით დაძრა კამპანია „პოზიტივი მოხალისეს“ - ცნობილი წარწერებიანი სენდვიჩების ამბავი, რომელსაც უჩვეულოდ დიდი გამოხმაურება მოჰყვა. „გვწერდნენ სრულიად უცხო ადამიანები ქებითა და მადლიერებით. იმ ერთადერთმა ფოტომ ელვის სისწრაფით მოიცვა მთელი სოციალური ქსელი - ამაზე წერდნენ საინფორმაციო სააგენტოები, ფეისბუქ გვერდები, აზიარებდნენ რიგითი ადამიანები. ამ იდეით აღფრთოვანებულ ადამიანებს ახალი იდეები უჩნდებოდათ, თუ როგორ შეიძლებოდა ჩართულიყვნენ ამ საქმეში და თავიანთი წვლილი შეეტანათ. იყო არაერთი შემოთავაზება კერძო კომპანიებისგან - „რესურსი გვაქვს და იქნებ შემოგიერთდეთო.“ ჩვენი უმთავრესი მიზანი იყო მცირედი პოზიტივის შეტანა დაძაბულ გარემოში, მოტივაციის მიცემა ჩვენი გმირი მოხალისეებისთვის და მცირედი იუმორით მათში დადებითი ემოციის აღძვრა“- იხსენებს დეა.⁴⁴

მომდევნო დღეებში ამ პროცესში უფრო მეტი ადამიანი ჩაერთო, მეტი რესურსი შეგროვდა და გავრცელების არეალიც გაფართოვდა. კ ა მ პ ა ნ ი ა ს ჰქონდა ძალიან დიდი მუხტი და იყო სხვა ადამიანებისთვის მამოტივირებელი. „ისეთი რთული და სტრესული გარემო იყო ირგვლივ, რომ ადამიანებს, ერთი მხრივ, გამხნევება და ზრუნვა სჭირდებოდათ და მეორე მხრივ, საჭირო იყო რაიმე ინიციატივა, რომელში ჩართულობითაც ადამიანები საკუთარ კონტრიბუციასაც იგრძნობდნენ მთელს იმ სარეაბილიტაციო სამუშაოებში. ეს კი ძალიან საჭირო იყო ბევრისთვის. ჩვენ ამის საშუალება ბევრს მივეცით. თითოეული ჩვენგანი წლების მერეც ვგრძნობთ სიამაყეს იმ დღეებში გამოჩენილი უპრეცედენტო სოლიდარობის ფაქტების გამო და იმის გამო, რომ ჩვენც ამის ნაწილი ვიყავით. ძალიან ფასეული რამეა მოხალისეობა, რომელიც ნამდვილ შედეგს დებს სწორედ იმიტომ, რომ ემსახურება იდეას, ფასეულობას, ღირებულებას. შედეგი კი სწორედ გულწრფელ ენთუზიაზმს მოაქვს. ცამეტმა ივნისმა მე, ჩემი მეგობრები და ჩემი თაობა ძალიან გაგვზარდა. იმ დღის მერე უკვე სულ სხვა თვალთ ვუყურებთ, ვაფასებთ მოვლენებსა და საგნებს. და მგონი, იმ პერიოდში გაჯდა ჩვენში ის

⁴⁴ ავტორის ინტერვიუ.

⁴⁵ ავტორის ინტერვიუ.

საქართველოში არსებობს კანონი „მოხალისეობის შესახებ“, რომელიც ორგანიზაციულად მოხალისეობის საკითხებს აწესრიგებს. ეს ნიშნავს იმას, რომ კანონი ვრცელდება მხოლოდ იმ შემთხვევებზე, როდესაც მოხალისეობითი საქმიანობა სრულდება იურიდიული პირის/ორგანიზაციის მიერ ორგანიზებულ პირობებში. შესაბამისად, ეს კანონი არ ზღუდავს სხვა ფიზიკურ პირს დამოუკიდებლად, ამ კანონით დადგენილი ორგანიზაციული მოწესრიგების გარეშე, განახორციელოს საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობა. ასეთ პირობებში ამ კანონის მოქმედება არ ვრცელდება.

აღნიშნული კანონის მიხედვით, მოხალისეობა განიმარტება, როგორც ორგანიზაციული მოწესრიგების ფარგლებში ფიზიკური პირის მიერ საკუთარი ცოდნითა და უნარით, ნებაყოფლობით და უანგაროდ განხორციელებული საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობა.

საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობა მოიცავს იმ იურიდიული პირისთვის დახმარების გაწევას, რომელიც საქმიანობას ახორციელებს ერთ-ერთ შემდეგ სფეროში: ადამიანის უფლებათა დაცვის, დემოკრატიის, სამოქალაქო საზოგადოებისა და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების განვითარების, განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და ხელოვნების, სიღარიბის დაძლევისა და სოციალური დაცვის, ჯანმრთელობის დაცვის, გარემოს დაცვის, ახალგაზრდობისა და ბავშვთა საკითხების, გენდერული საკითხების, კონფლიქტების მოგვარების, საერთაშორისო დაცვის მქონე პირთა და იძულებით გადაადგილებულ პირთა - დევნილთა - დახმარების, მიგრაციის, ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის, სოფლის მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობის, ფიზიკური აღზრდისა და სპორტის, ცხოველთა უფლებების დაცვის სფეროები.

მნიშვნელოვანია, რომ ყველა იურიდიულ პირს არ აქვს უფლება, უმასპინძლოს მოხალისეებს. კანონი მენარმე სუბიექტების უმრავლესობას უკრძალავს მოხალისეთა შრომით სარგებლობას. კანონის თანახმად, მასპინძელი ორგანიზაცია შეიძლება იყოს:

- ა) ა(ა)იპი ან მისი ფილიალი;
- ბ) „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული საჯარო სამართლის იურიდიული პირი;
- გ) ავტორიზებული საგანმანათლებლო დაწესებულება, მიუხედავად მისი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმისა;
- დ) სამედიცინო დაწესებულება, მიუხედავად მისი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმისა;
- ე) საერთაშორისო ორგანიზაცია, მისი წარმომადგენლობა ან ფილიალი;
- ვ) მუნიციპალიტეტის ორგანო.

მოხალისე შეიძლება იყოს 16 წელს მიღწეული ფიზიკური პირი. 16 წლამდე არასრულწლოვანი მოხალისეობით ურთიერთობას ამყარებს თავისი

კანონიერი წარმომადგენლის ან მზრუნველობის ორგანოს/მეურვეობის ორგანოს თანხმობით, თუ მოხალისეობითი ურთიერთობა არ ეწინააღმდეგება ამ არასრულწლოვნის ინტერესებს, ზიანს არ აყენებს მის ზნეობრივ, ფიზიკურ და გონებრივ განვითარებას და არ უზღუდავს მას სავალდებულო დაწყებითი განათლებისა და საბაზო განათლების მიღების უფლებასა და შესაძლებლობას.

„მოხალისეობის შესახებ“ კანონი დამატებით არეგულირებს მოხალისეთა და მასპინძელი ორგანიზაციის უფლებებსა და ვალდებულებებს და განსაზღვრავს მოხალისეთა დაცვის გარანტიებს.⁴⁶

⁴⁶ დეტალური ინფორმაციისათვის იხილეთ: საქართველოს კანონი „მოხალისეობის შესახებ“: matsne.gov.ge/ka/document/view/3132612?publication=3&scroll=0

**თავითდაჯიანენსეობისა
და ჯიდათელოვირის
საქანთავადოვი
ნაკდებად
ვიკუდალოვი
შენაქდებდოვაბი**

თანხის შეგროვება დაბადების დღეზე

კიდევ ერთი შედარებით ახალი ტენდენციაა სხვადასხვა სოციალური მიზნისთვის დაბადების დღეზე ფულის შეგროვება. ამ შემთხვევაში იუბილარი ითხოვს, რომ საჩუქრის საყიდლად გამოყოფილი თანხა გადაურიცხონ მის მიერ შერჩეულ ორგანიზაციასა თუ ინდივიდს. ეს უფრო გლობალური ტენდენციის ნაწილია, რომელსაც peer-2-peer fundraising-ს უწოდებენ.

ასოციაცია „ცხოვრების შანსი“ ადგილობრივი ორგანიზაციაა, რომლის მიზანი მაღალი რისკის ქვეშ მყოფი ახალგაზრდების საზოგადოებაში ინტეგრაციაა. პროფესიული ორიენტაციის განსაზღვრითა და არაფორმალური განათლების მიწოდებით ასოციაცია მზრუნველობამოკლებულ, ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობების წარმომადგენელ და ქუჩაში მცხოვრებ ახალგაზრდებს უქმნის გრძელვადიანი დასაქმების, საზოგადოებაში თვითდამკვიდრების შესაძლებლობას.

მიუხედავად იმისა, რომ ასოციაციის დაფინანსების მთავარ წყაროს უცხოური პარტნიორი ორგანიზაციის მიერ განხორციელებული ფონდების მოძიების კამპანიებით მიღებული შემოწირულებები წარმოადგენს, ორგანიზაციას რესურსების მობილიზების მრავალფეროვანი გამოცდილება გააჩნია:

ასოციაციას ჰყავს ბევრი მეგობარი, ინდივიდი თუ ორგანიზაცია, რომელიც ყოველთვის გვერდში უდგას. ერთ-ერთი წარმატებული მაგალითია დაბადების დღის კამპანია; უკვე 3 წელია, ორგანიზაციის ერთ-ერთი მეგობარი თავის დაბადების დღეზე, მეგობრებისგან საჩუქრების მიღების სანაცვლოდ, ითხოვს, რომ თანხა ჩარიცხონ ორგანიზაციის ანგარიშზე, შემოსული თანხა კი ხმარდება ორგანიზაციის ბენეფიციარების საჭიროებების დაკმაყოფილებას. გამონაკლისი იყო გასული წელი, როდესაც მთლიანი თანხა გადაირიცხა უკრაინაში ომით დაზარალებული ახალგაზრდების დასახმარებლად. მსგავსი კამპანიით, მაგალითისათვის, ორგანიზაციამ 2020 წელს 15 პირისგან 8388 ლარი მიიღო.



მემკვიდრეობა

მიუხედავად იმისა, რომ ეს ინსტრუმენტი ქართულ რეალობაში სიახლეა, სხვა ქვეყნებში არსებობს მემკვიდრეობის არაკომერციული სამოქალაქო ორგანიზაციებისთვის დატოვების პრაქტიკა. ხშირად ადამიანები საკუთარ ანდერძში ასახელებენ ისეთ ორგანიზაციას, რომელიც საზოგადოებრივ სიკეთეს ემსახურება. რასაკვირველია, ძალიან სასიამოვნო იქნებოდა ორგანიზაციისთვის, თუ მას ისეთი ადამიანის დანაზოგს გადაურიცხავდნენ, ვისი სურვილიც არის, მისი გარდაცვალების შემდეგაც გაგრძელდეს კეთილი საქმის კეთება სხვა ორგანიზაციის მეშვეობით. სწორედ ამიტომ არის ძალიან მნიშვნელოვანი, რომ თქვენ შესახებ იცოდნენ ადამიანებმა და ისევე სჯეროდეთ თქვენ მიერ განხორციელებული ცვლილებებისა, როგორც ამის თქვენ გჯერათ.

ასოციაცია „ცხოვრების შანისთვის“ 2022 წელი ძალიან საინტერესო და უჩვეულოც კი იყო, როდესაც მისი უცხოური სტრატეგიული პარტნიორისგან შეიტყო, რომ დამფუძნებლის ოჯახის წევრმა ანდერძით ასოციაციას 10 000 ევრო დაუტოვა. მსგავსი ტიპის თანხა საკმაოდ კარგი შესაძლებლობაა, ორგანიზაციას ჰქონდეს თავისუფალი ფული, წამოიწყოს ახალი ინიციატივა ან გააძლიეროს გავლენა.

იურიდიულ პირებს მემკვიდრეობის უფლებას ანიჭებს საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსის“ 1308-ე მუხლი. კერძოდ, იგი იურიდიულ პირებს ანდერძით მემკვიდრეობის უფლებას ანიჭებს და ადგენს: „ანდერძით მემკვიდრეობისას სამკვიდროს მისაღებად მოწვეული იქნება იურიდიული პირი, რომელიც შექმნილი იყო სამკვიდროს გახსნის მომენტისათვის.“



„ანგელოზი ინვესტორები“

როგორც ჟურნალ „ფორბსის“ განმარტებაში ვკითხულობთ, „ანგელოზი ინვესტორი“ (ინგლისურად Angel Investor) არის ინვესტორი, რომელიც ახალდაფუძნებულ მცირე კომპანიაში, ე.წ. „Startup-ში“ დებს ფულს. ამასთან, ეს ინვესტორები გამოირჩევიან მაღალი რეპუტაციით და მათ მიერ კონკრეტული ახალი კომპანიით დაინტერესება სხვა ინვესტორების დაინტერესებასაც ზრდის. სახელი „ანგელოზი“ დაკავშირებულია ახალი ინვესტორის სტატუსთან – ის კომპანიას ხშირად „მფარველად“ ევლინება. „ანგელოზ ინვესტორებს“ კომპანიისთვის ფულთან ერთად გამოცდილება და რჩევებიც მოაქვთ.

