



International Journal of Social Sciences

Caucasus International University
Volume 4, Issue 2

Journal homepage: <http://journal.ciu.edu.ge/>

DOI: <https://doi.org/10.55367/HAET4006>



Social Responsibility of Business (In Case of Foreign and Georgian Experience)

Mzevinar Nozadze¹

Phd in Economics, Associate Professor
Georgian Technical University

Tamar Beridze²

Phd in Technical Sciences, Professor
Georgian Technical University

Medea Chelidze³

Phd in Economics, Professor
Georgian Technical University

ABSTRACT

At the present stage of the development of socio-economic relations, the world community faces acute social problems, the solution of which is the responsibility of not only the state but also international organizations and business entities that carry out positive actions for the benefit of society. Today, the concept of corporate social responsibility is popular in the activities of business entities in both developed and developing countries and includes social, economic and environmental aspects of their activities, namely resource economy, human resource management policy, environmental protection, consideration of the needs of the local population, responsible supply chain management and others. Since the end of the 20th century, the concept of "corporate social responsibility" of business entities has become an important component of their successful activities, their image and recognition.

Keywords: *social responsibility, Responsibility of business entitie, Environmental responsibility.*

¹ mzia_nozadze@yahoo.com

² t.beridze@gtu.ge

³ m.chelidze@gtu.ge

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა (უცხოეთის და საქართველოს გამოცდილება)

მზევინარ ნოზაძე
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

თამარ ბერიძე
ტექნიკის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი,
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

მედეა ჭელიძე
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ა ბ ს ტ რ ა ქ ტ ი

სოციალურ-ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, მსოფლიო საზოგადოების წინაშე მწვავე სოციალური პრობლემები დგას, რომელთა მოგვარებაც წარმოადგენს არა მხოლოდ სახელმწიფოს, არამედ საერთაშორისო ორგანიზაციების და ბიზნეს-სუბიექტების პასუხისმგებლობას, განახორციელონ პოზიტიური ქმედებები საზოგადოების სასარგებლოდ.

დღეისათვის ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია პოპულარულია როგორც განვითარებული, ასევე განვითარებადი ქვეყნების ბიზნეს-სუბიექტების საქმიანობაში და მოიცავს მათი საქმიანობის სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით ასპექტებს, კერძოდ რესურსების ეკონომიას, ადამიანური რესურსების მართვის პოლიტიკას, გარემოს დაცვას, ადგილობრივი მოსახლეობის საჭიროებების გათვალისწინებას, მიწოდების ჯაჭვის პასუხისმგებლიან მართვას და სხვა.

მეოცე საუკუნის ბოლოდან ბიზნეს-სუბიექტების მიერ „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის“ კონცეფცია გახდა მათი წარმატებული საქმიანობის, მათი იმიჯის და ცნობადობის მნიშვნელოვანი კომპონენტი.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციის არსის და როლის განსაზღვრა უცხოური და საქართველოში მოქმედი ბიზნეს-სუბიექტების საქმიანობასთან მიმართებაში.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ბიზნეს-სუბიექტების პასუხისმგებლობა, გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობა.

1. შესავალი

ბიზნეს გარემოსა და საქმიან ურთიერთობებში ხშირად გამოიყენება ცნება „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა“, აკადემიური წრეები, საზოგადოებრივი ორგანიზაციები და სოციუმის წევრები კი იყენებენ „ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობას“. ორივე ცნება არის ინგლისურიდან თარგმანი (**Corporate Social Responsibility - CSR**). სტატიის ავტორები ვემხრობით თანამედროვე ეკონომიკურ ლიტერატურაში არსებული განსაზღვრებების შესაბამის შემდეგ ინტერპრეტაციას: ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის კონცეფცია, რომლის შესაბამისად ბიზნეს-სუბიექტები შესაბამისი კანონმდებლობის ფარგლებში, ხარისხიანი პროდუქციის/მომსახურების წარმოების პარალელურად ნებაყოფლობით იღებენ გარკვეულ პასუხისმგებლობას საზოგადოების წინაშე მათი სოციალური საჭიროებების დაკმაყოფილების მიზნით.

თანამედროვე ბიზნესი არ მოიცავს მხოლოდ გაყიდვების მასშტაბებს და ფინანსურ და ინფორმაციულ ნაკადებს, კომპანიის მუშაობის ხარისხის შესაფასებლად დღევანდელ ეტაპზე სულ უფრო ხშირად გამოიყენება ისეთი ინდიკატორი, როგორცაა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა. იგი ახასიათებს ბიზნეს-სუბიექტის მონაწილეობას სოციალურ, გარემოსდაცვით და ეკონომიკურ საკითხებში, რომლებიც არ არის დაკავშირებული მის ძირითად საქმიანობასთან. მონაწილეობის ხარისხი დიდწილად დამოკიდებულია თავად კომპანიის სიდიდეზე, მის პრიორიტეტებზე (მისია და ამოცანები) და კომპანიის სოციალურ ისტორიაზე.

სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის დანერგვა კომპანიის საქმიანობაში რთული პროცესია. ეს გამოწვეულია იმით, რომ ამ პასუხისმგებლობის კონცეფცია მოიცავს ბევრ ასპექტს, განშტოებას და ყველა მათგანი უნდა განხორციელდეს რეალური ქმედებებით.

რაც შეეხება ეკონომიკურ სარგებელს, უნდა ითქვას, რომ კონკრეტული კომპანია, რომელიც გადაწყვეტს თავის საქმიანობაში სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის შემოღებას და აქვს საკმარისი კაპიტალი ამ მიმართულების განსახორციელებლად, ზრდის მის ცნობადობას საზოგადოებაში. ამავდროულად, კომპანიები, რომლებსაც არ გააჩნიათ მნიშვნელოვანი კაპიტალი და აქტივები, სოციალურ პროგრამებსა და აქტივობებში საერთოდ არ არიან ჩართულები ან არიან ჩართულები მცირე ზომით, რადგან აღნიშნულ პროგრამებში მონაწილეობა მათ საბოლოო ფინანსურ შედეგებზე იმოქმედებს უარყოფითად. აქედან შეგვიძლია დავასკვნათ: სოციალური პროგრამები უმეტესად მსხვილი ბიზნესისთვისაა მომგებიანი, რადგან იგი ზიანს არ აყენებს მსხვილი კომპანიების საქმიანობის შედეგებს და პირიქით, ზრდის მათ ცნობადობას და პოზიციას დარგში.

კვლევის მიზანია ბიზნეს-სუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების გავლენის ანალიზი და განხორციელების შესაძლო სარგებელი ბიზნეს-სუბიექტთან დაკავშირებულ პირებსა და საზოგადოების წინაშე.

ნაშრომის სამეცნიერო სიახლე მდგომარეობს იმაში, რომ დასაბუთებულია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პოზიტიური წვლილი საზოგადოებისა და გარემოსთვის. ბიზნესს უნდა გააჩნდეს გამჭვირვალე და ამბიციური სოციალური პასუხისმგებლობა კომპანიის მდგრადი მიზნების შესაბამისად.

2. მასალები და მეთოდები

კვლევის პროცესში ვითვალისწინებთ ქართველი და უცხოელი მეცნიერების, ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალებში გამოქვეყნებულ მასალებს, საერთაშორისო რეიტინგული ორგანიზაციების კვლევის შედეგებს და სტატისტიკურ მონაცემებს. კვლევა ეფუძნება მეორადი ანალიტიკური მასალების დამუშავებას ღია წყაროებზე დაყრდნობით. კვლევის მეთოდად გამოყენებულია ანალიზის და სინთეზის, დედუქციის და ინდუქციის მეთოდი.

3. შედეგების განხილვა

საინტერესოა საიდან მომდინარეობს ცნება - ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა. ადრეულ ჩანაწერებში მას უფრო ხშირად მოიხსენიებდნენ, როგორც სოციალურ პასუხისმგებლობას (Social Responsibility).

პირველი ყოვლისმომცველი განხილვა ბიზნესის ეთიკისა და სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ 1953 წელს განხორციელდა ჰოვარდ რ. ბოუენის (Howard R. Bowen) მიერ ნაშრომში „ბიზნესმენის სოციალური პასუხისმგებლობა“. მან შექმნა საფუძველი, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციის შესახებ. მასში საუბარია ამერიკის შეერთებულ შტატებში ბიზნეს ოპერაციების მიმდინარე ეთიკურ საკითხების შესაბამისობაზე სოციალური პასუხისმგებლობასთან. ბევრი ექსპერტი მიიჩნევს, რომ ეს არის მთავარი ნაშრომი კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ. ამის შემდეგ კიდევ უფრო მრავალფეროვანი გახდა ტერმინები, მიდგომები და კონცეფციები აღნიშნულ საკითხთან მიმართებაში. მათ შორისაა; Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities?; Preston, L. E. & Post, J. E. (1975). Private management and public policy: The principle of public responsibility; Carroll, A. B. (Ed.). (1977). Managing corporate social responsibility; Drucker, P. F. (1984). The new meaning of corporate social responsibility.

ცნობილია, რომ თავდაპირველად ბიზნესი ეწეოდა საქველმოქმედო (ფილანტროპიულ) საქმიანობას, რომელიც მიზნად ისახავდა მუშათა მდგომარეობის გაუმჯობესებას და მათთვის ხელსაყრელი სოციალური გარემოს შექმნას. ამ ეტაპზე სოციალურ პოლიტიკასთან დაკავშირებული საკითხების გადაწყვეტა და დარეგულირება ძირითადად ხორციელდებოდა ერთპიროვნულად, საწარმოს ხელმძღვანელის სურვილით.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მნიშვნელოვნად განვითარდა მისი ადრეული კონცეფციიდან ამჟამინდელ, გლობალურ კონცეფციამდე. მისი განვითარების ეტაპად შეიძლება მივიჩნიოთ მე-20 საუკუნის დასაწყისი. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, აღნიშნული კონცეფციის განვითარებას ხელი შეუწყო მე-20 საუკუნის შუა ხანებში ჰოვარდ რ. ბოუენის ნაშრომის „ბიზნესმენის სოციალური პასუხისმგებლობა“ - გამოცემამ. ნაშრომში ჰოვარდ რ. ბოუენი ამტკიცებდა, რომ კომპანიების ლიდერებს აკისრიათ ვალდებულებები, რომლებიც აღემატება მათ ფინანსურ ინტერესებს. ამ კონცეფციამ მეტი გავრცელება და პოპულარობა ჰპოვა მას შემდეგ, როდესაც ინდუსტრიულმა მაგნატებმა, როგორცაა ენდრიუ კარნეგი და ჯონ დ. როკფელერი, გამოთქვეს სურვილი და მოუწოდეს მეწარმეებს მორალური და სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ, და რომ მათ მიერ მიღებული სიმდიდრე არა მხოლოდ მათი, არამედ საზოგადოების კუთვნილებაც უნდა ყოფილიყო.

