



**დარგთაშორისი თანამშრომლობის
ფაქტორული გავლენა სოციალურ-ეკონომიკური
განვითარებაზე**

თორნიკე გოგაძე
სტუ დოქტორანტი

შესავალი

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობას ქართულ რეალობაში თავისი სპეციფიკა გააჩნია. მისი კონკრეტული გამოვლენა დაკავშირებულია სხვადასხვა ერთმანეთისგან განსხვავებულ სოციალური წესრიგზე. გამომდინარე აქედან, ჩვენს ქვეყანაში საჭიროა დამყარდეს საიმედო ურთიერთობები მთავრობასა და ბიზნეს შორის. ამისათვის სახელისუფლებო ორგანოებმა მიზანმიმართულად უნდა შექმნან და განავითარონ სათანადო ინსტიტუციური საფუძვლები.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესის განვითარება, საზოგადოება, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, სოციალური ეკონომიკური განვითარება.

ძირითადი ტექსტი

საზოგადოების მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად ხელისუფლების სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელება შეუძლებელია ბიზნესის ეფექტიანი ფუნქციონირების გარეშე. ეს წარმოადგენს მნიშვნელოვან წინაპირობას ბიზნესსა და სახელმწიფოს შორის აქტიური თანამშრომლობისათვის. ბიზნესს კი არ შეუძლია განვითარდეს ეფექტიანად სახელმწიფოს ნების გარეშე, რაც განპირობებულია რიგი მიზეზების გამო.

პირველ რიგში, **ბიზნესის განვითარებისა** და ეფექტიანი ფუნქციონირებისათვის საქართველოში საწყის ეტაპზე აუცილებელია გარკვეული სოციალურ-ეკონომიკური პირობების შექმნა და

მისი განვითარება. განვითარებადი ბიზნესი საჭიროებს საწყისი კაპიტალის ფორმირებას, რომელიც უზუნველყოფს წარმოების პროცესს, ასევე სუბსიდიებს, იაფ კრედიტებს, სხვადასხვა სახის შეღავათებს, რომლის უზრუნველყოფაც მხოლოდ სახელმწიფოს შეუძლია.

მეორე, სასოფლო სამრეწველო სისტემა ბიზნესის შემადგენელი ძირითადი მექანიზმია, რომელიც შრომის გადანაწილებას უზრუნველყოფს. მათი ეფექტური ფუნქციონირებით უამრავი დაინტერესებული სუბიექტი შეიძლება იყოს უზრუნველყოფილი, თუკი იქნება პოლიტიკური და სოციალური სტაბილურობა.

მესამე, თანამედროვე ეკონომიკური სისტემა ხასიათდება კონკურენციით, სადაც მცირე და საშუალო ბიზნესი ნაკლებად ხელსაყრელ პირობებში იმყოფება დიდ კომპანიებთან შედარებით. ამიტომაც მცირე და საშუალო ბიზნესი საჭიროებს სახელმწიფო დახმარებას, როგორიცაა: ხელსაყრელი კონკურენტული გარემოს შექმნა, დაფინანსება, საკრედიტო პირობები, სამეცნიერო-ტექნოლოგიური პროგრესის ხელმისაწვდომობა, ინფორმირება, ასევე საჭირო კადრების მომზადება.

მეოთხე, **ბიზნესის ეფექტიანი ფუნქციონირება** დიდწილად დამოკიდებულია საბაზრო ეკონომიკის ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე. აუცილებელია სათანადო პირობების შექმნა, რაციონალური და ეფექტიანი წარმოების ორგანიზება მწარმოებლებისთვის და მომხმარებლებისთვის. მთავრობის გარეშე შეუძლებელია განვითარება ისეთი საქმიანობისა, როგორიცაა (ტრანსპორტი, კომუნიკაცია, ენერგეტიკა), საფინანსო (საბანკო), და მთელი საბაზრო ინფრასტრუქტურის ერთობლიობა.

„ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა“ საწყის ეტაპზე ისევ ორიენტირებულია დაინტერესებული მხარეების შიდა წრეზე – სახელმწიფო, მფლობელები და თანამშრომლები. დაინტერესებული მხარეების (ადგილობრივი საზოგადოება, მომწოდებლები და სხვა) ფართო წრე არ არის სისტემური. სოციალური პასუხისმგებლობა ხორციელდება მხოლოდ მსხვილ და მოწინავე კომპანიებში. მომხმარებლებს, სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებს არ აქვთ მნიშვნელოვანი გავლენა ბიზნესზე. თუმცა, ბაზრის

განვითარებასთან ერთად თანდათან ხდება CSR-ში (კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა) მომხმარებლების და სხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართვა.

დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთობა, ფორმულირება და ოფიციალური წარდგენა შესაბამისი პოზიციების ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით წინ გადადგმული ნაბიჯია ნებისმიერი კომპანიისთვის. „მენეჯერთა ასოციაცია“ [3]. რომელიც წარმოადგენს ტოპ მენეჯერებს, უცხოური, საერთაშორისო კომპანიები და ორგანიზაციები, აფიქსირებენ თავიანთ პოზიციებს CSR-ის ყველაზე აქტუალურ საკითხებზე. კერძოდ ისინი აღნიშნავენ, რომ:

– „საჭიროა... მივალწიოთ საერთო გაგება და საერთო მიდგომა CSR-ის განსახორციელებლად განსხვავებული დიალოგებისა და ბიზნესის სფეროს, სახელმწიფოსა და საზოგადოებას შორის“;

– მიესალმებიან: „სხვადასხვა ინიციატივებსა და პროექტებს, რომელიც განახორციელა კომპანიამ საწარმოში, ქალაქის, რეგიონის და ეროვნულ დონემდე, როგორც დამოუკიდებლად, ასევე სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტებთან თანამშრომლობით; მდგრადი და ინოვაციური პროგრამების განხორციელების ხელშეწყობას“;

– აღნიშნავენ, რომ „CSR-ში დღეს უკვე დაგროვებულია ფასდაუდებელი გამოცდილება წამყვან კომპანიებში. ბიზნესის ჩართვა სოციალურ პრობლემების მოგვარებაში ბოლო წლებში სულ ურო იზრდება.

ბიზნესის სოციალური აქტივობის ერთ-ერთი ყველაზე გამოხატული ტენდენციაა სოციალური ინფარასტრუქტურის შენარჩუნება და განვითარება როგორც კომპანიის შიგნით, ასევე მის ფარგლებს გარეთ; განათლების განვითარება; თანამშრომელთათვის საჭირო სამედიცინო და გამაჯანსაღებელი მომსახურება; სოციალურად დაუცველი ჯგუფების- ვეტერანები, პენსიონერები, ინვალიდები, ობოლი, ღარიბი და სხვ. დახმარება; ბავშვთა და ახალგაზრდების განვითარების ხელშეწყობა; ალკოჰოლიზმისა და ნარკომანიის წინააღმდეგი პროგრამები;

კულტურული და სპორტული ღონისძიებების სპონსორობა; ტაძრების მშენებლობა და ა.შ.“

მოყვანილი დოკუმენტში აღნიშნულია, რომ CSR-ის მაჩვენებელი განხორციელებულ პროექტებიდან იქნებოდა უფრო მაღალი, რომ არა არასრულყოფილი კანონები ან თუნდაც საკანონმდებლო ნორმების ნაკლებობა. ამიტომაც მენეჯერთა ასოციაცია თვლის რომ „დღეს სახელმწიფო ხდება ბიზნესის პრიორიტეტულ პარტნიორად, ბიზნესი კი თავისი ინიციატივების მხარდაჭერას იმედოვნებს ამ უკანასკნელისგან და ადეკვატურ შეფასებას ელის მათი წვლილის შეტანით ქვეყნის განვითარების საქმეში. ამავე დროს ისინი ხაზს უსვამენ რომ, დღეს ბიზნესს ესაჭიროება სახელმწიფო დახმარება თანამედროვე კანონების მარეგულირებელი მექანიზმების და ინსტრუმენტების შემუშავებაში, რამაც კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის რიგ მიმართულებებს უფრო მეტი განვითარების საშუალება უნდა მისცეს. ასევე აღნიშნავენ, რომ დღევანდელ პირობები მოითხოვს- დამატებით ძალისხმევას შრომითი რესურსების ხარისხის გასაუმჯობესებლად, დამსაქმებელთა და დასაქმებულთა პასუხისმგებლობას, მათი შრომისა და ბიზნეს კულტურის ამაღლებას, მოქალაქეების აქტიურ მონაწილეობას ქვეყანის სოციალურ ტრანსფორმაციაში.

