



**ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის
ბანკითარების ძირითადი ტენდენციები და
მომავლის გამოწვევები საქართველოში**

ნინო ქავთარაძე

ბიზნესის ადმინისტრირების აკადემიური დოქტორი

სალომე ქავთარაძე

სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

განხილულია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, აქტუალობა, მისი განვითარების თანამედროვე ტენდენციები მსოფლიოში და დღევანდელი მდგომარეობა საქართველოში.

მოცემულია ამერიკელი მეცნიერის ა. კეროლის მიერ 1991 წელს შექმნილი სოციალური პასუხისმგებლობის ცნობილი პირამიდის არსი. გაანალიზებულია ISO 26000 – სტანდარტის მნიშვნელობა, „ასოცირების ხელშეკრულების“ 352-ე მუხლი, რომლის მიხედვით საქართველო ვალდებულია ხელი შეუწყოს „კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობასა და ანგარიშვალდებულებას“ და „ბიზნეს პასუხისმგებლობის პრაქტიკას“.

განხილულია საქართველოში უმსხვილესი ბანკების – „თიბისი ბანკის“ და „საქართველოს ბანკის“, ასევე კომპანია „ვისოლ ჯგუფის“ და შპს „გუდვილის“ სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი და ძირითადი აქტივობები.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ISO 26000, „ასოცირების ხელშეკრულების“ 352-ე მუხლი, სოციალური პასუხისმგებლობის პირამიდა, OECD-ის სახელმძღვანელო საერთაშორისო სანარმოებისათვის.

შესავალი

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა 21-ე საუკუნის დასაწყისის ყველაზე აქტუალური თემაა ბიზნესში. დღეს, მსოფლიოში თითქმის ყველა კომპანია ახორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებებს, რადგან ის უკვე კომპანიის იმიჯისა და რეპუტაციის შემადგენელ ნაწილად იქცა, რითაც პროდუქციას დამატებითი ე.წ. „სოციალურ ღირებულება შესძინა“. მსოფლიოში, სოციალური პრობლემების მოგვარებაში დახმარებას საზოგადოება სწორედ ბიზნესის მხრიდან მოელის. საქართველოში ეს ტენდენცია სიახლეს წარმოადგენს, ამიტომ, სამწუხაროდ, საკითხის ცოდნის დონე როგორც მოსახლეობის, ისე ორგანიზაციების მხრიდან დაბალია, რაც მათდამი ნაკლებ მოთხოვნილებას წარმოშობს.

ძირითადი ნაწილი

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მსოფლიო მასშტაბით მდგრადი განვითარების სულ უფრო და უფრო ძლიერ ინსტრუმენტად იქცა. დღევანდელია, ბიზნეს სუბიექტებს მოგების მიღების გარდა, სხვა მიზნებისკენ სწრაფვასაც აიძულებს, როგორცაა მათი საქმიანობის სოციალური და ეკოლოგიური შედეგების გათვალისწინება, ანუ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა.

კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა ხელს უწყობს: კომპანიის დადებითი იმიჯის ფორმირებას და ამაღლებას, თანამშრომლებთან, კლიენტებთან, მომწოდებლებთან და მთლიანად საზოგადოებასთან გრძელვადიანი ურთიერთობების შენარჩუნებას, კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას. ეხმარება კომპანიას უკეთ მართოს საკუთარ საქმიანობასთან დაკავშირებული რისკები, მოიზიდოს ინვესტორები.

სახელმწიფოს მიერ განხორციელებული სოციალური პროგრამები, როგორც წესი, არაა საკმარისი ქვეყანაში სოციალური ფონის გაუმჯობესებისთვის და ბიზნესის ჩართვა ამ პროცესში საზოგადოებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია, სწორედ ამიტომ, ზოგიერთ ქვეყანაში კანონმდებლობით განსაზღვრულია სა-

გადასახადო შეღავათები, რის შედეგადაც სოციალური პასუხისმგებლობა გადაიქცევა დამატებით მოტივაციად კომპანიებისთვის, სამწუხაროა, რომ ჩვენთან არ არსებობს შესაბამისი კანონმდებლობა.