1970-იანი წლებისთვის შეიცვალა მიდგომა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხებთან მიმართებაში და იგი აღარ შემოიფარგლებოდა მხოლოდ სპონსორობით და ქველმოქმედებით. სახელმწიფოსა და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებმა გამოავლინეს მზარდი ინტერესი სოციალური პროგრამების მიმართ, რაც ასევე გულისხმობდა სოციალური პროგრამების განხორციელებაზე კონტროლს.

სოციალურ-ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, ბევრ სახელმწიფოს, მათ შორის ევროკავშირის ქვეყნებს აქვთ მნიშვნელოვანი როლი ბიზნეს-სუბიექტების მიერ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობით წარმართვასა და მხარდაჭერაში. ევროკავშირმა და ევროკომისიამ შეიმუშვეს მთელი რიგი დოკუმენტები აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით. კერძოდ, ევროკომისიის ოფიციალურ დოკუმენტებში ვხვდებით აღნიშნული ცნების შემდეგ განსაზღვრებას: „კონცეფცია, რომლითაც კომპანიები აერთიანებენ სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებს თავიანთ ბიზნეს ოპერაციებში და მათ დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთობისას ნებაყოფლობით საფუძველზე (Scarborough & Cornwall, 2019).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ბიზნესის სოციალური განვითარების კონცეფციამ მისი წარმოშობიდან დღემდე მნიშვნელოვანი გენეზისი განიცადა და გახდა მრავალწახნაგოვანი.

თანამედროვე ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მოიცავს:

1. **ფილანთროპია** - ბიზნესში მოიცავს საქმიანობას, რომელიც არის ძირითადად ნებაყოფლობითი. ეს ქმედება სცილდება საზოგადოების მოლოდინებს, რომლებიც გარეგნულად წმინდად ალტრუისტული ჩანს - მუშაობს კომპანიის რეპუტაციის გასამდიერებლად. კომპანიებს შეუძლიათ დახმარება გაუწიონ საზოგადოებაზე დაფუძნებულ ორგანიზაციებს და არაკომერციულ ორგანიზაციებს შემოწირულობებით და მოხალისეობით.
2. **ეკონომიკურ პასუხისმგებლობას** - კომპანია, რომელიც ახორციელებს CSR-ს, უნდა იყოს ეკონომიკურად პასუხისმგებელი, რომ იყოს მომგებიანი, ასევე უზრუნველყოს გარემომცველი საზოგადოებისა და დაინტერესებული მხარეების ეკონომიკური კეთილდღეობა. ეკონომიკური პასუხისმგებლობა გულისხმობს ფინანსური გადაწყვეტილებების მიღების პრაქტიკას სიკეთის კეთების ვალდებულების საფუძველზე.

ბიზნეს ლიდერებმა ეკონომიკური პასუხისმგებლობის გასამდიერებლად აქცენტი უნდა გააკეთონ ისეთ ფინანსურ გადაწყვეტილებებზე, როგორცაა: თანამშრომელთა ხელფასების დროული გადახდა, გადასახადების სრულად დაფარვა, კომპანიის სტაბილური განვითარების უზრუნველყოფა. ამასთან, ეკონომიკური პასუხისმგებლობა გულისხმობს ფინანსური გადაწყვეტილებების მიღების პრაქტიკას საზოგადოებისათვის სასიკეთო საქმეების განხორციელების საფუძველზე.

3. **სოციალურ პასუხისმგებლობას** - გულისხმობს ჰუმანიზმზე დამყარებული კომპანიის კორპორაციული კულტურის განვითარებას, დასაქმებული პირების უფლებებისა და თავისუფლებების პატივისცემას, თანამშრომლებთან მიმართებაში დისკრიმინაციის წინააღმდეგ ბრძოლას, მომხმარებლების ჯანმრთელობაზე ზრუნვის მიზნით უსაფრთხო პროდუქციის წარმოებას.
4. **გარემოსდაცვით პასუხისმგებლობას** - კომპანიებს შეუძლიათ ჩაერთონ გარემოსდაცვითი ღონისძიებების დაფინანსებაში, რათა შეამცირონ ნახშირბადის კვალი და ხელი შეუწყონ მდგრადობას, როგორცაა განახლებადი ენერჯის წყაროების გამოყენება, ნარჩენების შემცირება და წყლის რესურსების დაზოგვა. დღეს როგორც არასდროს, საკმაოდ აქტუალური და გლობალური ტენდენციაა მდგრადი განვითარების ხელშეწყობა და „მწვანე“ პროექტების დაფინანსება. შესაბამისად, ბიზნეს-სუბიექტების საქმიანობის ყველა ეტაპზე გარემოსდაცვითი ასპექტების გათვალისწინება წარმოადგენს მათთვის აუცილებელს.

გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობა ასევე გულისხმობს ბუნებრივი რესურსების რაციონალურ გამოყენებას მათი დაცვისა და შესანარჩუნების მიზნით, მოწინავე ტექნოლოგიების გამოყენებას მავნე ნივთიერებების და ნარჩენების შესამცირებლად, დაზიანებული ბუნებრივი ობიექტების აღდგენას და უკვე მიყენებული ზიანის ანაზღაურებას, ასევე სხვა გარემოსდაცვით ღონისძიებებს.

„კომპანიებმა აღმოაჩინეს, რომ ჯანსაღი გარემოსდაცვითი ღონისძიებების პრაქტიკა აუმჯობესებს ბიზნესს. საოპერაციო ხარჯების შემცირების გარდა, ეკოლოგიურად უსაფრთხო პროდუქტები იზიდავს თანამედროვე მომხმარებლებს და ზრდის კომპანიის კონკურენტულ უპირატესობას ბაზარზე“ (European Commission, 2024).

5. **მორალურ და ეთიკურ პასუხისმგებლობას** - გულისხმობს საზოგადოდ მიღებული მორალური და ეთიკური სტანდარტების დაცვას, კორუფციასთან ბრძოლას, სამართლიანი კონკურენციის პირობების წახალისებას, დემპინგურ ფასებზე და ყალბ საინფორმაციო რეკლამებზე უარის თქმას და სხვ.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა თავისთავად გულისხმობს ეთიკურ და სამართლიან მოქმედებას. ეთიკური პასუხისმგებლობის შემთხვევები მოიცავს სამართლიან მოპყრობას თანამშრომლებისა და მომხმარებლების მიმართ ასაკის, ეროვნების, კულტურის ან სექსუალური ორიენტაციის მიუხედავად. ასევე გულისხმობს ხელსაყრელ ანაზღაურებას და შეღავათებს თანამშრომლებისთვის, ინფორმაციის სისრულესა და გამჭვირვალობას ინვესტორებისთვის. შრომის ეთიკურმა პრაქტიკამ უნდა უზრუნველყოს სამართლიანი შრომით პრაქტიკა, მათ შორის სამართლიანი ხელფასი, უსაფრთხო სამუშაო პირობები და თანამშრომელთა უფლებების პატივისცემა.

„ბიზნესის ეთიკა მოიცავს მორალურ ღირებულებებს და ქცევის სტანდარტებს, რომლებსაც ბიზნესმენები იყენებენ გადაწყვეტილების მიღებისა და პრობლემების გადაჭრისას. ის სათავეს იღებს იმ ვალდებულებიდან, რომ უნდა გაკეთდეს ის, რაც სწორია“ (European Commission, 2024).

6. **პასუხისმგებლობას საზოგადოების და მომავალი თაობების წინაშე** - მოიცავს კომპანიების ვალდებულებას - შეინარჩუნონ და გააუმჯობესონ ბუნებრივ-ეკონომიკური გარემო, ასევე დაიცვან მომავალი თაობებისათვის სულიერი და მატერიალური კულტურა.

ევროკავშირის დოკუმენტი კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ ასახავს ახლებურ მიდგომას, რომელიც აღარ მოიხსენიებს კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას, როგორც ნებაყოფლობით ქმედებას. თუმცა, ქვეყნების მიხედვით არსებობს განსხვავებული მიდგომები აღნიშნულის მიმართ.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციის განვითარების თანამედროვე ეტაპზე გაჩნდა გლობალური სტანდარტები და ანგარიშგების ჩარჩოები, რომლებიც უზრუნველყოფენ CSR-ის ინტეგრირებულ მიდგომას და მას შეიძლება მივაკუთნოთ: გლობალური ანგარიშგების ინიციატივა (GRI), გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები (SDGs) და სხვ.

გარდა ამისა, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებას შედეგად მოჰყვა ახალი ტერმინის - „სოციალური ინვესტიცია“ - წარმოშობა. ეს კონცეფცია მოიცავს ბიზნეს-სუბიექტების სტრატეგიას, რომელიც ითვალისწინებს არა მხოლოდ ფინანსურ შემოსავალს ინვესტიციიდან, არამედ მის გავლენას სოციალურ, ეთიკურ ან გარემოს ცვლილებებზე.

ეროვნული კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკა და სტრატეგიები დიდად არის დამოკიდებული შესაბამისი ქვეყნის პოლიტიკურ და ინსტიტუციონალურ შინაარსზე, „ამიტომ ინდივიდუალური კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის ინსტრუმენტები, აქცენტი და დიზაინი, განსხვავდება ევროკავშირის სხვადასხვა წევრ-სახელმწიფოს შორის, თუნდაც გამოყენების მიხედვით“ (Martinuzzi, Krumay, & Pisano, 2011, p. 35).