„ანგელოზი ინვესტორები“, ინვესტიციების სანაცვლოდ, ძირითადად, კომპანიის მცირე წილს იღებენ, 10-30 პროცენტს. თუკი საინვესტიციო გადაწყვეტილება გაამართლებს და ახალი კომპანია წარმატებული აღმოჩნდება, „ანგელოზი ინვესტორები“ თავიანთი წილის გაყიდვით დიდ მოგებას ნახულობენ. თუმცა დიდ მოგებას დიდი რისკიც ახლავს. კვლევები აჩვენებს, რომ „ანგელოზი ინვესტორების“ განხორციელებული ინვესტიციების დაახლოებით 30% ამართლებს.

საქართველოში არის „ანგელოზი ინვესტორების“ ქსელი აქსელი, რომელიც, ერთი მხრივ, ავტორებს სთავაზობს საკუთარი იდეის წარდგენას, ხოლო მეორე მხრივ, არის პლატფორმა დაინტერესებული „ანგელოზი ინვესტორებისათვის“.

„ანგელოზ ინვესტორებთან“ თანამშრომლობა განსაკუთრებით საინტერესო უნდა იყოს სოციალური საწარმოებისთვის.



სახსი

ორგანიზაციები ხშირად ერიდებიან ბანკებთან ურთიერთობას, თუმცა თუ ჩვენი მიზანი არის დიდ მასშტაბებზე გასვლა, შესაძლოა, სესხი იყოს ერთ-ერთი გამოსავალი. აქვე აღსანიშნავია, რომ ბანკებს ხშირად აქვთ შეღავათიანი სესხები ან სპეციალური შეთავაზებები ახალდაფუძნებული ორგანიზაციებისთვის. EU4Business მხარს უჭერს მცირე და საშუალო საწარმოებს სესხის აღებაში. ევროკავშირი, EU4Business ინიციატივის ფარგლებში, სპეციალური სესხების გაცემას საქართველოს საბანკო ქსელის მეშვეობით უზრუნველყოფს. ამ კუთხით ძალიან საინტერესოა სოციალური საწარმო „დადარის“ გამოცდილება.

სოციალური საწარმო „დადარი“

სოციალური საწარმო „დადარი“ 2018 წელს შეიქმნა. საქმიანობის დაწყებისთანავე დამფუძნებლები კარგად აცნობიერებდნენ, თუ რა მნიშვნელობის მატარებელია ბავშვის განვითარებისთვის უსაფრთხო და შემეცნებითი სათამაშოების ქონა. შედეგად „დადარმა“ დაიწყო ისეთი სათამაშოების შექმნა, რომლებიც ბავშვებს ეხმარება წარმოსახვისა და შემოქმედებითი უნარების განვითარებაში, სამყაროს შემეცნებასა და უბრალოდ, დროის სახალისოდ გატარებაში. ამასთანავე, „დადარი“ წარმოადგენს შრომითი ინტეგრაციის სოციალურ საწარმოს, სადაც დასაქმებულები არიან სპეციალური საჭიროების მქონე ადამიანები.

„დადარის“ გამოცდილება საუკეთესო მაგალითია იმისა, თუ როგორ უწყობს ხელს მიკროდაფინანსება მენარმეობას. საქართველოში ევროკავშირი, ევროპის საინვესტიციო ბანკისა და EU4Business ინიციატივის მეშვეობით, მუშაობს ადგილობრივ საკრედიტო ორგანიზაციებთან, რათა დაეხმაროს მიკროსაწარმოებს, მიიღონ განვითარებისთვის საჭირო ფულადი სახსრები. ამ პროგრამის ფარგლებში ევროპის საინვესტიციო ბანკმა საქართველოს „კრედო ბანკს“ 5 მილიონი დოლარი (4,4 მილიონი ევრო) გამოუყო.

ევროპის საინვესტიციო ბანკის მექანიზმი მიმართულია მიკრო და მცირე საწარმოებზე. საკრედიტო ხაზი საშუალებას გვაძლევს, უზრუნველყოთ ხელმისაწვდომი და, ამავდროულად, საშუალო და გრძელვადიანი დაფინანსების შესაძლებლობა მენარმეებისთვის.

„ჩვენს საწარმოს სესხი სჭირდებოდა არსებული პროდუქციის ასორტიმენტის გასაფართოებლად“, – გვიყვება არჩილ გობეჯიშვილი, „დადარის“

გენერალური დირექტორი. „ჩვენ გამოვიყენეთ ფული არსებული ფართის განახლებისთვის, დამატებითი ფართის დასაქირავებლად და წარმოებისთვის აუცილებელი მასალების შესაძენად“.⁴⁷

⁴⁷ <https://eu4business.ge/success-stories/the-tiny-georgian-toy-company-making-a-big-difference/>

**დაჯინანსების
შესაქდებდრობები
ცენტრადური და
ადგილობრივი
ხელისუფლების
ქონება**



ორგანიზაციებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია საჯარო სექტორის მხარდაჭერა, ისეთი ინსტრუმენტების არსებობა, რომლებიც ცენტრალურ და ადგილობრივ დონეზე ქმნის გრძელვადიანი თანამშრომლობის შესაძლებლობას. ერთი მხრივ, ეს ორგანიზაციებს ეხმარება, შექმნან მყარი თანამშრომლობა, რომელსაც აქვს განგრძობითი ხასიათი, ხოლო მეორე მხრივ, ხელისუფლებას ეხმარება ორგანიზაციების მეშვეობით უფრო მეტად დაუახლოვდეს თემს, მოსახლეობას და უფრო სწრაფად მოაგვაროს წამოჭრილი პრობლემები.

საქართველოს ცენტრალურ და ადგილობრივ ხელისუფლებას აქვს რამდენიმე მიმართულება, რომლის დახმარებითაც ადგილობრივ ორგანიზაციებს დაფინანსების მიღება შეუძლიათ. ამ მიმართულებებზე ერთიანი ინფორმაციის ცენტრალიზებულად მოძიება, სამწუხაროდ, საკმაოდ რთულია, ამიტომ ჩვენი რეკომენდაციაა, რომ ადგილობრივ ორგანიზაციებსა და საინიციატივო ჯგუფებს ჰქონდეთ მუდმივი კომუნიკაცია როგორც ცენტრალური, ასევე ადგილობრივი მთავრობის შესაბამის წარმომადგენლებთან, რათა მიეწოდოს ინფორმაცია არსებული პროგრამების შესახებ. საუკეთესო შემთხვევაში ინფორმაცია არსებულ საგრანტო და თანადაფინანსების მექანიზმებზე შესაბამისი სამთავრობო უწყების, ასევე ადგილობრივი მერიისა და საკრებულოს ვებგვერდზე განთავსებული. ხშირად ასეთი ინფორმაციის გამოთხოვა მხოლოდ პირადი კომუნიკაციით ხდება შესაძლებელი.

სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამები სანდოაღრ ღონაზე

საქართველოს კანონმდებლობა ითვალისწინებს სახელმწიფოს მიერ კერძო სამართლის იურიდიული პირების დაფინანსების სხვადასხვა მექანიზმს როგორც საქონლის/მომსახურების მიწოდების სანაცვლოდ, ასევე საზოგადოებრივად სასარგებლო პროექტების განხორციელებისათვის. ასეთებია: სახელმწიფო შესყიდვების პროცედურებში მონაწილეობა და საჯარო დაწესებულების მიერ მოთხოვნილი პროდუქციის ან მომსახურების მიწოდება, „საჯარო და საჯარო თანამშრომლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული პროექტების, განსაკუთრებით კი მცირე პროექტების ერთობლივი განხორციელება, სოციალური მომსახურების შესახებ კონტრაქტების გაფორმება, ცენტრალური ხელისუფლებისაგან და ადგილობრივი თვითმმართველობებისგან ვაუჩერული დაფინანსების მოპოვება, სახელმწიფო დახმარების (სუბსიდიების) მიღება, მემორანდუმის საფუძველზე ერთობლივი პროექტების განხორციელება, საბიუჯეტო-პროგრამული დაფინანსება, სახელმწიფო გრანტის მიღება და სხვ.

კანონმდებლობით გათვალისწინებული მექანიზმების სიმრავლის მიუხედავად, არასამეწარმეო იურიდიული პირების მიერ სახელმწიფო დაფინანსების მოპოვების მაჩვენებელი დაბალია. მეტიც, ზოგიერთი ეს მექანიზმი პრაქტიკაში არ ხორციელდება (მაგალითად, საჯარო და კერძო თანამშრომლობის პროექტები), თუმცა ფართოდაა გავრცელებული ვაუჩერული დაფინანსების პრაქტიკა, განსაკუთრებით სოციალური მომსახურებების სფეროში.

სამოქალაქო საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს თავიანთი აქტიურობითა და ინიციატივის საკუთარ თავზე აღებით შეუძლიათ, სახელმწიფო დაწესებულებებს ზემოაღნიშნული მექანიზმების პრაქტიკაში უფრო ფართო გამოყენებისაკენ უბიძგონ, თუმცა სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მიერ ის შესაძლებლობებიც კი საკმარისად არ გამოიყენება, რომლებიც ნებისმიერი ტიპის იურიდიული პირისთვის დასაშვებია. ქვემოთ განხილული იქნება რამდენიმე ასეთი მექანიზმი და წარმატებული მაგალითი:

სახელმწიფო შესყიდვები

კანონი „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ არის ზოგადი კანონი, რომელიც ვრცელდება მთავრობის მიერ საქონლის ან მომსახურების შესყიდვაზე.

კანონი ადგენს სამ საბაზისო პროცედურას – გამარტივებული შესყიდვა (5000 ლარამდე ღირებულების შესყიდვისთვის), გამარტივებული ელექტრონული ტენდერი (5,001-იდან 200,000 ლარამდე ღირებულების შესყიდვისთვის) და

ელექტრონული ტენდერი (200,000 ლარს ზემოთ ღირებულების შესყიდვისთვის). კანდიდატთა საკვალიფიკაციო მონაცემებთან დაკავშირებული მოთხოვნების განსაზღვრისას შემსყიდველმა ორგანომ უნდა უზრუნველყოს, რომ მოთხოვნები „იყოს პროპორციული და არადისკრიმინაციული, ხელს უნდა უწყობდეს ჯანსაღი კონკურენციის დამკვიდრებასა და პრეტენდენტთა მიმართ თანასწორ მოპყრობას.“

სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებს აქვთ შესაძლებლობა, მიიღონ მონაწილეობა სახელმწიფო შესყიდვებში, თუმცა ამის ბარიერი ხშირად არის მათ მიერ ფინანსური გარანტიების წარდგენის შეუძლებლობა ან წინასწარ სარეზერვო თანხის არქონა, რაც შეუძლებელს ხდის აქტივობის ჩატარებას, რადგან ორგანიზაციას თანხა ერიცხება მხოლოდ საბოლოო ანგარიშის წარდგენის შემდეგ.

მნიშვნელოვანია, რომ კანონის მოქმედება არ ვრცელდება „ვაუჩერის გამოყენებით განათლების, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის შესაბამისი მომსახურების/საქონლის დაფინანსებაზე, აგრეთვე ვაუჩერის განაღდებასა და განაღდებასთან დაკავშირებულ ოპერაციებზე“. შესაბამისად, ამ სფეროებში არსებობს შესაძლებლობა, ორგანიზაციებმა ვაუჩერული დაფინანსება მიიღონ სახელმწიფო ტენდერებში მონაწილეობის გარეშე. ასეთი დაფინანსების გაცემას არეგულირებს არაერთი ნორმატიული აქტი, რომელიც შესაბამის სფეროებში ვაუჩერული დაფინანსების პრინციპებს ადგენს. მაგალითად, ვაუჩერული დაფინანსება სოციალური სერვისების სფეროში ეფუძნება „ჯანმრთელობის შესახებ“ და „სოციალური დახმარების შესახებ“ კანონებს. ამასთან, საქართველოს მთავრობა წელიწადში ერთხელ ამტკიცებს დადგენილებას სოციალური რეაბილიტაციისა და ბავშვზე ზრუნვის სახელმწიფო პროგრამებისა და მათი განხორციელების წესების შესახებ. აღნიშნული ამ სფეროში ყველაზე კომპლექსური კანონქვემდებარე აქტია, რომელიც მოიცავს ა(ა)იპების მიერ განხორციელებული მრავალი სოციალური მომსახურების დაფინანსების წესს.

„ანარმოე საქართველოში“

სსიპ „ანარმოე საქართველოში“ ერთ-ერთი უმსხვილესი სახელმწიფო უწყებაა საქართველოში, რომლის უმთავრესი მიზანია სამენარმოე გარემოს გაუმჯობესება, კერძო სექტორის განვითარება, საქართველოს საინვესტიციო საქმიანობის პოპულარიზაცია და ექსპორტის ხელშეწყობა. დინამიკური ეკონომიკური განვითარების უზრუნველსაყოფად სააგენტო აერთიანებს სამ კომპონენტს, ეკონომიკური განვითარების სამ ურთიერთდაკავშირებულ შრეს:

ბიზნესს (ადგილობრივ წარმოებას), ექსპორტს და ინვესტიციებს.

„აწარმოე საქართველოში - ბიზნესის“ მიმართულების მიზანია საქართველოში მენარმეობის განვითარება, მენარმის მხარდაჭერა;

„აწარმოე საქართველოში - ექსპორტის“ მიმართულების მიზანია საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის პოპულარიზაცია;

„აწარმოე საქართველოში - ინვესტიციის“ მიმართულების მიზანია საქართველოში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა, ხელშეწყობა და განვითარება.