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა არის კომპანიის მმართველობითი მიდგომა, სადაც ისინი იზიარებენ ეკონომიკურ, სოციალურ და გარემო პასუხისმგებლობებს. კომპანიის მიერ დანერგილი სოციალური პასუხისმგებლობა გარანტიას იძლევა, რომ კომპანიის საქმიანობა განსაზღვრულ ეთიკურ სტანდარტებში ზის, ამან კი შეიძლება მას მოუტანოს უკონკურენტო უპირატესობა, როგორცაა, მაგალითად, მოგებისა და გაყიდვების ზრდა, ოპერაციული დანაზოგები, გაუმჯობესებული პროდუქტიულობა და ხარისხი, კვალიფიციური ადამიანური რესურსები, გაუმჯობესებული ბრენდის სახე, რეპუტაცია და რაც მთავარია ამაღლებული მომხმარებელთა ლოიალურობა.

სოციალური კორპორატიული პასუხისმგებლობის მნიშვნელობის გაზრდის მიუხედავად, ის მაინც ითვლება ნებაყოფლობით განსახორციელებელ საქმიანობად. ხშირად, კომპანიის მენეჯმენტი მას განიხილავს, როგორც ზენოლის ერთ-ერთ წყაროს, რადგანაც მომხმარებელი ითხოვს კომპანიისგან სოციალურად აქტიურობას.

გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაციის განმარტების თანახმად, კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა არის „მენეჯმენტის კონცეფცია და ჩანაფიქრი, სადაც კომპანიები ახდენენ სოციალური და გარემოსდაცვითი ინტერესის ინტეგრაციას თავიანთ ბიზნეს ოპერაციებში და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთქმედებისას“¹.

შემთხვევითი არაა, ცნობილი ამერიკელი მეცნიერის, ა. კეროლის მიერ 1991 წელს შექმნილი სოციალური პასუხისმგებლობის ცნობილი პირამიდა, სადაც იგი კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას განიხილავს 4 დონეზე: საქველმოქმედო პასუხისმგებლობა, ეთიკური პასუხისმგებლობა, სამართლებრივი

1 <https://www.unido.org>

და ეკონომიკური პასუხისმგებლობა. კეროლი, ოთხ დონიანი პირამიდის მოდელში დეტალურად წარმოადგენს, თუ რამდენად არსებითია კომპანიისათვის სხვადასხვა პასუხისმგებლობის გაზიარება, განხორციელება. პირამიდაში მეცნიერი საბაზისოდ სწორედ ეკონომიკურ პასუხისმგებლობას მიიჩნევს, რადგან მას ბიზნესის ფუნდამენტალურ აუცილებლობად თვლის, ყველა დანარჩენს კი – მის ზედნაშენად განიხილავს. იგი მიიჩნევს, რომ პასუხისმგებლობის პირამიდა ერთიანობაში უნდა იყოს გააზრებული და მისი განხილვა ფრაგმენტულად დაუშვებელია¹.

აღსანიშნავია ISO 26000 – სტანდარტი, რომელიც უზრუნველყოფს რეკომენდაციებს, თუ როგორ შეიძლება ბიზნესი და ორგანიზაციები მოქმედებდნენ სოციალური პასუხისმგებლობით, ეთიკურად და გამჭვირვალედ, რაც ხელს უწყობს საზოგადოების ჯანმრთელობისა და კეთილდღეობის განვითარებას. ის განმარტავს, თუ რა არის სოციალური პასუხისმგებლობა, როგორ ეხმარება ის ბიზნესს და ორგანიზაციებს ეფექტიანი ქმედებების პრინციპების დანერგვაში და სოციალურ პასუხისმგებლობასთან დაკავშირებული საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარებაში გლობალურად, მიუხედავად მათი საქმიანობის ზომისა და ადგილმდებარეობისა².