ზემოთაღნიშნულ დოკუმენტში დაფიქსირებულია პროფესიონალი საზოგადოების პოზიცია CSR-ის აქტუალურ საკითხებზე ეკონომიკის ტრანსპორმაციის თანამედროვე პირობებში, სოციალურ და საჯარო სფეროში. აქტუალურმა კითხვებმა კი განსაზღვრეს შემდეგი საკითხები:

- ინდივიდუალურობის ზრდა და ორმხრივი პასუხისმგებლობა დამსაქმებელსა და დასაქმებულს შორის;
- სოციალური დაცვა და სოციალური დაზღვევა;
- შრომისა და ჯანმრთელობის სისტემის მართვა;
- გარემოს დაცვა;
- შრომითი ბაზრის ჩამოყალიბება და განვითარება;
- ბიზნესის ნებაყოფლობითი სოციალური ინიციატივა, მათ შორის საქველმოქმედო პროგრამები და პროექტები.

პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ განვითარებულ ქვეყნებში სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება აღწევს სტაბილურ მაღალ ტემპებს მთავრობის და ბიზნესის ერთობლივი ძალისხმევით. ამით დაინტერესებულია მთელი საზოგადოება. სწორედ ამიტომ, სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის გატარება ქვეყნის ძირითადი მიზანია.

სახელმწიფოსთან ურთიერთქმედებისას ბიზნესსაც აქვს თავის ინტერესები:

- ბიზნესის განვითარება გრძელვადიანი ეროვნული ეკონომიკის განვითარების სტრატეგიით;

- სახელმწიფოს გარანტიები, რომელიც მიმათულია ბიზნესისთვის რისკების შესამცირებლად;

- ბიზნესის კეთების სამართლებრივი ნორმების გაუმჯობესება და მისი ცვლილების პროგნოზირება, რომელიც მიმართულია ბიზნესის პასუხისმგებლობის სტიმულირებაზე.

- რეფორმების თანმიმდევრული განხორციელება სოციალური უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობისათვის, რომელიც ეფუძნება ეკონომიკურ პრინციპებს, საერთაშორისო უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის განსაზღვრებას;

- ბიზნესის მონაწილეობა სახელმწიფო სისტემის განვითარებაში და საზოგადოების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება „თანაბარი შესაძლებლობებით და პასუხისმგებლობით“ ყოველგვარი ზედმეტი სახელმწიფო ჩარევის გარეშე ბიზნეს ორგანიზაციების საქმიანობაში;

- შრომითი ბაზრის ხარისხიანი განვითარების სისტემის შემუშავება;

- სახელმწიფოს და ადგილობრივი ორგანოების საქმიანობის გამჭვირვალობის ამაღლება ბიზნესის სტიმულირების მართვაში, რომელიც მიმართულია სოციალურ პროგრამებზე ნებაყოფლობით, საზოგადოების განვითარების ხელშესაწყობად.

- კომპანიების მონაწილეობა საქმიან გაერთიანებებში ეროვნული სტრატეგიის განვითარებისთვის, საერთაშორისო მოთხოვნილებების შესაბამისად; შრომითი ურთიერთობების, მშრომელთა ჯანმრთელობის და სხვა CSR-ის შესაბამისად.