ქვემოთ გთავაზობთ რამდენიმე მიმართულებას. ეს შესაძლებლობები განსაკუთრებით საინტერესოა სოციალური მენარმეებისთვის. მათ შუიქლიათ, ისარგებლონ მიკრო და მცირე მენარმეების მხარდაჭერის პროგრამით და მიიღონ დაფინანსება საკუთარი პროდუქტის ან სერვისის განვითარებისათვის, ან იზრუნონ საქმიანობის გაფართოებაზე ექსპორტის ან სესხის სუბსიდირების პროგრამის დახმარებით.

მიკრო და მცირე მენარმეობა

„აწარმოე საქართველოში“ სახელმწიფო პროგრამის მიკრო და მცირე მენარმეობის ნაწილის მიზანია მიკრო და მცირე ბიზნესის განვითარებისთვის, თანამედროვე სამენარმეო კულტურის დამკვიდრებისა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნისთვის, ბიზნესის წამოწყებისათვის ან/და არსებულის გადართალებისათვის აუცილებელი ფინანსური მხარდაჭერა და ტექნიკური დახმარება. პროგრამის ფარგლებში ფინანსური დახმარების განვების გზით როგორც არსებულ, ასევე პოტენციურ მენარმეებს ეძლევათ შესაძლებლობა, წამოიწყონ საკუთარი საქმე, ხოლო საკონსულტაციო კომპონენტის არსებობა უზრუნველყოფს დაინტერესებული პირების ცოდნის ამაღლებას ბიზნესის წარმართვის კუთხით.

„ბიზნეს უნივერსალი“

პროგრამის მიზანია საქართველოში მენარმეობის განვითარება, მენარმე სუბიექტების მხარდაჭერა, ახალი საწარმოების შექმნის/არსებული საწარმოების გაფართოების/გადართალების ხელშეწყობა და კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდის საშუალებით.

საკრედიტო-საგარანტიო მექანიზმი

საკრედიტო-საგარანტიო მექანიზმი გულისხმობს ისეთი სიცოცხლისუნარიანი მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის საკრედიტო გარანტიის გაცემას, რომელთაც არ აქვთ შესაძლებლობა, დააკმაყოფილონ სესხის უზრუნველყოფაზე არსებული მოთხოვნები.

„საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო“ ხელს უწყობს ქვეყანაში ინოვაციური პროდუქტის შექმნასა და სერვისის განვითარებას. გარდა არსებული ყოველწლიური შესაძლებლობებისა, პლატფორმაზე პერიოდულად ცხადდება კონკურსი საგანმანათლებლო სერვისების მიწოდებაზე, რაც განსაკუთრებით საინტერესო იქნება სამოქალაქო ორგანიზაციებისთვის.

სამოქალაქო ორგანიზაციებისათვის მნიშვნელოვანია ორი ტიპის შესაძლებლობა:

„საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო“ აცხადებს საგრანტო კონკურსს „ინოვაციების გრანტები რეგიონებისთვის“.

საგრანტო კონკურსით ფინანსდება პროექტები კონკრეტულ პერიოდში შერჩეული რეგიონიდან და ის წელიწადში ერთხელ ან რამდენჯერმე ცხადდება.

პროგრამის მიზანია, ხელი შეუწყოს საქართველოს რეგიონებში ადგილობრივი ინოვაციური და ტექნოლოგიური ეკოსისტემის გაძლიერებას; ინოვაციური პროდუქტების, მომსახურების, ტექნოლოგიებისა და პროცესების შემუშავება-ათვისებისა და კომერციალიზაციის გზით ინოვაციური და ტექნოლოგიური სტარტაპების შექმნას.
მაქსიმალური ბიუჯეტი: 25000 ლარი.

საგრანტო პროგრამაში განაცხადის წარდგენა შეუძლიათ „გრანტების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლით გათვალისწინებულ შემდეგ სუბიექტებს:

- ა) საქართველოს მოქალაქეს;
- ბ) პირადობის ნეიტრალური მოწმობის ან ნეიტრალური სამგზავრო დოკუმენტის მქონე პირს;
- გ) „მენარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად საქართველოში რეგისტრირებული სამენარმეო საზოგადოებას.

„უნარების სააგენტო“ (SKILLS AGENCY) საგრანტო პროგრამა

„პროფესიული უნარების სააგენტო“ არის არასამეწარმეო იურიდიული პირი, რომლის ამოცანებია ქვეყნის ეკონომიკის საჭიროებებზე მისადაგებული, თანამედროვე პროფესიულ უნარებსა და ინდივიდის საჭიროებებზე მორგებული, ინკლუზიური პროფესიული განათლების განვითარებისა და პროფესიული განათლების ინტერნაციონალიზაციის ხელშეწყობა.

საგრანტო კონკურსის მიზანია პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში მრავალფეროვანი სტუდენტური ცხოვრების მხარდაჭერის, ექსტრაკურიკულური აქტივობების დანერგვა-განვითარებისა და არაფორმალური განათლების პრინციპების ინტეგრირების ხელშეწყობა.

კონკურსში ინიციატივის წარდგენა შეუძლიათ პროფესიული საგანმანათლებლო პროგრამების განმახორციელებელ (საჯარო და კერძო სამართლის იურიდიული პირის ფორმით არსებულ) დაწესებულებებს ადგილობრივ/რეგიონულ, ახალგაზრდულ/სამოქალაქო ორგანიზაციასთან პარტნიორობით.

პროგრამის ფარგლებში სამოქალაქო ორგანიზაციებს, პროფესიულ სასწავლებლებთან ერთად, შეუძლიათ, შეიმუშაონ ერთობლივი იდეები, რომელიც ადგილობრივი თემში ან კონკრეტულ პროფესიულ სასწავლებელში ინოვაციური მიმართულებების დანერგვასა და განვითარებას ემსახურება.

„ახალგაზრდობის სააგენტო“

სსიპ „ახალგაზრდობის სააგენტო“ არის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, რომელიც შექმნილია სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის სტრატეგიის შემუშავების, განხორციელებისა და კოორდინაციის მიზნით.

სააგენტო წელიწადში, სულ მცირე, ერთხელ აცხადებს საგრანტო კონკურსს ახალგაზრდული ორგანიზაციებისათვის. მნიშვნელოვანია, რომ აპლიკანტებს მოეთხოვებათ, ახალგაზრდული საქმიანობა წესდებით ჰქონდეთ განსაზღვრული.

სააგენტო ყოველწლიურად აქვეყნებს საგრანტო მოთხოვნებს, თუმცა პროექტების ძირითადი ფოკუსი არის ახალგაზრდებისთვის ახალი საინტერესო პროგრამებისა და შესაძლებლობების განვითარება.

სტაჟირების პროგრამის თანაფინანსება სახელმწიფო მიერ

დასაქმების სახელმწიფო სააგენტო ნებისმიერ ორგანიზაციას სთავაზობს სტაჟირების სუბსიდირების პროგრამას, რომლის მიზანიც არის სამსახურის მაძიებელთა დაკავშირება დამსაქმებლებთან. ხშირად არასამთავრობო ორგანიზაციას უჭირს, მოიძიოს შესაბამისი კადრი, ხოლო სტაჟირების დროს ანაზღაურების გაცემა მისთვის რთულია. ორგანიზაციას შეუძლია აიყვანოს სამი სტაჟიორი სამი თვის ვადით, რომელთაც ამ დროის განმავლობაში საზღაურს უხდის დასაქმების სააგენტო. სტაჟირების პროგრამის დასრულების შემდგომ ორგანიზაცია ვალდებულია, დაასაქმოს ერთი ადამიანი და გაუფორმოს მას შრომითი ხელშეკრულება. სწორედ ამ პროგრამის დახმარებით შეძლო ბევრმა ორგანიზაციამ ადამიანური რესურსების მოზიდვა დანახარჯების გარეშე.

გარდა ამისა, არსებობს შრომის ანაზღაურების სუბსიდირებით დასაქმების პროგრამაც: შრომის ანაზღაურების სუბსიდირებით დასაქმება არის ისეთი დასაქმება, როდესაც დამსაქმებელი იღებს მატერიალურ სარგებელს - შრომის ანაზღაურების სუბსიდიას იმ სამუშაოს მაძიებლის დასაქმების მიზნით, რომელიც არის:

- ა) დევნილის სტატუსის მქონე პირი 16 წლიდან 29 წლის ჩათვლით;
- ბ) სოციალურად დაუცველი ოჯახების მონაცემთა ერთიან ბაზაში რეგისტრირებული ოჯახის წევრი 16 წლიდან 29 წლის ჩათვლით, რომლის ოჯახის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის მაჩვენებელი სარეიტინგო ქულა საქართველოს მთავრობის მიერ დადგენილ ზღვრულ სარეიტინგო ქულაზე ნაკლებია;
- გ) სახელმწიფო ზრუნვის ქვეშ მყოფი ან სახელმწიფო ზრუნვიდან გასული პირი 16 წლიდან 29 წლის ჩათვლით;
- დ) შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირი;
- ე) სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე პირი;
- ვ) სხვა პირი, რომელსაც საქართველოს მთავრობა შესაბამისი დადგენილებით განსაზღვრავს.

დამსაქმებელს შეუძლია სამუშაოს მაძიებლის დასაქმების მიზნით შრომის ანაზღაურების სუბსიდიის მიღების თაობაზე მიმართოს სააგენტოს, თუ იგი სამუშაოს მაძიებელს შრომითი ხელშეკრულების განუსაზღვრელი ვადით ან არანაკლებ 9 თვის ვადით დადებას სთავაზობს.

„კრეატიული განვითარების ცენტრი“

ორგანიზაცია „კრეატიული განვითარების ცენტრი“, გორის დასაქმების სააგენტოსთან თანამშრომლობით, სამჯერ გამოაცხადა სტაჟირების პროგრამა. დასაქმების სააგენტოს სუბსიდიის დახმარებით, ჯამში 1.5 წლის მანძილზე 9 სტაჟიორმა გამოიყენა პროგრამა, მიიღო ანაზღაურება, ხოლო ორგანიზაციამ შეძლო, შეერჩია კადრები. სტაჟირების შედეგად 9 სტაჟიორიდან 6 წარმატებით დასაქმდა ორგანიზაციაში. სახელმწიფო სუბსიდიამ, ჯამში, 5400 ლარი შეადგინა.

მნიშვნელოვანია, აღინიშნოს, რომ საქართველოს „შრომის კოდექსში“ განხორციელებული ცვლილებების თანახმად, ახლებურად რეგულირდება სტაჟიორსა და მიმღებ დაწესებულებას შორის ურთიერთობები. საქართველოს „შრომის კოდექსის“ მე-18 მუხლის თანახმად, სტაჟიორი არის ფიზიკური პირი, რომელიც დამსაქმებლისთვის ასრულებს გარკვეულ სამუშაოს ანაზღაურების სანაცვლოდ ან მის გარეშე, კვალიფიკაციის ასამაღლებლად, პროფესიული ცოდნის, უნარის ან პრაქტიკული გამოცდილების მისაღებად.

აქედან გამომდინარე, სტაჟირების მთავარი მიზანი არის სტაჟიორის ცოდნის გაღრმავება და კვალიფიკაციის ამაღლება.

დამსაქმებელს ეკრძალება სტაჟიორის შრომის გამოყენება იმ მიზნით, რომ თავი აარიდოს შრომითი ხელშეკრულების დადებას. სტაჟიორი არ ანაცვლებს დასაქმებულს. დამსაქმებელს არ აქვს უფლება, აიყვანოს სტაჟიორი იმ დასაქმებულის ნაცვლად, რომელთანაც შრომითი ურთიერთობა შეჩერდა ან/და შეწყდა.

ანაზღაურების გარეშე სტაჟირების ვადა არ უნდა აღემატებოდეს ექვს თვეს, ხოლო ანაზღაურებადი სტაჟირების ვადა - ერთ წელს. პირს უფლება აქვს, ერთსა და იმავე დამსაქმებელთან ანაზღაურების გარეშე სტაჟირება გაიაროს მხოლოდ ერთხელ.

სტაჟირების შესახებ წერილობითი ხელშეკრულების გაფორმება აუცილებელია. სტაჟიორისა და დამსაქმებლის ურთიერთობას აწესრიგებს სწორედ წერილობითი ხელშეკრულება. ამ ხელშეკრულებაში დეტალურად უნდა იყოს აღწერილი სტაჟიორის მიერ შესასრულებელი სამუშაო.

ვაუჩერები

ვაუჩერები ცენტრალური და ადგილობრივი მმართველობის ორგანოების მიერ, ძირითადად, გამოიყენება განათლების, ჯანდაცვის და სოციალური მომსახურების დასაფინანსებლად. „სახელმწიფო შესყიდვების“ შესახებ კანონი სამოქალაქო დაწესებულებებს საშუალებას აძლევს, დააფინანსონ ასეთი მომსახურებები ვაუჩერების საშუალებით, შესყიდვების ფორმალური პროცედურების განხორციელების გარეშე.

