



კორპორაციული მოქალაქეობა

ვასილ ხიზანიშვილი

სოციალურ მეცნერებათა დოქტორი ეკონომიკაში,
ი. გოგებაშვილის სახელობის თელავის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასისტენტი პროფესორი

მე-20 საუკუნის ბოლო ათწლეულში, აშშ-ში ჩნდება ახალი ცნება „კორპორაციული მოქალაქეობა“ (კმ), რომელიც აღნიშნავს კორპორაციის სოციალურ როლს, მის პასუხისმგებლობას საზოგადოების წინაშე. კორპორაციული მოქალაქეობა არის ძალზედ ცნობილი ტერმინი ბიზნესის ეთიკის შესახებ მიმდინარე დებატებში ევროპაში, ამერიკასა თუ სხვაგან.

იმისათვის, რომ ნათლად წარმოჩინდეს კმ-ის არსი და მნიშვნელობა, გთავაზობთ ნახ. 1, სადაც ასახულია ცნობილი კომპანიების დამოკიდებულება „კორპორაციული მოქალაქეობის“ მიმართ.

ამჟამად დასავლეთში არსებობს კორპორაციული მოქალაქეობის სამი განსხვავებული ხედვა: შეზღუდული, ეკვივალენტური და გაშლილი.

- კმ-ის შეზღუდული ხედვა შეესაბამება კორპორაციულ ფილანტროპიას.

- კმ-ის ეკვივალენტური ხედვა შეესაბამება კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას.

- კმ-ის გაშლილი ხედვა ცნობს კორპორაციის ფართო პოლიტიკურ როლს საზოგადოებაში.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

კმ-ის შეზღუდული ხედვა. კორპორაციული მოქალაქეობის ეს ფორმა დღემდე გაიგივებულია ფირმის ფილანტროპიულ როლთან და პასუხისმგებლობასთან, ადგილობრივ საზოგადოებებში ნე-

კომპანია	ბანცხალება	წყარო
ფორდი	კორპორაციული მოქალაქეობა გახდა ყოველ მოქმედებათა ინტეგრალური ნაწილი. ჩვენ გვჯერა, რომ კორპორაციული მოქალაქეობა აჩვენებს მას თუ ვინ ვართ ჩვენ როგორც კომპანია, როგორ ვზრუნავთ ჩვენს თანამშრომლებზე და საერთოდ, როგორ ინტერაქციაში ვიმყოფებით სამყაროსთან.	www.ford.com
ნოკია	ჩვენი მიზანია კარგ მოქალაქედ ყოფნა ყველგან, სადაც ჩვენ ვფუნქციონირებთ როგორც საზოგადოების პასუხისმგებელი და კონტრიბუტორი წევრი.	www.nokia.com
სიმენსი	მსგავსი მასშტაბური ცვლილებების დროში საზოგადოებასა და პასუხისმგებლობის მქონე კორპორაციულ მოქალაქეობას შორის დიალოგი საციცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, ვიდრე ეს აქამდე ყოფილა. ჩვენი ცოდნა და გადაწყვეტილებები გვეხმარება შევქმნათ უკეთესი სამყარო, რომელიც ჩვენს კორპორაციულ პრინციპს წარმოადგენს და ჩვენ დარწმუნებულნი ვართ, რომ თითოეულ ორგანიზაციას – როგორც საზოგადოების ინტეგრალურ ნაწილს – გააჩნია შესაბამისი ვალდებულება წვლილი შეიტანოს საერთო სიკეთეში.	Corporate Citizenship., Report, 2001

ნახ. 1. კორპორაციული მოქალაქეობის ვალდებულებები

ბაყოფლობითი საქველმოქმედო შეწირულობების სახით. კმ-ის შეზღუდული ხედვა თითქმის სრულად ფოკუსირდება კომპანიის უშუალო ფიზიკურ გარემოზე, ლოკალურ თემებზე, როგორც ფირმის მთავარ სტეიკჰოლდერებზე.[1] მაგალითად, კეროლი [2] „კარგი კორპორაციული მოქალაქის“ არსებობას აიგივებს მისავე ცნობილ კსპ-ის პირამიდის მეოთხე დონესთან, კერძოდ ფილანტროპიულ პასუხისმგებლობასთან. ამიტომ იგი კმ-ს ათავსებს თავის კსპ-ის პირამიდის უმაღლეს დონეზე იმის დაშვებით, რომ ეს არის ბიზნეს-მოლოდინების მიღმა არსებული დისკრეციული მოქმედება.