მენეჯერთა ასოციაციის პოზიციის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ არსებობს ორმხრივი ინტერესების სფერო სახელმწიფოსა და ბიზნეს შორის. მათ განხორციელებას კი ხელი უნდა შეუწყოს აუცილებელმა საკანონმდებლო ბაზამ.

დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში საუკუნოვან ტრადიციებზე დაყრდნობით შეიქმნა საკმაოდ რთული რეგულირების სისტემა, ურთიერთობისა სახელმწიფო და კერძო სექტორებს შორის. ეს დაბალანსებული სისტემა ფუნქციონირებს თვითრეგულირების მექანიზმით, თითოეულ მხარეში დაფიქსირებულია საკუთარი უფლებები და მოვალეობები, რომელიც ხდის მათ, ერთის მხრივ, დამოუკიდებელს, ხოლო, მეორე მხრივ, ურთიერთდამოკიდებულს. ჩვენს ქვეყანაში უნდა შეიქმნას საიმედო ურთიერთობები მთავრობასა და ბიზნეს შორის. სახელისუფლებო ორგანოებმა მიზანმიმართულად უნდა შექმნან და განავითარონ სათანადო ინსტიტუციური საფუძვლები. ბიზნესმა ყური უნდა მიაპყროს საზოგადოების ინტერესებს, შეიქმნას მუდმივმოქმედი თანამშრომლობა. ბიზნესმა რომ ჩადოს ფული სოციალური პროექტებში, საჭიროა სახელმწიფოს გამჭირვალობა მათი ქმედებებში. პასუხისმგებელი იყოს საზოგადოების წინაშე სოციალური პრობლემების მოგვარებაში. ბიზნესი, რომელიც იქნება ორიენტირებული სოციალურად პასუხისმგებლობაზე და იქნება ჩაერთვება ქველოქმედებაში, უნდა ჰქონდეს განსაკუთრებული ურთიერთობა სახელმწიფოსთან და საზოგადოებასთან.

ორიგინალურ ინტერპრეტაციას ადგილობრივი საზოგადოების განვითარებაში ბიზნეს-სტრუქტურების მონაწილეობით გვათავაზობს ს. ტურკინი [1. 166] მისი შეხედულებით „რეგიონებში კომპანიებს ყოფნას, ისევე როგორც მოციგურავეს, ორი ძირითად პროგრამა აქვს- სავალდებულო და არჩევითი, იმისათვის რომ სავალდებულო პროგრამა არ იყოს მოკლე, ბიზნესი იწყებს სამი ელემენტიდან:

1. გადასახადები (ადგილობრივი ბიუჯეტი)
2. გადასახდელი ხელფასები და სოციალური პაკეტის შეთა-

ვაზება (შიდა და გარე სოციალური პოლიტიკა, რადგან თანამშრომელი ცხოვრობს მიმდებარე ტერიტორიაზე)

3. სახელშეკრულებო ვალდებულებები გადაიხადოს სოციალურ პროგრამებში ადგილობრივ ბიუჯეტში.“

„სავალდებულო პროგრამაში“ ს. ტურკინი მიაკუთვნებს ისეთ სახეობებს როგორიცაა

- „სოციალური გამოძალვა“.

- პირდაპირი გადარიცხვები ბიუჯეტში დაუფინანსებელი სოციალური ხარჯებისთვის;

- სოციალური ინსტიტუციების (საავადმყოფოები, ბავშვთა სახლები და ა.შ.) მხარდაჭერა;

- სამშენებლო ან სარემონტო სოციალური ობიექტების დაფინანსება;

- არასაბიუჯეტო, საზოგადოებრივ სოციალურ ფონდებში ფულის გადარიცხვა.

ამ სიაში ბიზნეს კომპანიების „სავალდებულო“ ხარჯების არასრული ჩამონათვალია, იგი იცვლება რეგიონის სპეციფიკიდან, მათი ხელმძღვანელობიდან გამომდინარე. ყველა ზემოთაღნიშნული ფორმები, როგორც წესი, გამოირჩევიან არაგამჭირვალობით. მათი საქმიანობა ეყრდნობა ვარაუდს, თუმცა ყველა შემთხვევაში არ შეესაბამება სიმართლეს.