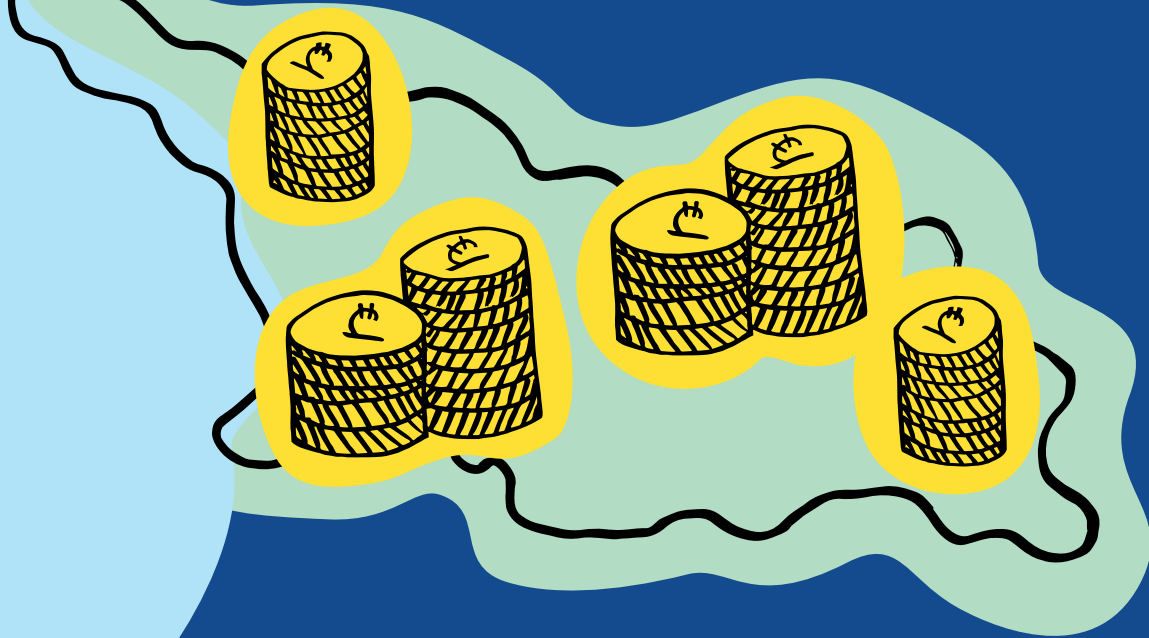
წინა ქვეთავებში აღინიშნა ცენტრალურ დონეზე ვაუჩერების გამოყენების რეგულირების შესახებ. აუცილებელია, აქვე აღინიშნოს, რომ ადგილობრივ თვითმმართველობებს უფლება აქვთ, დამოუკიდებლად მოაწესრიგონ სხვადასხვა მუნიციპალური მომსახურებების ვაუჩერული დაფინანსების წესები და პრინციპები. ამიტომ მუნიციპალური ბიუჯეტის ფორმირებისა და მასში ცვლილებების განხორციელების ეტაპზე მნიშვნელოვანია სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციებს აქტიურობა, რათა მოხდეს მოწყვლადი ჯგუფების საჭიროებათა გადანყვეტისაკენ მიმართული პროგრამების ბიუჯეტში გათვალისწინება და მათი ნორმატიული რეგულირება. ამ თვალსაზრისით სამოქალაქო საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს შეუძლიათ, ადგილობრივ თვითმმართველობებს მიანოდონ ინიციატივები, პეტიციები, ნორმატიული აქტების პროექტები, გააფორმონ მემორანდუმები და ა.შ. განსაკუთრებით ეფექტიანია სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისა და მუნიციპალური რესურსების პროექტული გაერთიანება, რათა პროექტმა სრულად დაფაროს ყველა შესაბამისი ბენეფიციარის საჭიროებები.

სახელმწიფო დახმარება

სახელმწიფო დახმარება კიდევ ერთი ინსტრუმენტია, რომელიც სამოქალაქო ორგანიზაციებისთვის სახელმწიფო დაფინანსებით უზრუნველსაყოფად შეიძლება იქნეს გამოყენებული. სახელმწიფო დახმარება განიმარტება, როგორც „სახელმწიფო დახმარების გამცემი ორგანოს მიერ საბიუჯეტო სახსრების ან სახელმწიფო რესურსების გადაცემით ან სხვა შეღავათის დაწესებით ეკონომიკური აგენტისთვის შერჩევითი ეკონომიკური უპირატესობის მინიჭება“.⁴⁸

⁴⁸ <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/91006?publication=56>

სახაღმწიფო მხარდაჭერის პროგრამები ადგილობრივ ქმევა



მუნიციპალური დაფინანსება

სახელმწიფო დაფინანსების კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია მუნიციპალიტეტების შესაძლებლობა, დააფინანსოს სამოქალაქო ორგანიზაციები.

არსებულ კანონმდებლობაში - საქართველოს ორგანულ კანონში „ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსი“ და კანონში „გრანტების შესახებ“ - მუნიციპალიტეტები არ არიან მოხსენიებული, როგორც გრანტის გაცემის უფლების მქონე დაწესებულებები. საგრანტო მექანიზმიდან ამ გამორიცხვის საპირწონედ, მუნიციპალიტეტები იყენებენ სხვა ინსტრუმენტებს, როგორცაა: სახელმწიფო შესყიდვები, პროგრამული დაფინანსება, ვაუჩერული სისტემა, სუბსიდიები სოციალურ საკითხთა, განათლების, სპორტის, ეკოლოგიის და სხვა სფეროებში.

მუნიციპალიტეტები ყველაზე ხშირად იყენებენ პროგრამულ დაფინანსებას, სამოქალაქო ორგანიზაციებისა და მომსახურების მიმწოდებელი ორგანიზაციების დასაფინანსებლად.⁴⁹

„სოფლის მხარდაჭერის პროგრამა“

„სოფლის მხარდაჭერის პროგრამის“ ფარგლებში სოფლ(ებ)ის მოსახლეობა კრებებზე თანხმდება სოფლის საჭიროებებზე და ამ პროგრამის დახმარებით ხდება სამუშაოების შესყიდვა. დღეის მდგომარეობით, შესყიდულია 3301 პროექტი. აქედან უკვე დასრულდა 465 პროექტი. ჯამში, სოფლის მხარდაჭერის პროგრამისთვის 40 მლნ. ლარამდეა გამოყოფილი. „სოფლის მხარდაჭერის პროგრამით“ ყველაზე ხშირად ფინანსდება შიდა სასოფლო გზები, შიდა განათება, შემოღობვა, წყაროების მოპირკეთება, სკვერების მოწყობა, მინისპორტული ინფრასტრუქტურის მოწყობა და ა.შ. ამ პროგრამაში სამოქალაქო ორგანიზაციებისა და ჯგუფების მონაწილეობა აუცილებლად გაზრდის თემის სხვა საჭიროებების (სათემო სივრცე, არაფორმალური განათლება, ახალგაზრდული პროექტები) წამოჭრასა და მხარდაჭერას, სწორედ ამიტომ არის მათში თქვენი მონაწილეობა ძალიან მნიშვნელოვანი. „სოფლის მხარდაჭერის პროგრამის“ ფარგლებში დასაფინანსებელი პროექტების შერჩევა ხდება დასახლების საერთო კრებებზე, რომელთა შესახებ მოსახლეობისთვის წინასწარ არის ცნობილი.

⁴⁹ დამატებითი ინფორმაცია ადგილობრივი მთავრობის დონეზე დაფინანსების მიღების შესაძლებლობებზე: <https://asb.ge/storage/media/other/2022-11-01/3ca45580-59cc-11ed-a527-5910f69a7d22.pdf>

„შენი იდეა ქალაქის მერს“

„შენი იდეა ქალაქის მერს“ არის მერიის საქმიანობაში მუნიციპალიტეტში რეგისტრირებული მოსახლეობის ჩართულობისა და ქალაქისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე ინიციატივების ონლაინ წარდგენის მექანიზმი, რაც საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს, მონაწილეობა მიიღონ ქალაქის განვითარებაში.

რეგისტრაცია შესაძლებელია სარეგისტრაციო ფორმაში პირადი მონაცემების, ელექტრონული ფოსტის, მომხმარებლის სახელისა და პაროლის შეყვანით, რომლითაც შემდგომ შეძლებთ ვებგვერდზე ავტორიზაციას. არსებულ იდეაზე ხმის მისაცემად ვებგვერდზე რეგისტრაცია/ავტორიზაცია აუცილებელი არ არის. რეგისტრაცია საჭიროა მხოლოდ ახალი იდეის დამატების მსურველთათვის.

იდეის დასამატებლად აირჩიეთ ის კატეგორია, რომელსაც შეესაბამება თქვენი იდეა. მიუთითეთ სასურველი სახელწოდება და იდეის აღწერა. შეგიძლიათ ატვირთოთ ფოტო ან სხვა ფაილი, რომელიც გამოჩნდება idea.municipal.gov.ge-ს გვერდზე და მოქალაქეებს დაეხმარება თქვენი იდეის უკეთ გაცნობაში. იდეის წარდგენის უფლებით სარგებლობს საქართველოს მოქალაქე, ნებისმიერი სრულწლოვანი ფიზიკური და იურიდიული პირი.

ხმის მიცემა

მიმდინარე იდეები, რომლებზეც ხმის მიცემა აქტიურია, შეგიძლიათ ნახოთ იდეების გვერდზე ან ღილაკზე „მიეცი ხმა“ გადასვლით. შეგიძლიათ იდეა აირჩიოთ სასურველი კატეგორიიდან, გაეცნოთ იდეის სახელწოდებას, აღწერას და დააფიქსიროთ თქვენი ხმა პირადი მონაცემების შეყვანით, რომელიც შემდგომ გამოჩნდება idea.municipality.gov.ge-ს საჯარო გვერდზე. ხმის მიცემის უფლებით სარგებლობს მუნიციპალიტეტში რეგისტრირებული საქართველოს ნებისმიერი სრულწლოვანი მოქალაქე.

იდეის განხილვის პროცედურა და ვადები: დარეგისტრირებული იდეა წარდგენიდან 10 კალენდარული დღის ვადაში განიხილება საიტის ადმინისტრატორის მიერ, რომელიც ამოწმებს მის შესაბამისობას მოქმედ კანონმდებლობასთან. დახარვეზების დროს ხარვეზის გამოსასწორებლად გეძლევთ 15 კალენდარული დღე. ხარვეზის გამოსწორებლობის შემთხვევაში, თქვენი იდეა არ გავა ხმის მიცემის ეტაპზე. იდეამ ხმის მიცემის პერიოდში, რომელიც 60 კალენდარულ დღეს მოიცავს, უნდა მოაგროვოს 2500 ხმა. საჭირო რაოდენობის ხმების მოგროვების შემდეგ 10 სამუშაო დღის ვადაში ქალაქის მერი იღებს გადაწყვეტილებას იდეის განხილვის გაგრძელების ან იდეის დაკმაყოფილებაზე უარის თაობაზე. თუ მიღებული იქნა გადაწყვეტილება იდეის შემდგომი განხილვის თაობაზე, 60

კალენდარული დღის განმავლობაში მერი, შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულებთან, ტერიტორიულ ორგანოებთან და მერიის მიერ დაფუძნებულ იურიდიულ პირებთან ერთად, განიხილავს იდეის განხორციელების შესაძლებლობას. განხილვის შედეგები ეცნობება იდეის ავტორს და გამოქვეყნდება საჯარო გვერდზე.

განიხილება იდეები:

- მუნიციპალიტეტის საგზაო ინფრასტრუქტურის თაობაზე;
- მუნიციპალიტეტის ტერიტორიაზე ტრანსპორტისა და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის თაობაზე;
- ნარჩენების მართვის თაობაზე;
- წყალ-კანალიზაციის, გარე განათებისა და კეთილმოწყობის სხვა საკითხების თაობაზე;
- მუნიციპალიტეტის ტერიტორიის გამწვანების თაობაზე;
- სკოლამდელი, არაფორმალური და პროფესიული განათლების თაობაზე;
- შშმ პირთა ინკლუზიასა და მათთვის გარემოს ადაპტაციის თაობაზე;
- კულტურულ, სპორტულ ან ახალგაზრდულ საკითხებზე;
- ჯანმრთელობის დაცვისა და სოციალური უზრუნველყოფის თაობაზე;
- ჯანსაღი და უსაფრთხო საცხოვრებელი გარემოს უზრუნველყოფის თაობაზე;
- მერიის კომპეტენციას მიკუთვნებულ სხვა საკითხებზე.⁵⁰

თბილისის მერია: ინოვაციური იდეებისა და ღონისძიებების მხარდაჭერა

ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის მერიის კულტურის, განათლების, სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა საქალაქო სამსახურის კულტურის პროექტებისა და პროგრამების განყოფილება მხარს უჭერს ქალაქის მასშტაბით თავისუფალი პროექტების, პროგრამების, ინოვაციური იდეებისა და სხვადასხვა ღონისძიების განხორციელებას.

დაფინანსების მიმღები სუბიექტი არის საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრირებული იურიდიული პირი, რომლის მიერ წარმოდგენილი პროექტიც ორიენტირებულია კულტურის სფეროს განვითარებაზე, ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის ბიუჯეტით შესაბამისი პროგრამებისთვის გათვალისწინებული პრიორიტეტების შესაბამისად.

