

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა - კონკურენციის ეფექტიანი მექანიზმი

თამარ თალაკვაძე
სტუ-ს დოქტორანტი

„ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ეს არის ბიზნესის კეთილი ნება გადაჭრას ის პრობლემები, რომელიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ გამოწვეულია ბიზნესის საქმიანობით.“ გორდონ პიტჩი¹

რეზიუმე

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხი დღევანდელ პირობებში განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს. თითოეულმა კომპანიამ იქნება ეს მსხვილი, საშუალო, თუ მცირე ბიზნესი უნდა აიღოს სოციალური პასუხისმგებლობა, როგორც ზოგადად საზოგადოების ასევე თითოეული დასაქმებულის წინაშე. ამისათვის სათანადოდ უნდა უზრუნველყოს დასაქმებულის ზეგანაკვეთური სამუშაოების ანაზღაურება, უზრუნველყოს მათი ჯანმრთელობის დაზღვევის საკითხი და შესთავაზოს სათანადო და უსაფრთხო სამუშაო პირობები. ამასთან მისი საქმიანობით ზიანს არ უნდა აყენებდეს გარემოს, არამედ უნდა იცავდეს მას. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ზრდა არამხოლოდ საზოგადოების, არამედ ბიზნესის ინტერესებში შედის. ვინაიდან მცირდება საოპერაციო ხარჯები, რისკის დონე, იზრდება კომპანიის იმიჯი, ბრენდის ცნობადობა, გაყიდვები, კლიენტთა კმაყოფილება, თანამშრომელთა მოტივაცია და მოზიდული ინვესტიციების მოცულობა.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესი, სოციალური პასუხისმგებლობა.

1 ლექსინაძე, ი. (2014 წლის 19. 6). ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოში. Forbes Georgia: <http://forbes.ge-დან>

შესავალი

მიუხედავად იმისა, რომ ბევრმა ქვეყანამ მიაღწია ცხოვრების მაღალ დონეს და შექმნა დიდი მატერიალური დოვლათი მოსახლეობის არცთუ ისე მცირე ნაწილი დღემდე შიმშილობს. მდიდარ და ღარიბ მოსახლეობას შორის არსებული სხვაობა წლიდან წლამდე იზრდება. ისეთი პატარა ქვეყნისათვის როგორც საქართველოა, სიღარიბესთან ბრძოლის საუკეთესო საშუალება მცირე ბიზნესის ხელშეწყობა და ჯანსაღი კონკურენციის დაცვაა. ასეთ პირობებში, ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის მოსაპოვებლად, სულ უფრო და უფრო მეტ დატვირთვას იძენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხი. რაც განპირობებულია ისეთი მნიშვნელოვანი გარემოებებით, როგორებიცაა: ეკონომიკის ზრდის არამატერიალური ფაქტორების როლის გადიდება, ადამიანის შრომითი უფლებების დაცვის პრიორიტეტულობა და სხვა.

ძირითადი ტექსტი

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის კომპანიის კეთილი ნება, კანონით ნაკისრზე მეტი ვალდებულება აიღოს საკუთარ თავზე და ეთიკური ქმედების ფარგლებში მეტი სარგებელი მოუტანოს საზოგადოებას.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფერო აერთიანებს 3 სუბიექტს: სახელმწიფოს, საზოგადოებასა და ბიზნესს. მათ შორის ე.წ შუამავალი კი მედიაა. რომლის თავისუფლების და მიუკერძოებლობის დონე განაპირობებს ამ სუბიექტთა შორის კომუნიკაციის ხარისხს.

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას ხშირად აიგივებენ ქველმოქმედებასთან, რომელიც მოიცავს მას თუმცა არ შემოიფარგლება ქველმოქმედებით. ის ორგანიზაციები, რომლებსაც დანერგილი აქვთ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის პრაქტიკა თავიანთ კომპანიებში, შიდა პოლიტიკასა და პროგრამებს ავითარებენ თანამშრომლებთან ურთიერთობის, საზოგადოების განვითარების, გარემოსდაცვითი მართვის, საერთაშორისო ურთიერთობების, საბაზრო პრაქტიკების, ფისკალური პასუხისმგებლობის და ანგარიშების სფეროებში.

ამგვარად, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გულისხმობს, პასუხისმგებლიანი ბიზნესის კეთებას, საზოგადოების სოციალური და გარემოსდაცვითი ასპექტების გათვალისწინებით. საბოლოოდ კი ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საზოგადოების კეთილდღეობის უზრუნველყოფაში. ვინაიდან კომპანია რომელიც იღებს ამ პასუხისმგებლობას მაქსიმალურად ცდილობს მისი ქმედებით მეტი სარგებელი და ნაკლები ზიანი მიაყენოს საზოგადოებას.

საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ისტორია 14 წელს ითვლის. საკითხმა აქტუალობა შეიძინა 2005 წლიდან, მაშინ როდესაც პირველი შეხვედრა ჩატარდა ქართულ არასამთავრობო კომპანიებსა და ბიზნესმენებს შორის. სწორედ ამ შეხვედრაზე მიიღეს პირველი მემორანდუმი სოციალური თანამშრომლობის შესახებ. სამწუხაროდ, საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ მხოლოდ ერთი კვლევა ჩატარდა. კვლევა ფონდმა „ჰორიზონტმა“ „ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში“ ჩაატარა. კვლევის ძირითადი მიზანი იყო ქართული ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხის წარმოჩენა. ძირითადად ყურადღება ეთმობოდა ისეთ საკითხებს, როგორიცაა ადამიანური რესურსები და მათი სწავლება; ნაბაღისების და დაზღვევის სისტემები; მომხმარებელთან ურთიერთობა; სოციალური პროექტების დაფინანსება და სხვა. გამოკითხული 63 კომპანიიდან 28 მიეკუთვნებოდა მსხვილ ბიზნესს, ხოლო 35 საშუალოს. მთავარი პრობლემა გახლდათ ის, რომ გამოკითხულ კომპანიათა 22% საერთოდ არ გამოყოფდა თანხებს თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ასამაღლებლად.