ევროპის ქვეყნებში არსებობს საყოველთაოდ აღიარებული პრინციპები და სახელმძღვანელოები, რომლებიც ეხება კორპორაციულ-სოციალურ პასუხმგებლობას: OECD - ის სახელმძღვანელო საერთაშორისო სანარმოებისათვის (განახლებულია 2011 წელს), გაეროს გლობალური შეთანხმების 10 პრინციპი, ISO 26000 სახელმძღვანელო სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტების შესახებ, შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) სამხსრივი დეკლარაციის პრინციპები, რომლებიც ეხება მრავალეროვან სანარმოებსა და სოციალურ პოლიტიკას და გაეროს პრინციპების სახელმძღვანელო ბიზნესისა და ადამიანის უფლებების შესახებ.

„ასოცირების ხელშეკრულების“ 352-ე მუხლი, რომლის

1 <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6>

2 <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

მიხედვით საქართველო ვალდებულია ხელი შეუწყოს „კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობასა და ანგარიშვალდებულებას“ და „ბიზნეს პასუხისმგებლობის პრაქტიკას“, როგორცაა მთელი რიგი საერთაშორისო კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო რეკომენდაციების შედეგად დამკვიდრებული პრაქტიკა და განსაკუთრებით, ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) „სახელმძღვანელო რეკომენდაციები მრავალეროვანი კომპანიებისთვის“, ასევე „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში ცნობიერების ამაღლება და დიალოგის ხელშეწყობა“ (მუხლი 349, i პუნქტი).

სახელმწიფო სტრატეგიებში CSR-ის ინტეგრირების მიმართულლებით ნაბიჯების გადადგმა აუცილებელია, რათა თავიდან იქნეს აცილებული შესაძლო სირთულეები ასოცირების ამ მუხლის დროულად შეუსრულებლობისთვის, მითუმეტეს ევროპასთან თავისუფალი ვაჭრობის პირობებში, რადგან ევროპელი ინვესტორები და ექსპორტიორები დაინტერესდებიან ქართული კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხით და უპირატესობას ამ მხრივ აქტიურ კომპანიებს მიანიჭებენ.

საქართველოში, ერთ-ერთმა უმსხვილესმა ბანკმა – „თიბისი ბანკმა“ არაერთ საინტერესო და საზოგადოებისთვის სასარგებლო პროექტს ჩაუყარა საფუძველი, მაგალითად, 20 000 ლარის გადარიცხვა მოხდა სოლიდარობის ფონდში, რომელიც ონკოლოგიური დაავადებების მქონე პაციენტების დიაგნოსტიკისა და მკურნალობის დაფინანსებისთვისაა განკუთვნილი. ასევე გაღებული იქნა თანხები ახალი „მზიურის“ მშენებლობისთვის.¹

„საქართველოს ბანკი“, რომელიც შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებზე ფოკუსირდა.²

კომპანია „ვისოლ ჯგუფი“, რომლის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის დევიზია „ჩვენ ვქმნით უკეთეს მომავალს“. მნიშვნელოვანია, რომ ის 4 000-მდე თანამშრომლით ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი დამსაქმებელია საქართველოში

1 <https://www.tbcbank.ge/web/en/web/guest/personal-banking>

2 <https://bankofgeorgia.ge/en/retail/main>

და საკუთარი თანამშრომლებისათვის სოციალური პაკეტის უზრუნველყოფად მილიონობით ლარს ხარჯავს. აღსანიშნავია, პროექტი – „ნიგნი ყველა სოფელს“ რომელსაც აღნიშნულმა კომპანიამ გაუნია მხარდაჭერა და ა.შ.¹

ასევე აღსანიშნავია შპს „გუდვილი“, რომელიც წლიურად ასობით ათას ლარს ხარჯავს თანამშრომლების დაზღვევის, კვებისა და ტრანსპორტირების უზრუნველსაყოფად. ის პროგრამული უზრუნველყოფის მომსახურების აუტსორსინგს ახდენს. ასევე აქტიურადაა ჩართული სოციალურ პროექტებში, როგორცაა: მძიმედ დაავადებულთა მკურნალობისთვის გამართული ღონისძიებების მხარდაჭერა; იძულებით გადაადგილებული პირების საკვები პროდუქტებით დახმარება; მრავალშვილიანი ოჯახების ფინანსური დახმარება და ა.შ.²

მიუხედავად იმისა, რომ ზემოაღნიშნული საკითხის შესწავლას არაერთი სამეცნიერო ნაშრომი მიეძღვნა და მრავალჯერ გახდა საზოგადოების და ექსპერტების მსჯელობის საგანი, მის მიმართ არსებული მდგომარეობის შესწავლა-ანალიზი განვითარების თანამედროვე ეტაპზე მაინც აქტუალურია.