„უკანონო“ პროგრამის მექანიზმებს ს. ტურკინი მიიჩნევს შემდეგ კომპანიის გარე სოციალურ პოლიტიკას:

1. შეთანხმება სოციალურ პარტნიორობაზე, რომელიც, თავის მხრივ, შეიძლება იყოს საკმაოდ ღია და გამჭვირვალე მექანიზმი, რომელიც არეგულირებს კომპანიის ურთიერთობებს ადგილობრივ ხელისუფლებასთან.

2. რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ყოვლისმომცველი პროგრამა, რომელიც საშუალებას აძლევს ბიზნესს ჩადოს თავისი ინტელექტუალური და მენეჯერული რესურსი რეგიონის სტრატეგიულ განვითარებაში, რითაც თავად მეტ სტაბილურობას შეიქმნის რეგიონში.

3. ეფექტური დაფინანსების გაუმჯობესება სოციალური სფეროს სექტორებში, რომელიც საშუალებას მისცემს კომპა-

ნიას შეიმუშაოს სხვადასხვა წინადადება საქმის ოპტიმიზაციიკენ, მაგალითად ჯანდაცვა და განათლება.

4. ბიუჯეტის ფორმირება სოციალურ სფეროში. საქმე ეხება სასწავლო სემინარებს სახელმწიფო და ადგილობრივი თვითმართველობისათვის, რომელსაც ატარებენ ბიზნეს კომპანიები ადმინისტრაციული ხარჯის შესამცირებლად და ინოვაციური მექანიზმების დანერგვისთვის საქმიან პროექტებში.

5. პროექტები. კომპანიაში სოციალური საქმიანობის პროექტები, თანამედროვე ბიზნესის სოციალური საქმიანობის ძირითადი ელემენტი ხდება. რომელსაც შეიმუშავენ ადგილობრივი ადმინისტრაცია.

6. შეჯიბრებები, რომლებიც ტარდება ადგილობრივი თვითმართველობებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებს და თვით კომპანიის კერძო პირებს შორის.

7. ადგილობრივი საზოგადოების ფონდები ან და ქალაქის საქველმოქმედო ფონდები.

8. კორპორატიული და კერძო ფონდები.

9. შეღავათები ინვესტიციების სანაცვლოდ. ეს არის ერთ-ერთი გზა, რათა სოციალურ ინვესტიციებს მიეცეს ურთიერთხელსაყრელი ხასიათი.

რა თქმა უნდა, აღნიშნულ სიაში მყოფი მეთოდები არ არის ამომწურავი. თვითოეულმა კომპანიამ თავად უნდა განსაზღვროს შესაძლო მეთოდებიდან გზა ფინანსური თანამშრომლობისა-ადგილობრივ ხელისუფლებას და მთელ საზოგადოებას შორის.

ბიზნეს-სტრუქტურებისათვის, რომელიც იწყებს ფუნქციონირებას კონკრეტულ რეგიონში, მნიშვნელოვანია სტრატეგიის არჩევა ადგილობრივ საზოგადოებასთან თანამშრომლობისათვის. ამასთან ასევე იკვეთება კომპანიისა და ადგილობრივი საზოგადოების ინტერესები და ეს უკანასკნელი იწყებს კომპანიის საჭიროებების შეფასებას. ამისათვის საჭიროა რამდენიმე ტრადიციულ კითხვას გაეცეს პასუხი:

1. სად ვართ?

2. სად შეიძლება ვიყოთ?

3. როგორ და კომპანიის რა საქმიანობა ახდენს გავლენას მოსახლეობაზე?

4. როგორ შევექმნათ კომპანიის სტრატეგიული სისტემა ადგილობრივ საზოგადოებაში?