განახლებად, დეტალურ ინფორმაციას შეგიძლიათ გაეცნოთ თბილისის მერიის ოფიციალურ გვერდზე: <https://tbilisi.gov.ge/page/3223>

აღნიშნული დაფინანსების შესაძლებლობების ნაწილი განკუთვნილია ინდივიდუალური ფიზიკური პირებისთვის, თუმცა ასეთ შემთხვევაშიც ძალიან მნიშვნელოვანია, სამოქალაქო საზოგადოებრივი ორგანიზაციების როლი:

⁵⁰ <https://idea.municipal.gov.ge/home>

ერთი მხრივ, ამ შესაძლებლობებზე მოსახლეობაში ცნობიერების ამაღლების კუთხით, ხოლო მეორე მხრივ, მონაწილეობისას ტექნიკური მხარდაჭერის კუთხით. მოსახლეობამ ხშირად არ იცის:

- რომ არსებობს ასეთი შესაძლებლობები;
- როგორ გამოიყენოს ეს შესაძლებლობა;
- როგორ გამოიყენოს ციფრული ფორმები, რომელსაც ითხოვს კონკრეტული პროგრამა;
- როგორ მოახდინოს პრობლემის და იდეის იდენტიფიცირება;
- აქ მნიშვნელოვანია ორგანიზაციების ჩართულობა და მჭიდრო კავშირი თემთან არსებული რესურსის სწორად გამოყენებისთვის.

მუნიციპალური თანადაფინანსების პროგრამა

სხვადასხვა მუნიციპალიტეტს პერიოდულად აქვს ახალგაზრდული და სხვა პროექტების თანადაფინანსების პროგრამები. მაგალითად მოვიყვანოთ ბოლნისის მუნიციპალიტეტის ბიუჯეტის ქვეპროგრამას „ინიციატივების თანადაფინანსება“:

„ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსის“ საქართველოს ორგანული კანონის შესაბამისი პუნქტების თანახმად, რამდენიმე მუნიციპალიტეტმა პროექტების თანადაფინანსების წესი განსაზღვრა. მაგალითად, ბოლნისის მუნიციპალიტეტის ბიუჯეტის ქვეპროგრამის „ინიციატივების თანადაფინანსება“ განხორციელების ფარგლებში ადგილობრივი და საერთაშორისო დაფინანსების (გრანტების) მოზიდვის შემთხვევაში ბოლნისის მუნიციპალიტეტში რეგისტრირებულ სრულწლოვან მოქალაქეებს, საინიციატივო ჯგუფებსა და ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციების პროექტების ავტორებს შეუძლიათ პროექტის თანადაფინანსების მოთხოვნა პროექტის ბიუჯეტის, არაუმეტეს, 50%-ის ოდენობით.

ამ წესის შესაბამისად, ინიციატივების დაფინანსების მიზნით ბოლნისის მუნიციპალიტეტის მერი ქმნის პროექტების განმხილველ სამუშაო ჯგუფს. ქვეპროგრამის განმახორციელებელია ბოლნისის მუნიციპალიტეტის მერიის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამსახური.

თანადაფინანსების მოთხოვნით წარმოდგენილი პროექტი უნდა იყოს დონორის მიერ დაფინანსებული და მოიცავდეს ჩამოთვლილთაგან ერთ-ერთ მიმართულებას:

- ერთჯერადი ან მრავალჯერადი ღონისძიების ორგანიზება;
- არაფორმალური განათლება (ტრენინგი/სემინარი);
- საერთაშორისო და ადგილობრივი გაცვლითი პროგრამების ორგანიზება და მათში მონაწილეობა;
- მეწარმეობის მხარდაჭერა;
- ინოვაციური იდეის მხარდაჭერა;
- სოციალურ სფეროში განხორციელებული აქტივობა;
- ინტეგრაციის ხელშეწყობა;
- გენდერული საკითხები;
- გარემოს დაცვა.

2021 წელს სწორედ ამ პროგრამის ფარგლებში დაფინანსდა ბოლნისის რესურსების რუკის შექმნის პროექტი, რომელიც ადგილობრივმა ორგანიზაციამ „ახალგაზრდული ინიციატივა ცვლილებისათვის“ გერმანიის საგარეო საქმეთა სამინისტროს დაფინანსებითა და თბილისის თანამედროვე ხელოვნების ცენტრის მხარდაჭერით განახორციელა. აღნიშნული პროექტის ერთ-ერთი მიზანია ბოლნისის მუნიციპალიტეტის პოტენციური რესურსების შესახებ თემში არსებული ინფორმაციის მოძიება და ონლაინპლატფორმის შექმნა, რის შედეგადაც რეგიონით დაინტერესებულ ადამიანთა სხვადასხვა ჯგუფს შესაძლებლობა ექნება, მიზანმიმართულად აითვისოს ამა თუ იმ დარგში არსებული რესურსები.

სპეციალური გუნდის მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოიკვეთა მუნიციპალიტეტში არსებული მნიშვნელოვანი დარგები, ესენია: ბუნებრივი რესურსები, სოციალური მენარმეობა, შემოქმედებითი ინდუსტრია, კულტურული ძეგლები, ტურიზმი, საერთაშორისო პარტნიორები, საჯარო სივრცე, მუნიციპალური რესურსი, ფოლკლორი და ეთნოგრაფია.

სამოქალაქო მონაწილეობითი ბიუჯეტირება

მონაწილეობითი, იგივე სამოქალაქო ბიუჯეტირება არის ნებაყოფლობითი, უნივერსალური და უშუალო (პირდაპირი) დემოკრატიის პროცესი, რომლის საშუალებითაც ხალხი მართავს დიალოგს და იღებს გადაწყვეტილებას ბიუჯეტისა და სახელმწიფო პოლიტიკის შესახებ.⁵¹ მოქალაქეები არ შემოიფარგლებიან მხოლოდ აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ხელისუფლების წევრთა არჩევნებით, არამედ უშუალო მონაწილეობას იღებენ საბიუჯეტო პრიორიტეტების დადგენასა და სახელმწიფო ხელისუფლების კონტროლში.

მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესში სამიზნე ჯგუფები არიან კონკრეტული ტერიტორიის მცხოვრებნი. ისინი შეიძლება იყვნენ როგორც ამ დასახლებაში მცხოვრები სხვა მუნიციპალიტეტის ამომრჩევლები, ისე სხვადასხვა მოწყვლადი, ფორმალური თუ არაფორმალური ჯგუფის წარმომადგენლები, მათ შორის:

- დაბალი შემოსავლის მქონე და სოციალურად შეჭირვებული მოსახლეობა;
- შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები;
- ახალგაზრდები და ხანშიშესული მოსახლეობა;
- ეკომიგრანტები;
- იძულებით გადაადგილებული პირები;
- ადგილობრივი მენარმეები;
- სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლები;
- სხვა ქვეყნის მოქალაქეები;
- მოქალაქეთა ფორმალური თუ არაფორმალური გაერთიანებები;

⁵¹ მონაწილეობითი ბიუჯეტირების გზამკვლევი. თბილისი

⁵² მონაწილეობითი ბიუჯეტირების გზამკვლევი. თბილისი. 2020.

მონაწილეობითი ბიუჯეტირების მაგალითებს ვხვდებით გაბნეულად, მუნიციპალიტეტების ვებგვერდზე ან ცალკე პროექტების სახით. მაგალითად, ბათუმის მუნიციპალიტეტი უკვე 2019 წლიდან ახორციელებს პროექტს „შენი იდეა ბათუმს“, ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) დემოკრატიული მმართველობის ინიციატივის პროგრამის (GGI) მხარდაჭერით.

„შენი იდეა ბათუმს“

პროექტში მონაწილეობისთვის (იდეის რეგისტრაცია ან/და ხმის მიცემა) აუცილებელია, მოქალაქემ გაიაროს ერთჯერადი რეგისტრაცია, რისთვისაც საჭიროა პირადობის მოწმობა და მოქმედი მობილური ტელეფონის ნომერი. იდეის წარდგენა ხდება ვებგვერდზე www.idea.batumi.ge სპეციალური ფორმის მეშვეობით.

მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესის ფარგლებში საპროექტო განაცხადის წარდგენა შეუძლია საქართველოს სრულწლოვან მოქალაქეს. თითოეულ მოქალაქეს შეუძლია სამი იდეის დარეგისტრირება. იდეის წარდგენა ხორციელდება ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის მიერ წინასწარ დადგენილ ვადაში და განსაზღვრული ფორმატით.

იდეის რეგისტრაციის კრიტერიუმები

რეგისტრირებული იდეა უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ კრიტერიუმებს:

- ◆ იდეის ფარგლებში დაგეგმილი ღონისძიებები უნდა ხორციელდებოდეს ქ. ბათუმის ადმინისტრაციულ საზღვრებში;
- ◆ იდეით გათვალისწინებული ღონისძიებები უნდა ექცეოდეს მუნიციპალიტეტის უფლებამოსილების ფარგლებში;
- ◆ იდეის ბიუჯეტი არ უნდა აღემატებოდეს მონაწილეობითი ბიუჯეტირების ფარგლებში განსაზღვრულ პროექტის დაფინანსების მაქსიმალურ ოდენობას;
- ◆ იმ შემთხვევაში, თუ იდეის ფარგლებში დაგეგმილი ღონისძიებები მოიცავს ინფრასტრუქტურულ სამუშაოებს, ქონება უნდა იყოს მუნიციპალიტეტის საკუთრებაში;
- ◆ განაცხადის ფორმა სრულყოფილად უნდა იყოს შევსებული;
- ◆ იდეა უნდა ემსახურობდეს საზოგადოებრივი სიკეთის შექმნას;
- ◆ იდეა არ უნდა იყოს დაფინანსებული წინა წლებში ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის ბიუჯეტიდან, არ უნდა იყოს სხვა პროექტის ანალოგიური ვერსია, ასევე არ უნდა არღვევდეს საავტორო უფლებებს.

იდების ანალიზი

მოქალაქეების მიერ რეგისტრირებულ იდეებს ანალიზებს მონაწილეობითი ბიუჯეტის საბჭო, რომლის შემადგენლობაში შედიან საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, საკრებულო, სამოქალაქო მრჩეველთა საბჭო, დარგის სპეციალისტები და მოქალაქეები.

იდებს ანალიზებენ წინასწარ განსაზღვრულ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით. იდეა, რომელიც არ შეესაბამება განსაზღვრულ კრიტერიუმებს, ვერ გადადის ხმის მიცემის ეტაპზე და დეტალურად მიეთითება მიზეზი, თუ რატომ არ შეარჩიეს შემდეგ ეტაპზე მონაწილეობის მისაღებად. მხოლოდ კრიტერიუმებთან შესაბამისი იდეა გადადის ხმის მიცემის ეტაპზე.

იდების ანალიზის შედეგები თავსდება ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პლატფორმაზე idea.batumi.ge.

გამარჯვებული იდეების გამოვლენა

- ◆ გამარჯვებულ იდეებს ავლენენ მოქალაქეები, ვებგვერდზე www.idea.batumi.ge ხმის მიცემის გზით;
- ◆ ხმის მიცემის პროცედურაში მონაწილეობს ის იდეები, რომელიც აკმაყოფილებს განსაზღვრულ კრიტერიუმებს;
- ◆ ხმის მიცემის პროცედურა მიმდინარეობს ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის მიერ წინასწარ განსაზღვრულ ვადებში;
- ◆ ხმის მიცემის პროცედურაში მონაწილეობის უფლება აქვს ქ. ბათუმში რეგისტრირებულ ყველა მოქალაქეს, რომლის ასაკი აღემატება 18 წელს;
- ◆ ხმის მიცემის პროცესში მონაწილე მოქალაქეს უფლება აქვს, ხმა მისცეს მხოლოდ ერთხელ სამ რჩეულ იდეას;
- ◆ ხმის მისაცემად აუცილებელია პირველადი/ერთჯერადი რეგისტრაციის გავლა და ვებგვერდზე ავტორიზაცია, რისთვისაც გამოიყენება მოქალაქის პირადი ნომერი;
- ◆ ის პირები, რომელთაც არ აქვთ ელექტრონულად ხმის მიცემის შესაძლებლობა, მიმართავენ ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის მერიის ადმინისტრაციას, საჯარო ბიბლიოთეკას ან სერვისცენტრებს, სადაც მათ მიეცემათ საშუალება, მონაწილეობა მიიღონ ხმის მიცემის პროცედურაში;
- ◆ საპროექტო განაცხადების რეიტინგი ფორმირდება ხმის მიცემის პროცედურის შედეგად მიღებული ხმების რაოდენობის შესაბამისად;
- ◆ ხმის მიცემის პროცედურის საფუძველზე გამარჯვებულად ჩაითვლება პროექტი, რომელიც დააგროვებს ხმის მიცემაში მონაწილე მოქალაქეების, არანაკლებ, 20%-ის ხმას;
- ◆ მონაწილეობითი ბიუჯეტის საბჭო ადასტურებს ხმის მიცემის პროცედურის შედეგებს.

ბიუჯეტში ასახვა

პროექტები, რომლებიც ხმის მიცემის პროცედურის საფუძველზე დააგროვებენ საუკეთესო შედეგებს რიგითობის მიხედვით, პროექტისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის მოცულობის ფარგლებში ასახული იქნება ქალაქ ბათუმის მუნიციპალიტეტის მომდევნო წლის ბიუჯეტში და დაექვემდებარება დაფინანსებას.

სამოქალაქო ბიუჯეტირების კიდევ ერთი წარმატებული მაგალითია ბოლნისის კინოთეატრის აღდგენის პროექტი.