დასკვნა

კვლევა ცხადყოფს, რომ თანამედროვე პირობებში კომპანიებმა უნდა მოახდინონ ეფექტიანი სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის შემუშავება და დანერგვა, გააცნობიერონ, რომ ეს იქნება კომპანიის აღიარების საფუძველი როგორც მსოფლიო ბაზარზე, ასევე საქართველოშიც. მათ უნდა შექმნან სამსახურები, რომელთა ძირითადი ფუნქცია იქნება სოციალური პასუხისმგებლობის პრიორიტეტების გამოკვეთა, სტრატეგიის შემუშავება და აღნიშნული საქმიანობისთვის წინასწარ განსაზღვრული ბიუჯეტის შექმნა, რათა აღნიშნული მიმართულებით მათ საქმიანობას ქონდეს სისტემატიზებული, მონესრიგებული ფორმა და არ ატარებდეს სპონტანურ ხასიათს. სწორედ ამიტომაც აუცილებელი ამ მხრივ მენეჯმენტის განვითარება.

1 http://wissol.ge/_OLD/index.php?eng&cat=79&type=1

2 <http://www.goodwill.ge/index.php?lang=en>

ლიტერატურა:

1. გაერთიანებული ქვეყნების ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაცია. ოფიციალური ვებგვერდი: <https://www.unido.org>
2. გუდვილი. ოფიციალური ვებგვერდი: <http://www.goodwill.ge/index.php?lang=en>
3. თიბისი ბანკი. ოფიციალური ვებგვერდი: <https://www.tbcbank.ge/web/en/web/guest/personal-banking>
4. კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის საერთაშორისო ჟურნალი. ოფიციალური ვებგვერდი: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6>
5. საქართველოს ბანკი. ოფიციალური ვებგვერდი: <https://bankofgeorgia.ge/en/retail/main>
6. ს.ს. ვისოლ ჯგუფი. ოფიციალური ვებგვერდი: http://wissol.ge/_OLD/index.php?eng&cat=79&type=1
7. ISO საერთაშორისო სტანდარტების ორგანიზაცია. ოფიციალური ვებგვერდი: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

REFERENCES:

1. Bank Of Georgia Official Website: <https://bankofgeorgia.ge/en/retail/main>
2. Goodwill. Official Website: <http://www.goodwill.ge/index.php?lang=en>
3. International Journal of Corporate Social Responsibility. Official Website: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6>
4. ISO- International Organization for Standardization. Official Website: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
5. JSC Wissol Petroleum Georgia. Official Website: http://wissol.ge/_OLD/index.php?eng&cat=79&type=1
6. TBC Bank. Official Website: <https://www.tbcbank.ge/web/en/web/guest/personal-banking>
7. United Nations Industrial Development Organization. Official Website: <https://www.unido.org>

**THE MAIN TRENDS AND FUTURE CHALLENGES
OF SOCIAL RESPONSIBILITY DEVELOPMENT
OF BUSINESS IN GEORGIA**

Nino Kavtaradze

PhD Degree in Business Administration

Salome Kavtaradze

PhD Student of Georgian Technical University

RESUME

The present empirical paper investigates the following issues: the essence of social responsibility of business, its relevance, modern trends of its development in the world and the current situation in Georgia.

The article presents the famous pyramid of social responsibility created by American scientist A. Carroll in 1991, the importance of ISO 26000, Article 352 of the Association Agreement, according to which Georgia is obliged to promote “Corporate Social Responsibility and Accountability” and “Business Liability Practice” is analyzed.

The article discusses the quality and core activities of social responsibility of the largest banks in Georgia - TBC Bank and Bank of Georgia, as well as Wissol Group Company and Goodwill Ltd.

Key words: Corporate Social Responsibility, ISO 26000, Article 352 of the Association Agreement, Pyramid of Social Responsibility, OECD Guidelines for International Enterprises.