მოკლედ განვიხილოთ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების თავისებურებები უცხოეთის რამდენიმე ქვეყნის მაგალითზე. სოციალური პასუხისმგებლობის ამერიკულმა მოდელმა, მისი განვითარების საუკუნეზე მეტი ხნის განმავლობაში, ჩამოაყალიბა კორპორატიული სოციალური პროგრამების განხორციელების ტრადიციული მექანიზმებისა და ფორმების ერთობლიობა. ამერიკულ კორპორაციებს ახასიათებთ ნებაყოფლობითი ქმედებები, დაკავშირებული სოციალური პრობლემების სფეროსთან, ქველმოქმედებასა და სპონსორობასთან. მსგავსი ტიპის საქმიანობა სცილდება კანონის მოთხოვნებს, უფრო მეტიც, ისინი წახალისებულია საზოგადოებისა და სახელმწიფოს მიერ, კერძოდ, კომპანიები, რომლებიც აქტიურად ახორციელებენ სოციალური უზრუნველყოფის პროგრამებს, თავისუფლდებიან მთელი რიგი გადასახადებისგან, რაც გათვალისწინებულია კანონით.

რაც შეეხება ევროპულ ანუ კონტინენტურ მოდელს, მისთვის დამახასიათებელი ნიშანია სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმწიფო რეგულირება. შეერთებული შტატებისგან განსხვავებით, ევროპული კორპორაციების სოციალური პასუხისმგებლობა ძირითადად შემოიფარგლება სახელმწიფოს კანონმდებლობით და გავლენით. ბევრმა ევროპულმა ქვეყანამ მიიღო კანონმდებლობა, რომელიც კომპანიებს ავალდებულებს, მოახდინოს ანგარიში სოციალური პასუხისმგებლობისა და გარემოს დაცვის პროგრამების განხორციელების შესახებ. ამასთან, ევროკავშირის ქვეყნების უმეტესობა ავითარებს ეროვნული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგიებს.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნეს-სუბიექტების საქმიანობის თანამედროვე, გლობალურ სამყაროში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ზემოქმედების სფეროები გაფართოვდა და მოიცავს არა მხოლოდ საზოგადოებას და გარემოს, არამედ დასაქმებულების და მომხმარებლების ინტერესების ეთიკურ წესებს.

მსოფლიოში ცნობილი ბრენდი, Coca-Cola დიდ ყურადღებას აქცევს ბიზნესის მდგრადობის საკითხებს. ძირითადი სფეროებია წყლის მართვა და პროდუქტის ხარისხი, შეფუთვა, კლიმატი და სოფლის მეურნეობა. მისი გზავნილია „სამყარო ნარჩენების გარეშე“, მიზანია „შეაგროვოს და გადაამუშაოს ყველა ბოთლი და მათი შეფუთვა გახადოს 100% ეკოლოგიურად უსაფრთხო და ჩაანაცვლოს წყლით, რომელიც გამოიყენება უსაფრთხო გარემოს უზრუნველსაყოფად. 2030 წლისთვის ნახშირბადის კვალი 25%-ით შეამციროს“ (Digital Marketing Institute, 2024).

ამერიკული მრავალეროვნული საავტომობილო კომპანია Ford Motor Company ავითარებს კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას და გეგმავს მის კიდევ უფრო გაძლიერებას. მისი მისიაა „ავაშენოთ უკეთესი სამყარო, სადაც ყველას თავისუფლად შეუძლია გადაადგილება და საკუთარი ოცნებების ასრულება“. კომპანიამ გაზარდა ინვესტიცია ელექტრომანქანების წარმოებაში 22 მილიარდ დოლარამდე (საწყისი 11 მილიარდი დოლარიდან) და მიზნად ისახავს მისი ავტომობილები იყოს ნახშირბად-ნეიტრალური 2050 წლისათვის (Digital Marketing Institute, 2024).

კომპანიის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში გავლენის მოხდენის დიდი პოტენციალი აქვს ხელოვნურ ინტელექტს. ხელოვნური ინტელექტის გამოყენება კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებაში არა მხოლოდ საშუალებას აძლევს კომპანიებს წარმოაჩინონ თავიანთი ერთგულება სოციალური და გარემოსდაცვითი საკითხების მიმართ, არამედ უზრუნველყოფს ძალისხმევის ეფექტიანობა და საზოგადოების ცვალებად საჭიროებებთან მეტი შესაბამისობა.

რაც შეეხება საქართველოს, 2005 წლიდან დაიწყო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით აქტიური მუშაობა. 2007 წელს შეიქმნა გაეროს „გლობალური შეთანხმების“ ქართული წარმომადგენლობა, რომლის მიზანია საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პოპულარიზაცია და სოციალური ანგარიშების წარმოების საერთაშორისო პრაქტიკის დანერგვა.

ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმება ითვალისწინებს პასუხისმგებლიანი ბიზნესსაქმიანობის განხორციელების ვალდებულებას. კერძოდ, დასაქმება, სოციალური პოლიტიკა და თანაბარი შესაძლებლობები (თავი 14); ვაჭრობა და მდგრადი განვითარება (თავი 13). ასევე ასოცირების შეთანხმება ითვალისწინებს ისეთ ვალდებულებებს, როგორცაა მომხმარებელთა უფლებების დაცვა, გარემოს დაცვა და სხვ.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ქვეყანაში მოქმედი მსხვილი ბიზნეს-სუბიექტებისთვის, არამედ მცირე და საშუალო ბიზნესისთვისაც. მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის დანერგვამ შესაძლოა გააძლიეროს ასეთი საწარმოების კონკურენტუნარიანობა და ხელი შეუწყოს ახალი შესაძლებლობების განვითარებას (საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვ. ცენტრი, 2023, გვ. 43).

ამგვარად, ქართული კომპანიები სულ უფრო მეტად ცდილობენ საკუთარი ბიზნეს-საქმიანობა შეუსაბამონ საერთაშორისო სტანდარტებს და განავითარონ კორპორაციული პასუხისმგებლობის კულტურა.

რაც შეეხება, საქართველოს საფინანსო სფეროში მოქმედ წამყვან ბიზნეს-სუბიექტს, საქართველოს ბანკს, როგორც მის ოფიციალურ ვებ-გვერდზეა მითითებული, „საქართველოს ბანკი კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას, ძირითადად ფონდ „სიცოცხლის ხის“ მეშვეობით ახორციელებს. ფონდი სოციალური საკითხების მოგვარებაზე ზრუნავს და სხვადასხვა კომპანიისა თუ მომხმარებლების აქტიური ჩართულობით საქართველოს უკეთესი მომავლის შექმნას ისახავს მიზნად“ (საქართველოს ბანკი, 2024). აღნიშნული სოციალური აქტივობები გულისხმობს შშმ პირების ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას და მათთვის განათლებისა და საზოგადოებაში ინტეგრაციის ხელშეწყობას, მათი ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაზე ზრუნვას გარემოს ადაპტირების გზით.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით, ევროკავშირის მხარდაჭერით ჩატარდა „საქართველოს პასუხისმგებელი ბიზნესის კონკურსი - მელიორა 2024“, რის შედეგადაც გამოვლინდნენ გამარჯვებულები შემდეგ 7 კატეგორიაში: „მწვანე ინიციატივა“ - თეგეტა ჰოლდინგი; „პასუხისმგებელი დამსაქმებელი“ - ბაზის ბანკი; „საზოგადოების მხარდაჭერა“ - ჰილტონ ბათუმი; „სექტორთა პარტნიორობა - გაზიარებული პასუხისმგებლობა“ - კომპანია ზღაპარი; „გამჭვირვალობა და ანგარიშგება კორპორაციული პასუხისმგებლობისა და მდგრადობის საკითხებზე“ - თიბისი ბანკი; „წლის SCR მენეჯერი“ - კომპანია ნათია სირბილაძე; „წლის პასუხისმგებელი მსხვილი კომპანია“ - თიბისი ბანკი.

კონკურსზე წარდგენილი იყო კერძო სექტორის ის გამორჩეული CSR პროექტები, რომლებიც გასულ წელს განხორციელდა. პროექტები შეფასდა ჟიურის მიერ, რომლის წევრებიც იყვნენ დარგის წამყვანი ექსპერტები საერთაშორისო და ადგილობრივი საზოგადოებრივი ორგანიზაციებიდან და აკადემიური წრეებიდან (საქართველოს პასუხისმგებელი ბიზნესის კონკურსი, 2024).

თიბისი ბანკი, როგორც „მელიორა 2024“-ის ორგზის ნომინირებული ბიზნეს-სუბიექტი, ახორციელებს სოციალური დანიშნულების მრავალ პროექტს ქვეყნის მასშტაბით, მათ

შორის ერთ-ერთია „პროგრამა „საჩუქარი“. მიღებული შემოწირულობა მიზნად ისახავს ერთი წლის განმავლობაში წარჩინებული სტუდენტებისა და მოსწავლეებისთვის ყოველთვიური ფულადი საჩუქრების გადაცემას (თიბისი ბანკი, 2023).

საქართველოში მოქმედი ერთ-ერთი კომპანია თეგეტა ჰოლდინგი, რომელიც როგორც უკვე აღვნიშნეთ, არის კონკურსის „მელიორა 2024“ გამარჯვებული. აღნიშნული კომპანია ახორციელებს რამდენიმე სოციალურ პროგრამას, მათ შორის პრიორიტეტულია - გარემოს დაცვა. კომპანიის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე მითითებულ ეკომეგობრულ ინიციატივებს შორისაა ელექტრომანქანებისა და Plug-in ჰიბრიდების პოპულარიზაცია და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოწყობა, ქართულ ბაზარზე პირველი მწვანე ობლიგაციების გამოშვება, ენერგოეფექტური მშენებლობები, საავტომობილო სპეციფიკური ნარჩენების, მაკულატურისა და პლასტმასის შეგროვება და გადასამუშავებლად ჩაბარება, ეკო სატვირთოები თეგეტას შიდა გადაზიდვებისთვის და სხვა (თეგეტა, 2024).