2022 წელს ბოლნისის მუნიციპალიტეტმა გამოაცხადა კონკურსი პროექტის შესარჩევად, რომლის დაფინანსების ბედსაც მოქალაქეები წყვეტდნენ ხმის მიცემით. კონკურსის „სამოქალაქო ბიუჯეტირება - დაგეგმე შენი ბიუჯეტი“ ფარგლებში გამარჯვებული პროექტები გამოვლინდა. კენჭისყრის შედეგად სულ შემოვიდა 3163 ხმა, აქედან 407 ხმა ქალაქ ბოლნისის საპროექტო წინადადებებმა, ხოლო 2756 ხმა სოფლებში განსახორციელებელმა იდეებმა მიიღო. ქალაქ ბოლნისში ხმების ყველაზე მეტი რაოდენობა ორმა იდეამ მიიღო:

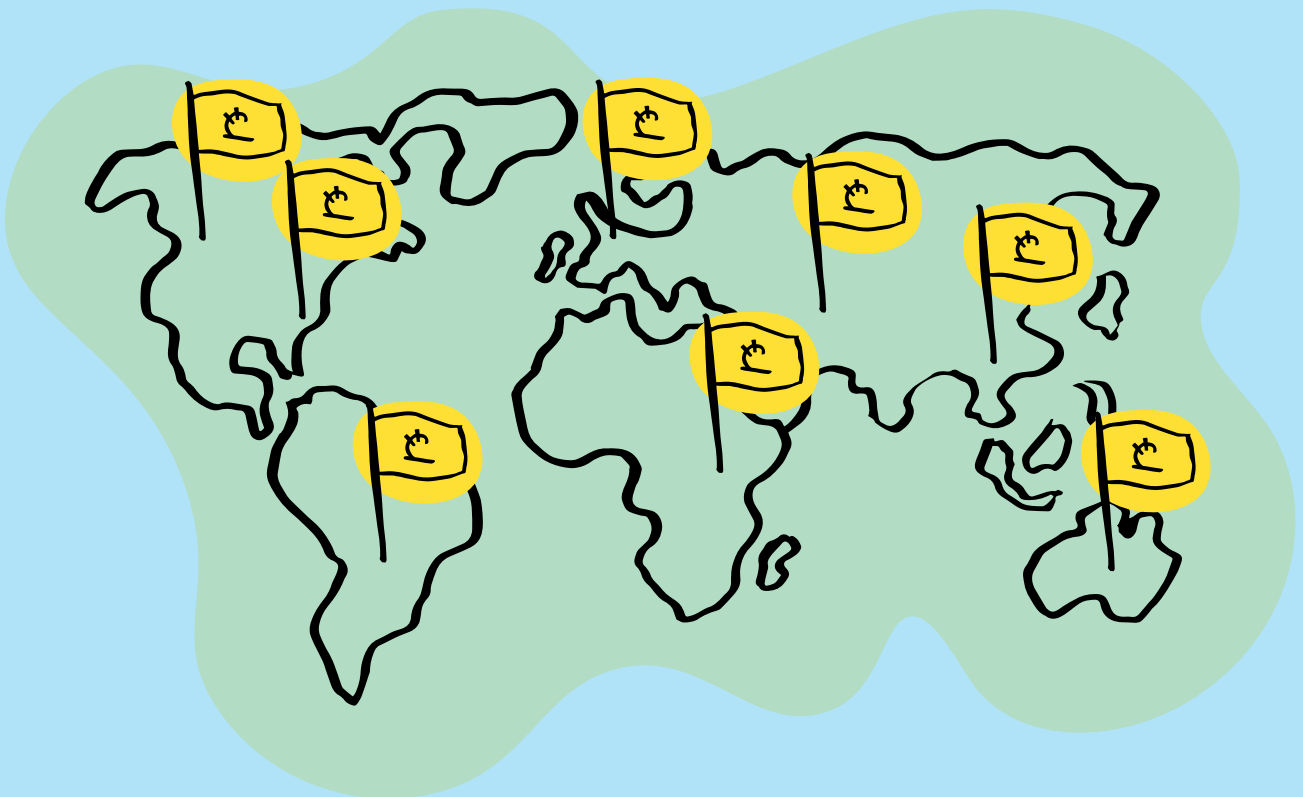
ქალაქ ბოლნისში კინოთეატრის კონსერვაცია-რესტავრირება - 229 ხმა;
ქალაქ ბოლნისში სკვერის მოწყობა ფეხბურთის მოედნით, ტრენაჟორებითა და სკეიტ პარკით - 96 ხმა.

სწორედ ამ პროექტის მეშვეობით უახლოეს მომავალში აღდგება ბოლნისის კინოთეატრის ისტორიული შენობა და კვლავ უმასპინძლებს კინოჩვენებებს.

აქაც ხაზი უნდა გაესვას, რომ მსგავსი პროგრამების შესახებ ინფორმაციის გავრცელებისა და შემდგომ ტექნიკური მხარდაჭერისათვის უმნიშვნელოვანესია სამოქალაქო და სათემო ორგანიზაციების აქტიური ჩართულობა. გარდა მოსამზადებელი პერიოდისა, მოსახლეობასა და საინიციატივო ჯგუფებს განხორციელების ეტაპზეც სჭირდებათ მხარდაჭერა. სწორედ ასეთი სინერგიული პროცესები ეხმარება ადგილობრივ ორგანიზაციებსა და თემს შორის წარმატებული და ხელშესახები თანამშრომლობის ჩამოყალიბებას გრძელვადიან პერსპექტივაში.⁵³

⁵³ დამატებითი ინფორმაციისთვის იხილეთ: სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის სამართლებრივი გარემოს შეფასება. თბილისი, 2022: <https://ewmi-activism.org/ka/assessment-of-the-legal-environment-for-cso-financial-sustainability-and-philanthropy-in-georgia/>

**საერთაშორისო
დაჯიანაენების
შესაძლებლობები -
ემოქობები და
პრანტები**



საერთაშორისო ფინანსურ მხარდაჭერაზე ჩვენ ბევრს არ ვისაუბრებთ, რადგან ეს არის დაფინანსება, რომელიც შესაფერისია უფრო დიდი არასამთავრობო არაკომერციული ორგანიზაციებისთვის. უცხოურ საგრანტო ფონდებს განსხვავებული მოთხოვნები აქვთ, მაგალითად, ისინი ითხოვენ პროექტების თანადაფინანსებას, განმცხადებლების მხრიდან მხარდაჭერილი ბიუჯეტის 10-30%-ის ოდენობით. პროექტების განმახორციელებელთა და ორგანიზაციის ფონდთან კომუნიკაციისთვის, ასევე ფინანსური მენეჯმენტის ან ბუღალტრული აღრიცხვისთვის აუცილებელია ენის კარგი ცოდნა. ისინი ხშირად ელიან მხარდაჭერილი აქტივობების შესახებ არა მხოლოდ შინაარსობრივი ანგარიშების მომზადებას, არამედ კვლევებს და ცვლილების თეორიას, რომლის საფუძველზეც შეიძლება ვივარაუდოთ შედეგები. საქართველოში ასეთი დონორები არიან მსოფლიო ბანკი, აზიის განვითარების ბანკი, USAID, ევროკავშირი და სხვა.

ყველა არასამთავრობო ორგანიზაციას ესაჭიროება სახსრები საზოგადოებრივი საქმიანობისთვის. საამისოდ, გრანტის მიღების მიზნით, მას შეუძლია საპროექტო განაცხადი წარუდგინოს დონორებს, საზოგადოებას ან კონკრეტულ პირებს.

ამ განყოფილებაში შეხვდებით ინფორმაციას იმ ფონდების შესახებ, საიდანაც არასამთავრობო ორგანიზაციებს შეუძლიათ მიიღონ ფინანსური მხარდაჭერა საზოგადოებრივი სარგებლობისა და საქმიანობისთვის.

საგრანტო ფონდები თანხებს გასცემენ მესამე პირზე, მათზე, ვინც ახორციელებს სერვისის მიწოდებას ან მათზე, ვისაც უშუალოდ სჭირდება მხარდაჭერა (შეჭირვებული პირები, სტიპენდიატები და ა.შ.). ფონდები, როგორც წესი, აცხადებენ საგრანტო პროგრამებს, რომლებიც კარგი პრაქტიკის შემთხვევაში ხასიათდება ღიაობით, გამჭვირვალობითა და ხელმისაწვდომობით. გარდა ამისა, ფონდებს შეუძლიათ პირდაპირ დაუჭირონ მხარი შერჩეულ სუბიექტებს.

დონორებისგან მიღებულ გრანტს, შესაძლოა, სხვადასხვა მიზანი ჰქონდეს:

- სოციალური დახმარების განწევა;
- კულტურული ფასეულობების შენარჩუნება;
- განათლების მხარდაჭერა;
- ადამიანის უფლებების დაცვა;
- გარემოს დაცვა;
- მეცნიერების განვითარება და ხელშეწყობა;
- მოხალისეობრივი საქმიანობის ორგანიზება და შუამავლობა.
- სხვა;

„გრანტების შესახებ“ საქართველოს კანონის თანახმად (მე-2 მუხლის პირველი პუნქტი), გრანტი არის გრანტის გამცემის (დონორის) მიერ გრანტის მიმღებისათვის უსასყიდლოდ გადაცემული მიზნობრივი სახსრები ფულადი ან ნატურალური ფორმით, რომლებიც გამოიყენება კონკრეტული ჰუმანური, საგანმანათლებლო, სამეცნიერო-კვლევითი, ჯანმრთელობის დაცვის, კულტურული, სპორტული, ეკოლოგიური, სასოფლო-სამეურნეო განვითარებისა და სოციალური პროექტების, აგრეთვე, სახელმწიფოებრივი ან საზოგადოებრივი მნიშვნელობის პროგრამების განხორციელებისათვის.

ფონდის საგრანტო აქტივობა დამოკიდებულია ფონდისთვის საკუთარი ან გარე წყაროებიდან მიღებული სახსრების მოცულობაზე.

როგორც წესი, საგრანტო ფონდს შემუშავებული აქვს პროგრამული სტრატეგია, დასახული აქვს გრძელვადიანი, საშუალო და მოკლევადიანი მიზნები. საგრანტო პროგრამა ეფუძნება ფონდის პროგრამულ სტრატეგიას, სხვადასხვა პროექტის ფინანსური მხარდაჭერით, ფონდის ფინანსური შესაძლებლობების შესაბამისად, ასრულებს დასახულ მიზანს და სურს, მიაღწიოს საზოგადოებაში სასურველ პოზიტიურ ცვლილებებს.

საგრანტო პროგრამა აცხადებს კონკურსს. ფონდი წარმოადგენს პროგრამის მთლიან ხედვას და მხარდაჭერის მიღების პირობებს. ამასთან, უფრო დეტალურად აღწერს, რა ტიპის აქტივობების მხარდაჭერა სურს და რა გავლენას უნდა მიაღწიოს ამ აქტივობებმა.

ქვემოთ მოცემულია იმ ძირითადი დონორების სია, რომლებიც აქტიურად მუშაობენ საქართველოში. ვეცადეთ, სია თემატურადაც გადაგვენაწილებინა. ჩვენი რეკომენდაციაა, მუდმივად მიადევნოთ თვალი მათ მიერ გამოქვეყნებულ ინფორმაციას, რადგან შესაძლოა დონორებმა ახალი პრიორიტეტებიც დაამატონ ხშირად. ზოგადად, ყველა მათგანი აქტიურად უჭერს მხარს სამოქალაქო ინიციატივებს, თუმცა თემატური გადანაწილება გვაჩვენებს, რომელია მათთვის პრიორიტეტული მიმართულებები.

სოციალური მენარმეობა/ კომერციული საქმიანობა	ტექნიკური მხარდაჭერა/ აღჭურვა/ კონსტრუქცია	სათემო/ სამოქალაქო ინიციატივების განვითარება	სათემო ფილანთროპიის განვითარება
<ul style="list-style-type: none"> ● ევროკავშირი ● CSR DG ● ევროპის ფონდი ● GITA ● ანარმოე საქართველოში ● USAID ● CTC - სოციალური ინიციატივების პროგრამა ● Impact Hub Tbilisi ● Bread for the world (bfw) ● გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ფედერალური სამინისტრო (BMZ) 	<ul style="list-style-type: none"> ● UNDP ● იაპონიის საელჩო ● Swiss Cooperation Office in Georgia ● US Embassy ● ADB (Asian Development Bank) ● FAO UN ● ADA (Austrian Development Agency) ● Mercy Corps Georgia 	<ul style="list-style-type: none"> ● USAID ● East-West Management Institute Inc. ● UN Women ● UNICEF ● DANIDA ● GIZ ● EED ● NED ● ჰაინრიხ ბიოლის ფონდი ● ფრიდრიხ ებერტის ფონდი ● კონრად ადენაუერის ფონდი ● SIDA ● Open Society Georgia Foundation ● Black Sea Trust for regional cooperation ● Solidarity Fund Georgia ● Norwegian Agency for Development Cooperation (NORAD) ● Global Fund for Women ● RFSU ● Urgent Action Fund ● FRIDA Fund ● CARE International Georgia ● VISEGRAD fund ● IREX 	<ul style="list-style-type: none"> ● ფონდი ტასო ● ქალთა ფონდი საქართველოში ● ორბელიანი საქართველო

საერთაშორისო დაფინანსებაზე ინფორმაციის მოსაძიებლად შეგიძლიათ გაეცნოთ:

<https://www.fundsforngos.org/>

<https://mladiinfo.eu/category/grants/>

გარდა ამისა, სამოქალაქო ორგანიზაციებს შესაძლებლობა აქვთ, ჰქონდეთ წვდომა ტექნოლოგიურ რესურსებზე უსასყიდლოდ. დეტალებს შეგიძლიათ გაეცნოთ: <https://georgia.techsoup.global/> ეს რესურსები დაგეხმარებათ, აწარმოოთ წარმატებული მარკეტინგული და ქრაუდფანდინგ კამპანიები.