სამწუხარო რეალობაა ის, რომ ძალიან მცირეა იმ კომპანიათა რაოდენობა, რომლებიც აზღვევს თანამშრომელთა სიცოცხლეს. ასეთ კომპანიათა რაოდენობა იყო მხოლოდ 19%. გამოკითხულ კომპანიათაგან 12 კომპანია საერთოდ არ იღებდა მონაწილეობას სოციალურ პროექტებში.

კვლევა მოიცავდა 12 შეკითხვას, ჩვენთვის განსაკუთრებით საინტერესოა, თუ როგორი ნაბაღისების სისტემებს იყენებენ კომპანიები თანამშრომელთა მოტივაციის ასამაღლებლად. კვ-

ლევის ობიექტებია წახალისების სამი ფორმა: ფულადი პრემია, ხელფასის მომატება და დასაჩუქრება. აქედან ფულად პრემიებს ერთნაირი სიხშირით იყენებენ როგორც საშუალო, ისე მხვილი კომპანიებიც, ხელფასის მომატებას უფრო ხშირად მიმართავენ საშუალო კომპანიები. დასაჩუქრებას - მხვილი კომპანიები.¹

ჩვენი რეკომენდაციით, თითოეულმა კომპანიამ იქნება ეს მსხვილი ბიზნესი და მცირე უნდა აიღოს სოციალური პასუხისმგებლობა, როგორც ზოგადად საზოგადოების ასევე თითოეული დასაქმებულის წინაშე. ამისათვის სათანადოდ უნდა უზრუნველყოს დასაქმებულის ზეგანაკვეთური სამუშაო საათების ანაზღაურება, მათი ჯანმრთელობის დაზღვევის საკითხი და შესთავაზოს სათანადო და უსაფრთხო სამუშაო გარემო-პირობები. ასევე მისი საქმიანობით ზიანი არ უნდა მიაყენოს გარემოს, პირიქით უნდა დაიცვას იგი.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ზრდა არამხოლოდ საზოგადოების, არამედ ბიზნესის ინტერესებში შედის. ვინაიდან მცირდება საოპერაციო ხარჯები, რისკის დონე, იზრდება კომპანიის იმიჯი, ბრენდის ცნობადობა, გაყიდვები, კლიენტთა კმაყოფილება, თანამშრომლების მოტივაცია და მოზიდული სოციალური ინვესტიციების მოცულობა.

ჩვენი აზრით, ბიზნესი უნდა მოქმედებდეს შემდეგი პრინციპებით:

- 1) ღიაობა და პატიოსნება.
- 2) კლიენტის მოთხოვნაზე რეაგირება და პასუხისმგებლობა.
- 3) კომპეტენტურად და სანდოდ მოქმედება.
- 4) თანამშრომლებთან და მომხმარებელთან სამართლიანი ურთიერთობა.
- 5) კანონის ფარგლებში საქმიანობა.
- 6) ეთიკურობა
- 7) საზოგადოებაზე ზრუნვა, რაც კარგად გამოიხატება ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობით.

1 შენგელია, ქ. (2018). ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ძირითადი ტენდენციები საქართველოში. სამეცნიერო ჟურნალი „სეუ და მეცნიერება“ N7, 493-497.

დასკვნა

ამგავრად, ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას ნებაყოფლობით იღებს კომპანია და მის ფარგლებში ანგარიშს უწევს მომხმარებელს, მომწოდებლებს, თანამშრომლებს, ბიზნეს პარტნიორებს და ზოგადად სოციუმს. მართალია კანონი არეგულირებს და ჩარჩოში აქცევს კომპანიის სამენარმეო საქმიანობის წესსა და სტანდარტებს. თუმცა, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში კომპანიის საქმიანობა გაცილებით სასარგებლოა საზოგადოებისთვის. საკითხი განსაკუთრებით აქტუალურია დღევანდელ პირობებში, როცა ასე გაიზარდა ეკოლოგიური საფრთხეების რისკი, შემოსავლების არათანაბარი განაწილება, სიღარიბის დონე და ადამიანთა უფლებების შელახვა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1) ქეთევან შენგელია, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამალგების ძირითადი ტენდენციები საქართველოში. სამეცნიერო ჟურნალი „სეუ და მეცნიერება“ N 7. 2018 წელი გვ: 493-497.

2) ირაკლი ლეკვინაძე, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოში. Forbes Georgia, 19 ივნისი, 2014 წელი.

REFERENCES:

1) Ketevan Shengelia, The main tendencies of raising of the social responsibilities of the business in Georgia. Scientific journal "SEU and Science" N7. 2018 year. P 493-497.

2) Irakli Lekvinadze, The social responsibility of the business in Georgia. Forbes Georgia. 19 june, 2014 year.

THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BUSINESS, AS THE EFFECTIVE MECHANISM OF COMPETITION

Tamar Talakvadze

Doctoral Student of GTU

RESUME

The social responsibility of the business is very actual today. Each company has to take some social responsibility as the public, also as the employee. It's necessary to pay to the employees overtime, to ensure their health and life, to offer more opportunities and the safe working environmental conditions. The social responsibility is so important for society and also for companies. This case is very important for companies because of several reasons, such as: company's image, brand awareness, sales, customer satisfaction and motivation of employees.

Key words: business, social responsibility.