გარდა ამისა, NewClimate Institute-ის 2024 წლის ანგარიში ხაზს უსვამს იმას, რომ გარემოსდაცვითი და სოციალური პასუხისმგებლობის ორმაგი აქცენტი ქმნის ერთიან სტრატეგიას, რომელიც ორივე გამოწვევას პასუხობს (Day, Hans, & Mooldijk, 2024). ორგანიზაციები და ბიზნეს-სუბიექტები აღარ იღებენ მხოლოდ ზედაპირულ ზომებს, არამედ ნერგავენ პასუხისმგებელ გარემოსდაცვით პრაქტიკას თავიანთ ძირითად სტრატეგიებში. მდგრადობა ხდება კორპორაციული სტრატეგიის ქვაკუთხედი, რაც მიუთითებს კორპორაციულ მმართველობაში მნიშვნელოვან ცვლილებაზე.

თანამედროვე, გლობალურ სამყაროში სულ უფრო მეტი სოციალური და ეკონომიკური პრობლემები გროვდება, რაც ქმნის აღნიშნულ პრობლემებსა და პროცესებში მათი დარეგულირების და გაუმჯობესების მიზნით საერთაშორისო ორგანიზაციების ჩართვის აუცილებლობას. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო ორგანიზაციების სისტემაში გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია (United Nations) ფუნდამენტურად მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საერთაშორისო პრობლემების გადაწყვეტაში სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მიმართულებით. გაერო მოუწოდებს მრავალეროვნულ კორპორაციებს და სხვა საწარმოებს მკაცრად დაიცვან CSR-ის დადგენილი ჩარჩო და დაიცვან სოციალური ინტერესების ძირითადი პრინციპი თავიანთ ბიზნეს საქმიანობაში, მათ შორის გარემოსდაცვითი, ეკონომიკური და სოციალური ასპექტები. როგორც გაეროს იდუსტრიული განვითარების ორგანიზაციის (United Nations Industrial Development Organization - UNIDO) ოფიციალურ ვებ-გვერდზეა მითითებული, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არის მენეჯმენტის კონცეფცია, რომლის მიხედვითაც კომპანიები აერთიანებენ სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებს თავიანთ ბიზნეს ოპერაციებში და მათ დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთობისას.

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია (OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development) აღიარებს თავისუფალი მეწარმეობის პრინციპებზე დაფუძნებული ეკონომიკური სისტემის პრინციპებს. ეს არის უნიკალური ორგანიზაცია, რომელიც 2021 წლის მაისის მდგომარეობით მოიცავს 38 სახელმწიფოს, მათ შორის ევროკავშირის წევრი ქვეყნების უმრავლესობას. OECD ახორციელებს ფართო ანალიტიკურ მუშაობას, შეიმუშავებს წინადადებებსა და რეკომენდაციებს წევრი ქვეყნებისთვის და ახორციელებს ეკონომიკურ, სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებზე მრავალმხრივი მოლაპარაკებების ორგანიზებას.

1999 წელს ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციამ მოამზადა კორპორაციული მმართველობის პრინციპები, რომელმაც მოიპოვა საერთაშორისო აღიარება. აღნიშნული პრინციპები მოიცავს კონკრეტულ რეკომენდაციებსა და წინადადებებს OECD-ის წევრ-ქვეყნებში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობისა და ბიზნეს რეპუტაციის განვითარების სფეროში. ეს პრინციპები პირველად იქნა მოწონებული ფინანსური სტაბილურობის ფორუმის მიერ, რომელიც ორგანიზებული იყო 1999 წელს ვაშინგტონში.

გარდა აღნიშნული საერთაშორისო ორგანიზაციებისა, ამჟამად არსებობს მრავალი სამთავრობათაშორისო ორგანიზაცია (Commission for Environmental Cooperation CEC; International Labour Organization; UNFCCC -United Nations Framework Convention on Climate Change; United Nations Global Compact და სხვ.), რომლებიც ფოკუსირებულნი არიან და ავითარებენ ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობასა და მასთან დაკავშირებულ საკითხებს, მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებულ ბიზნეს-სტრატეგიებსა და გადაწყვეტილებებს.

4. დასკვნა

საერთაშორისო კვლევებმა აჩვენა, რომ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ასპექტები ყველაზე მნიშვნელოვან, არაფინანსურ გავლენას ახდენს კომპანიის ღირებულებაზე. ყველა დაინტერესებული მხარე, პოტენციური ინვესტორებიდან, მომხმარებლებიდან, მედიიდან, მომწოდებლებიდან, ბიზნესპარტნიორებიდან და კომპანიის თანამშრომლებიდან ერთნაირად დაინტერესებულია კომპანიის ძალისხმევით ამ კუთხით.