უცხო ქვეყნის საელჩოები და წარმომადგენლობები

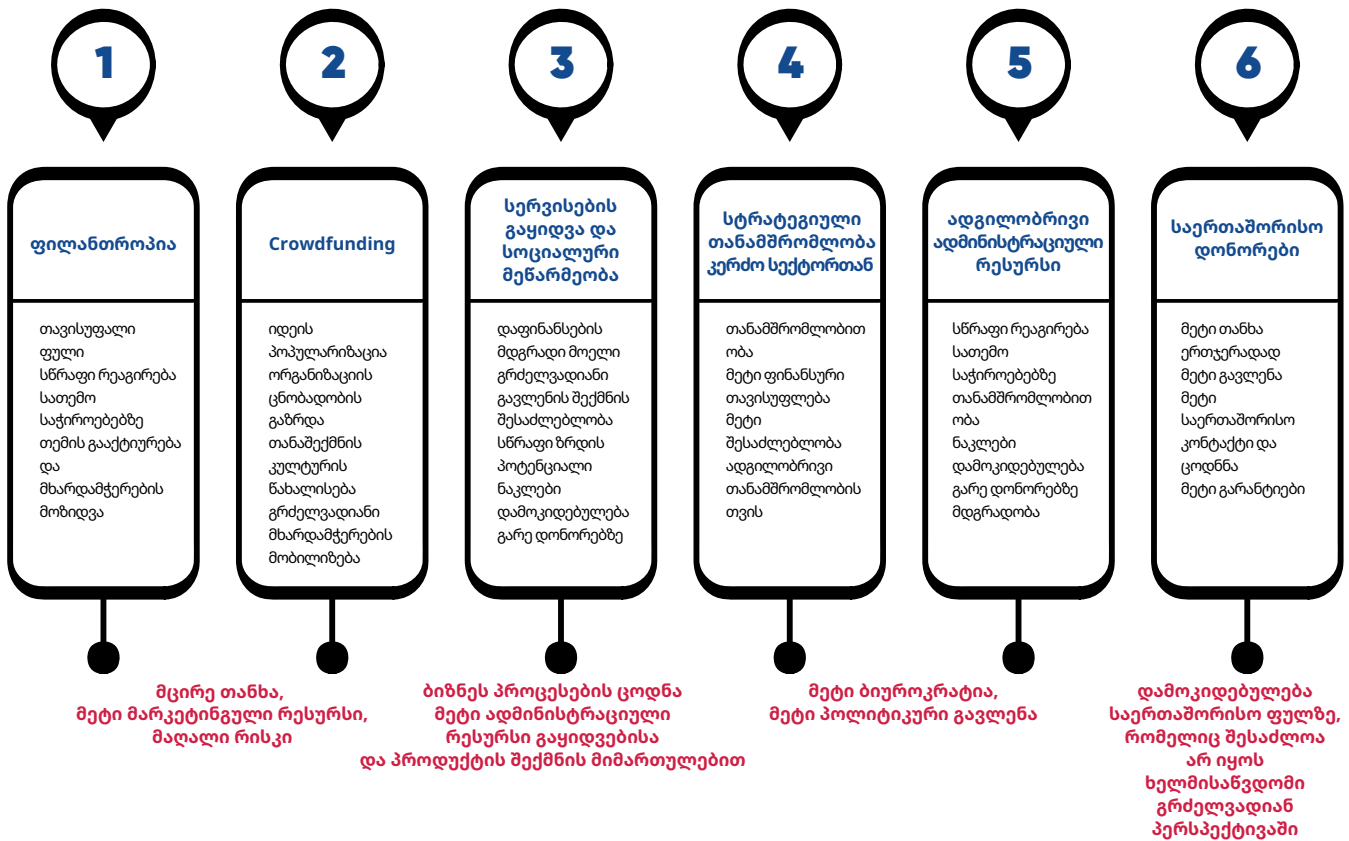
უცხო ქვეყნების მთავრობები ურთიერთობას ამყარებენ თავიანთი საელჩოების მეშვეობით. მათ აქვთ რამდენიმე ამოცანა მასპინძელ ქვეყანაში - ხელი შეუწყონ საკუთარი კულტურის წარმოჩენას, დააკვირდნენ განვითარებულ მოვლენებს, დაიცვან საზღვარგარეთ მცხოვრები მოქალაქეების უფლებები და ა.შ. ზოგიერთი სახელმწიფო საგარეო განვითარების პროგრამებს საზღვარგარეთ საელჩოების ან თანამშრომლობითი ორგანიზაციების მეშვეობით ახორციელებს. ზოგჯერ წარმომადგენლობითი ოფისები ფინანსურადაც უჭერენ მხარს არასამთავრობო ორგანიზაციებს მასპინძელ ქვეყანაში.

როგორც წესი, ასეთი შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის მიღება შესაძლებელია საელჩოების ვებგვერდზე. მაგალითად, საქართველოში იაპონიის, ამერიკის შეერთებული შტატების, შვედეთის, ესტონეთის, სლოვაკეთის, ჩეხეთის, გერმანიისა და სხვა სახელმწიფოების საელჩოები ხშირად უჭერენ მხარს სხვადასხვა არასამთავრობო ორგანიზაციის ინიციატივას.

დასკვნა

როგორც ვხედავთ, სამოქალაქო ორგანიზაციებს აქვთ საკმაოდ დიდი არჩევანი საკუთარი შემოსავლების დივერსიფიკაციისა და დეცენტრალიზაციისათვის. მრავალფეროვანი მხარდაჭერა სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების დამოუკიდებლობას, მდგრადობასა და თავისუფლებას განსაზღვრავს. კიდევ ერთხელ გავიხსენოთ განხილული ინსტრუმენტები, მათი დადებითი და უარყოფითი მხარეების შეჯამებით.

අනුමතය



თავის მხრივ, სხვადასხვა ინსტრუმენტის გამოყენება და მოქნილობა არასამთავრობო ორგანიზაციებს და საინიციატივო ჯგუფებს საშუალებას აძლევს, მიიღონ დამოუკიდებელი გადაწყვეტილებები და მოიტანონ პოზიტიური ცვლილებები თემში არსებულ გამოწვევებზე სწრაფი რეაგირების გზით.

მსგავსი ტიპის ფონდების მოძიება, ფილანთროპია, სახალხო დაფინანსება უფრო და უფრო პოპულარული ხდება გლობალურად. ამის მიზეზი დიდწილად არის კრიზისული სიტუაციები, რომლებსაც მსოფლიო ბოლო წლებში აწყდება - უკრაინის ომი, გლობალური პანდემია თუ სტიქიური უბედურებები. ასეთი ღონისძიებები შემოწირულებისა და სოლიდარობის მასშტაბს ზრდის. ამავდროულად, ადამიანები სულ უფრო მეტად ეჩვენებიან შემოწირულებას, განსაკუთრებით, ონლაინ გარემოში.

გახსოვდეთ, ფონდების მოძიება არის ცოცხალი პროცესი, ამიტომ არასდროს შეწყვიტოთ ამ მიმართულებით განვითარება, კითხვების დასმა და გახსოვდეთ, არასდროს შეგრცხვით, ითხოვოთ დახმარება სოციალური ცვლილებისათვის.

სივრცე

პრაქტიკული

სამუშაოსთვის

ცვლილების თეორია

სანამ ფონდების მოძიებას დაიწყებთ, განსაზღვრეთ თქვენი ორგანიზაციის სტრატეგიული მიმართულებები. ამაში დაგეხმარებათ ცვლილების თეორია:

ცვლილების თეორიის შექმნა ჰგავს იმ საგზაო მარშრუტს, რომელშიც თქვენი მიზნის მისაღწევად საჭირო ნაბიჯებია მოცემული. ის გეხმარებათ, განსაზღვროთ, მიჰყავხართ თუ არა თქვენს საქმიანობას იმ გავლენამდე, რომელსაც გონებაში წარმოიდგენთ, ასევე არის თუ არა სხვა გზა, რომელიც უნდა განიხილოთ. ცვლილების თეორია დაგეხმარებათ არა მხოლოდ თქვენი საქმიანობის ცხადად განსაზღვრასა და დიდი მიზნების დასახვაში, არამედ მოგცემთ იმის საშუალებას, რომ თქვენს გეგმაში ძირითადი ვარაუდების განხილვით პოტენციური რისკები დაინახოთ. ცვლილების თეორია მოიცავს იმ შეკითხვებს, რომელზე პასუხიც ნებისმიერი დონორის თუ შემომწირველისთვის იქნება მნიშვნელოვანი:


- რა პრობლემის გადაჭრას ვცდილობთ?
- ვინაა ჩვენი სამიზნე ჯგუფი?
- როგორ ხდება პირველი კომუნიკაცია სამიზნე ჯგუფებთან?
- რა ნაბიჯების გადადგმაა საჭირო იმისთვის, რომ მოხდეს ცვლილება?
- როგორია თქვენი გაზომვადი შედეგები?



**ხედვა,
მიზანი და
აქტივობები**



რესურსები



**ხილვადი
შედეგები**



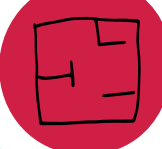
**სამიზნე
ჯგუფი**



**პირველადი
შედეგები/
აბსტრაქტული
შედეგები**



გაპიჯი



პრობლემა



**საჭიროებების
კვლევა**



ამბის თხრობა (STORYTELLING CANVAS)

ამბის თხრობა (Storytelling) არის ერთ-ერთი ინსტრუმენტი, რომელიც დაგეხმარებათ მხარდამჭერების მოზიდვასა და მათ დარწმუნებაში, რომ თქვენს პროექტებში ინვესტირება სწორი გადაწყვეტილებაა. ამბის თხრობისთვის რამდენიმე მნიშვნელოვანი რჩევა გვაქვს:

- იცნობდეთ თქვენს აუდიტორიას. გაითვალისწინეთ იმ ადამიანების პიროვნული თვისებები, რომლებსაც უყვებით ამბავს. მაქსიმალურად ეცადეთ, ამბავს მოჰყვებთ იმგვარად, რომ ისინი ემპათიითა და სიმპათიით განეწყონ თქვენ მიმართ;
- გადმოეცით ისტორია და დაიპყარით აუდიტორია ემოციურად. ყველას უყვარს ისტორიის მოსმენა, მათ შორის ინვესტორებსაც;
- პირველი შთაბეჭდილება არის ძალიან მნიშვნელოვანი. „გამხსნელი“ წინადადება წყვეტს იმას, გააგრძელებენ თუ არა თქვენი ამბის მოსმენას ან ნაკითხვას;
- შექმენით ამბის თხრობის ლოგიკური, ქრონოლოგიური ხაზი;
- ისაუბრეთ იმ ადამიანებზე, რომლებიც დგანან ამ იდეის უკან. მოახდინეთ იდეის ჰუმანიზაცია;
- ციფრები და ზომის ერთეულები მეტყველებენ: ციფრები და ზომის სხვა ერთეულები ბევრად უფრო ეფექტური და ხმამაღალი განაცხადია, ვიდრე სიტყვები. ინფორმაციის სიზუსტე ძალიან მნიშვნელოვანია;
- მსმენელი თუ მკითხველი ყურადღებას ჯერ თვალსაჩინოებას მიაპყრობს, შემდეგ - სიტყვებს: შექმენით საინტერესო ვიდეო, კარგი ფოტომასალა, რომელიც ამბის უფრო ცხადად აღქმაში დაეხმარება მათ.

რამდენიმე მნიშვნელოვანი პუნქტი კარგი პრეზენტაციის მოსამზადებლად:

- ლოგო;
- გახსნის განაცხადი;
- სამიზნე ჯგუფი;
- პრობლემის განაცხადი;
- გადაწყვეტის გზა;
- ბიზნესმოდელი (სოციალური სანარმოს შემთხვევაში);
- კონკურენტების ან სხვა მსგავსი პროექტების ანალიზი;
- პროგრესი - რა გაქვთ უკვე ;
- ციფრები - სტატისტიკა;
- რას ითხოვთ, რა რესურსი გჭირდებათ?
- გუნდი;
- დახურვის განაცხადი.

<p>თავა რაზეა თქვენი ამბავი?</p>	<p>შიჯანი რისი მიღწევა გასურთ?</p>	<p>აუდიტორია რა არის თქვენი აუდიტორიის საჭიროებები?</p>
---	---	--

<p>თქვენს მოსმენამდე, რას ფიქრობს, გრძნობს, იცის აუდიტორიამ თქვენი ამბის შესახებ?</p>	<p>მომზადეთ სცენა: რა უნდა წარადგინოთ? რა უნდა აჩვენოთ ან ახსნათ?</p>	<p>რა არის თქვენი განაცხადი?</p>	<p>დასკვნა: რისკენ მოუწოდებთ აუდიტორიას?</p>	<p>რას იგრძნობს, იფიქრებს და ეცოდინება აუდიტორიას ამბის მოყოლის შემდეგ?</p>
---	---	----------------------------------	--	---

ღაგაბათი კითხვები მოკლე პრეზენტაციისთვის (PITCH)

- დაიწყეთ თქვენით - რა არის თქვენი მისია და როგორია თქვენი ხედვა?
- რა პრობლემის მოგვარებას ცდილობთ და ვის აწუხებს ეს პრობლემა ყველაზე მეტად?
- როგორი იქნება გავლენა? რამდენი ადამიანისთვის მოხდება ცვლილება?
- რატომ არის თქვენი იდეა უნიკალური?
- როგორია თქვენი გეგმა?
- ვინ არის თქვენს გუნდში? რატომ ფიქრობთ, რომ გაქვთ საკმარისი კვალიფიკაცია?