ამ კითხვებზე პასუხის გასაცემად საჭიროა შეგროვდეს და გაანალიზდეს სამი სახის ინფორმაცია: რაოდენობრივი, რომელიც საშუალებას იძლევა შეფასდეს საქველმოქმედო შემოწირულობების გამოყოფის ზომა; მოხალისეთა პროგრამები, პარტნიორული პროგრამები ადგილობრივ ორგანიზაციებთან; ხარისხი, რომელიც საშუალებას იძლევა შეფასდეს კომპანიის აღქმადობა საზოგადოებაში, მოლოდინების გაგება და კომპანიის შიგნით ამ საკითხზე დამოკიდებულება; სტრატეგიული, რომელიც საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს კომპანიის ძლიერი და სუსტი მხარეები.

შემდგომ უნდა გამოვლინდეს ადგილობრივი საზოგადოების საჭიროებები ასევე სამი სახის ინფორმაციის საშუალებით. რაოდენობრივი ინფორმაცია საშუალებას გვაძლევს აღწეროს ადგილობრივი საზოგადოება და მათი საჭიროებები, ხარისხობრივი – კომპანიის და საზოგადოების ურთიერთობის გამოვლენის საშუალებას იძლევა. სტრატეგიული – განსაზღვრავს კომპანიის საფრთხეებს და შესაძლებლობებს, რომელიც მოდის ადგილობრივი საზოგადოებიდან.

კომპანიის და ადგილობრივი საზოგადოების საჭიროებების ანალიზს არ აქვს აზრი, თუკი მიღებული ინფორმაცია არ იქნება გამოყენებული კომპანიის სტრატეგიის შემუშავებაში. ამერიკელი მეცნიერი ედმუნდ ბურკი¹ გვთავაზობს განვიხილოთ სამი შესაძლო სტრატეგია. პირველი – ადგილობრივი საზოგადოების ნდობის მოპოვება, მეორე – ადგილობრივი საზოგადოების მოთხოვნილებიდან თავის გარიდვა და დაკვირვება მათ რეაქციაზე. მესამე – პროგრამების შემუშავება რომელიც პასუხობს კომპანიის და ადგილობრივი საზოგადოების მოთხოვნებს.

პირველი სტრატეგიის არსი მდგომარეობს ადგილობრივი საზოგადოების გამუდმებული ერთგვარი ნდობის მოპოვებაში იმ

მიზნით რომ დაამყაროს სტრატეგიულ მოთამაშეებთან ადგილობრივ დონეზე ურთიერთობები, შექმნას ერთგვარი ნდობის რეზერვი. კომპანია ავსებს ერთგვარ „ნდობის ანგარიშს“ და საჭიროების შემთხვევაში გამოიყენებს მას კრიზისულ სიტუაციაში. ამ მოდელში ფსიქოლოგიური მომენტი კომპანიასა და ადგილობრივ საზოგადოებას შორის. ასეთ მდგომარეობაში საჭიროა გამოვლინდეს მოლოდინი ერთმანეთის მიმართ და გაფორმდეს შეთანხმება (თუნდაც ზეპირი) მხარეთა შორის. როცა ხდება ადგილობრივი საზოგადოების მოლოდინის გაგება, ბიზნესი არ იღებს ვალდებულებას გადაჭრას ყველა პრობლემა, უბრალოდ ხდება მათი არსებობის აღიარება.

მეორე სტრატეგია არის აუცილებელი რეაქციის გამოვლენა კომპანიის მხრიდან ადგილობრივი საზოგადოების სხვადასხვა პრობლემის მოსაგვარებლად. ზოგიერთი მათგანი შეიძლება იყოს წარმოშობილი ბიზნეს კომპანიის საქმიანობიდან გამომდინარე, მაგალითად პროდუქციის შემცირება იწვევს სამუშაო ადგილების შემცირებასაც.

მესამე სტრატეგიის არსი მდგომარეობს კომპანიის პროგრამულ უზრუნველყოფაში, რათა ადგილობრივი საზოგადოების ნდობა შეიქმნას. კარგად დამკვიდრებული საერთაშორისო პრაქტიკის პოლიტიკა გვიჩვენებს ურთიერთობების განმტკიცების ეტაპობრივ მოქმედებას: 1. მოთხოვნილებების ანალიზი; 2. სტრატეგიის შემუშავება; 3. პროექტების შემუშავება.