ამჟამად, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR) მოიცავს საქმიანობის ფართო სპექტრს და წარმოადგენს მრავალი ორგანიზაციის საერთო ბიზნეს-სტრატეგიის განუყოფელ კომპონენტს. იგი უკვე გასცდა ბიზნესის ფილანთროპულ აქტივობებს და მოიცავს გარემოსდაცვით პასუხისმგებლობას, ეთიკურ პასუხისმგებლობას და ეკონომიკურ

პასუხისმგებლობას. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ევოლუცია ასახავს ბიზნესის წარმატებასა და სოციალურ კეთილდღეობას შორის ურთიერთობას, რაც იწვევს ინტეგრირებულ მიდგომას ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობის სფეროში.

CSR ანგარიშის მომზადება კომპანიებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანი აუცილებლობა ხდება. მას იყენებენ ინვესტორები კომპანიების შეფასებისას, შედარებითი ანალიზისა და საინვესტიციო გადაწყვეტილების მიღებისას. პოტენციური ინვესტორები აფასებენ კომპანიის პოტენციალს CSR ანგარიშის საფუძველზე, რომელიც ასახავს, როგორც არსებულ განვითარების პროგრამებს, ასევე სამომავლო გეგმებს.

ჩვენს მიერ მოპოვებული ინფორმაციის ანალიზის შედეგებიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია დღევანდელ ეტაპზე არის ისეთი აქტუალური და პრიორიტეტული, როგორც არასდროს. საქართველოში სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება აღნიშნული კონცეფცია. ამასთან, თვალსაჩინოა ბიზნეს-სუბიექტების მიერ სოციალური პროექტების განხორციელების შედეგად საზოგადოების მიერ მიღებული სარგებელი.

ვთვლით, რომ საქართველოს ხელისუფლების, საერთაშორისო ორგანიზაციების და ბიზნეს-სუბიექტების ერთობლივი ძალისხმევით განხორციელებული სოციალური პროექტები იქნება ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვანი ფაქტორი. სოციალური პასუხისმგებლობის პრაქტიკა არა მხოლოდ ზრდის კომპანიის ცნობადობას და პოპულარობას, არამედ, რაც მთავარია, ეხმარება ორგანიზაციებს უფრო მდგრად ფუნქციონირებაში.

საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის პროცესში ძალზედ აქტუალურია სოციალური პასუხისმგებლობის ევროპის სტანდარტთან დაახლოება, შესაბამისად, სოციალური პასუხისმგებლობის და მდგრადობის ხელშეწყობა მნიშვნელოვანია განხორციელდეს სახელმწიფო დონეზე.

უცხოეთის განვითარებულ ქვეყნებში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა დიდი ხნის დანერგულია და ეს სტანდარტი ძალიან ეფექტურად მუშაობს. რაც შეეხება საქართველოს, სოციალური პასუხისმგებლობა, უპირველეს ყოვლისა, ემყარება ისეთ პოსტულატებს, როგორცაა გამჭვირვალობა და კეთილსინდისიერება. ბიზნესი, რომელიც მიჰყვება ამ პოლიტიკას, აუცილებელია აცნობიერებდეს თავის პასუხისმგებლობას სახელმწიფოსა და მომხმარებლის წინაშე და აწვდიდეს მათ ანგარიშებს რეალური ფინანსური მაჩვენებლების, სოციალური და გარემოსდაცვითი შედეგების მიხედვით.

ბიბლიოგრაფია

1. Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2019). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, 9th Edition. Pearson Education ©.
2. European Commission. (2024). Corporate sustainability and responsibility. Retrieved from European Commission: <https://commission.europa.eu>
3. Martinuzzi, A., Krumay, B., & Pisano, U. (2011). Focus CSR: The New Communication of the EU Commission on CSR and National CSR Strategies and Action Plans, ESDN Quarterly Report N°23. Vienna: European Sustainable Development Network.
4. Digital Marketing Institute. (2024). 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully. Retrieved from Digital Marketing Institute: <https://digitalmarketinginstitute.com>
5. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვ. ცენტრი. (2023). საქართველოში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების ეროვნული ჩარჩო. Retrieved from CSR ჰაბი: <https://csrgeorgia.com>
6. საქართველოს ბანკი. (2024). კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა. Retrieved from საქართველოს ბანკი: <https://bankofgeorgia.ge>
7. საქართველოს პასუხისმგებელი ბიზნესის კონკურსი. (2024). ევროკავშირის მხარდაჭერით, "საქართველოს პასუხისმგებელი ბიზნესის კონკურსი - მელიორა 2024"-ის დაჯილდოების ცერემონიაზე კონკურსის გამარჯვებულები გამოვლინდნენ. Retrieved from Meliora - საქართველოს პასუხისმგებელი ბიზნესის კონკურსი: <https://meliora.ge>
8. თიბისი ბანკი. (2023). კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ანგარიში 2023. Retrieved from თიბისი ბანკი: <https://www.tbcbank.ge>
9. თეგეტა. (2024). კორპორაციული პასუხისმგებლობა. Retrieved from თეგეტა: <https://tegeta.ge>
10. Day, T., Hans, F., & Mooldijk, S. (2024). Corporate Climate Responsibility Monitor 2024. Retrieved from New Climate Institute: <https://newclimate.org>