სოციალური ბიზნესმოდელი

სოციალური ბიზნესმოდელი სტანდარტული ბიზნესმოდელისგან სწორედ ღირებულების შეთავაზებით განსხვავდება. შეთავაზებული ღირებულება აქ მნიშვნელოვანია როგორც მომხმარებელთა სეგმენტისთვის, ასევე პირდაპირი ბენეფიციარებისთვის, რომლებიც შესაძლოა, მომხმარებლისგან განსხვავდებოდნენ. მაგალითად, თუ სოციალური საწარმოს მიზანია ახალგაზრდების დასაქმება, მათი სეგმენტი, ამ შემთხვევაში, ახალგაზრდები არიან, ხოლო მომხმარებელია ის ადამიანი, რომელიც ამ დასაქმებულების მიერ შექმნილ პროდუქტს ან სერვისს ყიდულობს. შესაბამისად, ის ყველაფერი, რაც იწერება სეგმენტისთვის, სოციალური საწარმოს შემთხვევაში ორმაგ შრომას მოითხოვს და ორივე ჯგუფისთვის ცალ-ცალკე უნდა განისაზღვროს შეთავაზებული ღირებულება.

სოციალური ბიზნესმოდელის კანვასი კი ასე გამოიყურება:

განხორციელება		სოციალური შეთავაზებული ღირებულება	სამომხმარებლო ბაზარი	
პარტნიორები ვინ გეხმარებათ განხორციელებაში?	აქტივობები რას ვაკეთებთ და რა რესურსს ვიყენებთ, რათა პროდუქტი მივიღოთ მომხმარებელამდე?	რა ცვლილებას ვეძინით?	მომხმარებელთა სეგმენტი	გაქრო-აქონოიქური ბაზარი
პარტნიორები ვინ გეხმარებათ განხორციელებაში?		სოციალური გავლენის შეფასების რა კრიტერიუმებს ვიყენებთ?	კონკურენციები	

ფინანსები		
ხარჯები	სად ხდება რეინვესტირება?	შემოსავლები

ხარჯების ანალიზის კითხვარი

- რა ტიპის ხარჯები გვაქვს? (პირდაპირი, არაპირდაპირი)
- საიდან გამომდინარეობს? როგორია ჩვენი ცვლილების თეორია?
- რა გვჭირდება? (რესურსი: ადამიანური, ფინანსური, ინტელექტუალური, ფიზიკური)
- რისი შეთავაზება შეგვიძლია სანაცვლოდ?
- რისი მიღება შეგვიძლია ფულის გარეშე?
- რაზე შეგვიძლია დავზოგოთ თანხა?

სახალხო ლაუნჩინგის მოქმედი - ქრედიტინგ კანვასი

ქრედიტინგ კამპანიის მომზადების პროცესში, დაიწყეთ ფიქრი ქრედიტინგ კანვას მოდელზე და უპასუხეთ აქ მოყვანილ კითხვებს:

<p>ხალხი</p> <p>ვინ არიან ის ადამიანები, ვინც მხარს გიჭერთ? ჩამოწერეთ პირველი 50 ადამიანი, ვინც თანხას ჩარიცხავს (მეგობრები, ოჯახი...)</p>	<p>რამდენი გჭირდებათ? რაში გჭირდებათ თანხა? ჩამოწერეთ დეტალურად.</p>	<p>რას სთავაზობთ სანაცვლოდ კამპანიაში მონაწილეობისთვის? საჩუქარი, მოხსენიება საჯაროდ...</p>	<p>რატომ გადაწყვიტეთ მიმართოთ ქრედიტინგს? (სახალხო დაფინანსებას)</p>	<p>განერეთ თქვენი კომუნიკაციის გეგმა, როგორ გავრცელებთ ინფორმაციას? რა არხებს გამოიყენებთ?</p>
<p>უნარები</p> <p>რა ცოდნა და უნარები დაგეხმარებათ ამ კამპანიის წარმოებისთვის?</p>	<p>რას აკეთებთ?</p> <p>1 წინადადებაში აღწერეთ მიზიდვლად თქვენი მთავარი მიზანი/საქმიანობა/ღირებულება?</p>	<p>ვიდეო და ფოტო მასალა</p> <p>რა ვიზუალური მასალა გაქვთ უკვე და რისი შექმნა გჭირდებათ?</p>	<p>ვინ არის თქვენს გუნდში? აჩვენეთ ფოტოები და საინტერესო ინფორმაცია თქვენი თანაგუნდელების შესახებ.</p>	

მარჩივი კამპანიის დაწყებამდე

მარჩივი კამპანიის წარმოების და შედეგ

6 weeks out	5 weeks out	4 weeks out	3 weeks out	2 weeks out	1 weeks out	3 days out	1 day out	Launch		Halfway		Last day	Post

იმისთვის, რომ წარმატებული კამპანია გქონდეთ, მნიშვნელოვანია რამდენიმე საკითხი:

სანამ კამპანიას დაიწყებთ, საკუთარ თავს დაუსვით კითხვა:

- რატომ ახლა?
- რატომ ეს მიზანი?
- რას ნიშნავს ეს თქვენი ორგანიზაციისთვის სამომავლოდ?
- როგორ აგვარებს ეს თქვენ მიერ წამოჭრილ პრობლემას?
- წინასწარ შეამზადეთ მხარდამჭერები, როდესაც კამპანია დაიწყება, მით უფრო ონლაინ. სასურველია, თავიდანვე ჩანდეს, რომ თქვენს იდეას ჰყავს მხარდამჭერები. ამისთვის მათი ინფორმირება უნდა მოხდეს წინასწარ;
- დარწმუნდით, რომ კარგად გადმოსცემთ ამბავს, რომ ის ყველასთვის გასაგებია და, რაც მთავარია, ემოციური;
- მოამზადეთ კარგი ვიდეო და ფოტო მასალა;
- გადმოეცით ამბავი დეტალურად და სპეციფიკურად - ციფრებით, დროის განრიგით; ახსენით, რატომ გჭირდებათ დახმარება;
- მოიფიქრეთ სამოტივაციო საჩუქრები თქვენი მხარდამჭერებისთვის. ეს შეიძლება იყოს სამადლობელი სერტიფიკატი ან პოსტი სოციალურ ქსელში;
- ინფორმაცია გაავრცელეთ ყველა შესაძლო არხის დახმარებით, შექმენით თანხის შეგროვების ალტერნატივები მათთვის, ვისაც უჭირს ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება;
- მუდმივ კავშირში იყავით აუდიტორიასთან, გაუზიარეთ მათ პროგრესი;
- კამპანიის დასრულების შემდეგ მოჰყევით იმ შედეგების შესახებ, რასაც მიაღწევთ, პერიოდულად მიაწოდეთ ანგარიში თქვენს მხარდამჭერებს, გაუზიარეთ თქვენი წარმატების ამბავი და მონაცემები - რისთვის დაიხარჯა თანხა, რამდენმა ადამიანმა ისარგებლა, რა ცვლილება მოხდა?
- და ბოლოს: მოემზადეთ შემდეგი წარმატებული კამპანიისთვის!

იმისთვის, რომ თქვენი კომპანიის სინამდვილესა და გამჭვირვალობაში ეჭვი არავის შეეპაროს, მნიშვნელოვანია, გაითვალისწინოთ რამდენიმე საკითხი:

- გაეცანით აუდიტორიას, წარადგინეთ საკუთარი თავი, გააცანით განმარტებული გუნდი;
- კომპანიის მსვლელობისას გააზიარეთ სიახლეები, შეინარჩუნეთ კავშირი;
- კომპანიის დასრულების შემდგომაც არ შეწყვიტოთ სიახლეების გაზიარება;
- გააცანით აუდიტორიას დონორები და ის ადამიანები, რომელთა ცხოვრებაც შეიცვალა;
- შეძლებისდაგვარად გააზიარეთ ფინანსური ანგარიშები - რისთვის უნდა დახარჯულიყო ფული გეგმით და რისთვის დაიხარჯა რეალურად:
 - რამდენმა ადამიანმა ჩაირიცხა?
 - რა თანხა ჩაირიცხა სხვადასხვა არხის გავლით?
 - რამდენი პროცენტი წაიღო ბანკმა ან პლატფორმამ?
 - რა თანხა დაიხარჯა ადმინისტრაციულ ხარჯებში? (თუ იყო ასეთი)
 - რა თანხა დაიხარჯა მიზნის მისაღწევად?
 - რა შედეგი ჰქონდა კომპანიის დაფინანსებით განხორციელებულ პროექტს/ინიციატივას?

USAID-ის სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობის პროგრამა

USAID-ის სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობის პროგრამა არის ხუთწლიანი ინიციატივა, რომელსაც აფინანსებს აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო (USAID) და ახორციელებს აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი (EWMI). პროგრამის ბიუჯეტი 17 მილიონი აშშ დოლარია.

პროგრამის მიზანია, გააძლიეროს საქართველოს სამოქალაქო საზოგადოება: დაეხმაროს როგორც გამოცდილ, ისე ახალ სამოქალაქო ორგანიზაციებსა და საინიციატივო ჯგუფებს შესაძლებლობების განვითარებაში და ნდობის გაზრდაში, რათა მათ ეფექტიანად წარმოადგინონ მოქალაქეთა ინტერესები.

პროგრამის ერთ-ერთი მიმართულების -- არასამთავრობო სექტორის რესურსების დივერსიფიკაციის კომპონენტის თანადამფინანსებელია სლოვაკეთის საერთაშორისო განვითარების თანამშრომლობის სააგენტო.

ამ მიმართულების ფარგლებში პროგრამა ახორციელებს შემდეგ აქტივობებს: სამოქალაქო ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის საკანონმდებლო გარემოს შეფასება და გაუმჯობესება, ადგილობრივი რესურსების მობილიზების ახალი მექანიზმების დანერგვა, და სამოქალაქო და კერძო სექტორებს შორის პარტნიორობის ხელშეწყობა.

ბიბლიოგრაფია

სახელმძღვანელო ეფუძნება სლოვაკურ ვერსიას:

Thullnerová Zuzana. Možnosti získavania zdrojov pre mimovládne neziskové organizácie. Abeceda financií pre mimovládne organizácie Center for Philanthropy no. 2022 / ტულნეროვა ზუზანა. ფინანსური რესურსების მოძიების შესაძლებლობები არასამთავრობო და არაკომერციული ორგანიზაციებისათვის. ფილანთროპიის ცენტრი. სლოვაკეთი. 2022.

გამოყენებული კვლევები და რესურსები

- ბორჟალი ნატალია, პანოვი ლუბენ, ჰართაი ესთერ, მხეიძე ირაკლი. სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ფინანსური მდგრადობისა და კორპორაციული და ინდივიდუალური ფილანთროპიის სამართლებრივი გარემოს შეფასება. თბილისი. 2022.
- ბურდული თათა. ონლაინ გაცემისა და შემოწირულებაზე დაფუძნებული ქრაუდფანდინგის ეკოსისტემა საქართველოში. თბილისი. 2022.
- დათუაშვილი ეკა, ჩიტიშვილი გიგა, კანდელაკი ქრისტინე, კუსიანი სალომე, ჩიქოვანი ალექსი, მურდულია შოთა, რაიბული ალექსანდრე, ხუციშვილი სალომე. სოციალური მენარმეობის სახელმძღვანელო. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი თბილისი. 2019.
- მელაშვილი ირაკლი, ყიფიანი დავით, აფხაბავა ნათია, პოპიაშვილი მაგდა, ბორნი ლუკას. მონაწილეობითი ბიუჯეტირების გზამკვლევი. თბილისი. 2020.
- ჩხეიძე ელენე. ქრაუდფანდინგის ღონისძიების გზამკვლევი. Live Crowdfunding Event. 2021.
- სათემო ფონდი. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი (CSRDG) ბროშურა.

- Wilson John. Volunteering. Annual Review of Sociology. Volume 26, pp.215-240. North Carolina. 2000.

კანონმდებლობა:

1. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი
2. საქართველოს საგადასახადო კოდექსი
3. ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსი
4. „გრანტების შესახებ“ საქართველოს კანონი
5. „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონი
6. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი
7. „მენარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონი
8. „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონი
9. „სახელმწიფო ქონების შესახებ“ საქართველოს კანონი
10. „მოხალისეობის შესახებ“ საქართველოს კანონი
11. „საჯარო და კერძო თანამშრომლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი

სასარგებლო ბმულები:

<https://matsne.gov.ge/>
www.Grants.gov.ge
<https://www.enterprisegeorgia.gov.ge/en/home>
<https://seageorgia.ge/>
<https://supergmiri.ge/home>
<https://charte.ge/ge/donate>
<https://payze.io/ka>
<https://www.tree.ge/>
<https://www.quarrylifeaward.ge/>
<https://probonogeorgia.ge/>
www.momxmarebeli.ge
www.sadagi.ge
<https://www.csrdg.ge/>
<https://crystalfund.ge/category/yes-georgia-en/>
www.orbelianimeti.ge
<https://www.rdyemercycorps.ge/index.php/ka/>
<https://actio.ge/>
<https://eu4business.ge>