კმ-ის ეკვივალენტური ხედვა. კორპორაციული მოქალაქეობის მეორე ფორმა ეხება კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას[3] და წარმოადგენს მის მოდერნიზებულ სახეს კორპორაციის ახალი როლის ან პასუხისმგებლობის დეფინიციის გარეშე. ოთხდონიანი კსპ-ის განსაზღვრის მსგავსად კეროლი იძლევა კმ-ის ანალოგიურ განმარტებას სახელწოდებით „კორპორაციული მოქალაქეობის ოთხი სახე“[4]იზაბელ მეგენი[5] თავის კოლექტთან ერთად გვთავაზობს შემდეგნაირი განსაზღვრებას: „კმ არის სივრცე, სადაც ფირმის სტეიკჰოლდერების დავალებით ბიზნესმენები ხვდებიან ეკონომიკურ, ლეგალურ, ეთიკურ და დისკრეციულ პასუხისმგებლობებს“, - რაც არსებითად წარმოადგენს კიდევ კსპ-ის კეროლისეული დეფინიციის ხელახალ შეფუთვას.

კგ-ის გაშლილი ხედვა. რაც შეეხება კორპორაციული მოქალაქეობის გაშლილ ხედვას, მის ამოსავალ წერტილს „მოქალაქეობის“ ცნება წარმოადგენს, რომელიც უმეტეს ინდუსტრიალიზებულ საზოგადოებაში დომინანტურია, და რომლის თანამედროვე გააზრებაც ეფუძნება ლიბერალურ ტრადიციებს, სადაც მოქალაქეობა განისაზღვრება როგორც ინდივიდთა უფლებების ნაკრები,[6] ხოლო თავად კორპორაციული მოქალაქეობა განიხილება აშკარად მისი პოლიტიკური კონოტაციების თვალსაზრისით, როგორებიცაა: მოქალაქეობის უფლებათა აღჭურვის კორპორაციული მოთხოვნები, ფირმების მონაწილეობა გლობალურ მართვაში, ან კორპორაციული ჩართულობა ინდივიდთა სოციალური, ცივილური და პოლიტიკური უფლებების ადმინისტრაციაში. ზოგიერთი სწავლული მას განიხილავს “პოლიტიკური კსპ” სახით[7].

კორპორაციული მოქალაქეობის სამივე მიდგომა შესაძლებელია განხილულ იქნეს პრაქტიკაში, მაგრამ მათგან პირველი ორი ხდება დომინირებს ბიზნესის სამყაროში, მაშინ როდესაც მესამეს, კმ-ის გაშლილ ხედვას მეცნიერებაში დიდი მნიშვნელობა გააჩნია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

[1] Altman, B.W., ‘Corporate community relations in 1990s: a study in transformation (dissertation abstract)’ Business and Society, 37/2; P. 221-7, 1998.

[2] Carroll, A. B., ‘The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders’. Business Horizons, July-Aug.: P. 39-48., 1991.

[3] Corporate citizenship, From Wikipedia, the free encyclopedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_citizenship

[4] Carroll, A.B., ‘The four faces of corporate citizenship’. Business and Society Review, 100/1: P. 1-7, 1998.

[5] Maignan, I., Ferrell, O.C. and Hult, G.T. M., ‘Corporate citizenship: cultural antecedents and business benefitss’, Journal of the Academy of Marketing Science, 27/4: P. 455-69, 1999.

[6] Faulks, K., Citizenship. London: Routledge, 2000, P. 55-82.

[7] Scherer, A. G. & Palazzo, G. Toward a Political Conception of Corporate Responsibility: Business and Society Seen From a Habermasian Perspective. Academy of Management Review, 32 (4), P. 1096-1120., 2007.

SUMMARY

CORPORATE CITIZENSHIP

Vasil Khizanishvili-

The essence of corporate citizenship is in the social role of corporation and in its responsibility towards the society. In the West there are three different view of CC: limited, equivalent and extended view of CC, where the first corresponds to Corporate Philanthropy, the second – Corporate Social Responsibility, and the third - wider political role of the corporation in the society.

All three approaches of the corporate citizenship can be discussed in practice, but the first two views from them dominate in the world of business, while the third, extended view of CC has a great significance in science.