დასკვნა

საზოგადოების მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად ხელისუფლების სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელება შეუძლებელია ბიზნესის ეფექტიანი ფუნქციონირების გარეშე. ეს წარმოადგენს მნიშვნელოვან წინაპირობას ბიზნესსა და სახელმწიფოს შორის აქტიური თანამშრომლობისათვის. ბიზნესს კი არ შეუძლია განვითარდეს ეფექტიანად სახელმწიფოს ნების გარეშე, რაც განპირობებულია რიგი მიზეზების გამო.

ჩვენს ქვეყანაში უნდა შეიქმნას საიმედო ურთიერთობები

მთავრობასა და ბიზნეს შორის. სახელისუფლებო ორგანოებმა მიზანმიმართულად უნდა შექმნან და განავითარონ სათანადო ინსტიტუციური საფუძვლები.

ბიზნეს-სტრუქტურებისათვის, რომელიც იწყებს ფუნქციონირებას კონკრეტულ რეგიონში, მნიშვნელოვანია სტრატეგიის არჩევა ადგილობრივ საზოგადოებასთან თანამშრომლობისათვის. ამასთან ასევე იკვეთება კომპანიისა და ადგილობრივი საზოგადოების ინტერესები და ეს უკანასკნელი იწყებს კომპანიის საჭიროებების შეფასებას.

საჭიროა შეგროვდეს და გაანალიზდეს სამი სახის ინფორმაცია: რაოდენობრივი, რომელიც საშუალებას იძლევა შეფასდეს საქველმოქმედო შემოწირულობების გამოყოფის ზომა; მოხალისეთა პროგრამები, პარტნიორული პროგრამები ადგილობრივ ორგანიზაციებთან; ხარისხი, რომელიც საშუალებას იძლევა შეფასდეს კომპანიის აღქმადობა საზოგადოებაში, მოლოდინების გაგება და კომპანიის შიგნით ამ საკითხზე დამოკიდებულება; სტრატეგიული, რომელიც საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს კომპანიის ძლიერი და სუსტი მხარეები.

ლიტერატურა:

1. Туркин, С. Как выгодно быть добрым. Сделайте свой бизнес социально ответственным. – М., 2006. – С. 166.

2. Burke, Edmund M. Corporate community relations: the principle of the neighbor of choice. Westport, Conn: Quorum Books; 1999. – P. 185.

3. <http://www.amr.ru/about/>

REFERENCES:

1. Turkin, S. How beneficial it is to be kind. Make your business socially responsible. – M., 2006. – P. 166. (In Russian language)

2. Burke, Edmund M. Corporate community relations: the principle of the neighbor of choice. Westport, Conn: Quorum Books; 1999. – P. 185.

3. <http://www.amr.ru/about/>

FACTORISTIC INFLUENCE OF INTERCONNECTED COOPERATION ON SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

Tornike Gogadze

PhD student, GTU

RESUME

To meet the demands of the society, the socio-economic policy of the government is impossible without the effective functioning of business. This is an important precondition for active cooperation between business and the state. Business cannot develop effectively without the will of the state. Which is due to a number of reasons.

The reliable relationships between the government and business should be created in our country. Governmental authorities must create and develop an appropriate institutional ground.

The Business structures that start functioning in a particular region are important to choose a strategy for cooperation with the local community. In addition, the interests of the company and the local community are visible and the latter starts assessing the needs of the company.

Furthermore, it is necessary to collect and analyze three types of information: Quantitative, which allows to estimate the amount of allocation of charitable donations, programs of volunteers, partnership programs with local organizations; Quality that allows to assess the company's perception in society, understanding of expectations and inside the company attitude on this issue; Strategic, which allows the company to show strong and weak sides.

Keywords: Business development, community, business social responsibility, social economic development.