

სოციალური პასუხისმგებლობის როლი კროს-კულტურულ კონტაქტში

DOI - 10.36962/ecs105/3/2022-140

ნიკოლოზ გოგოლაძე

საქ-ს ფიზიკური აღზრდისა და სპორტის სახელმწიფო
სასწავლო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი,
ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,
n.gogoladze92@gmail.com

ნინო ომანაძე

სტუ ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი

რეზიუმე

განხილულია სოციალური პასუხისმგებლობის როლი კროს-კულტურულ და საერთაშორისო კონტექსტში, ეთიკის და სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, ეთიკის როლი საერთაშორისო კროს-კულტურულ კონტექსტში, სოციალური პასუხისმგებლობის როლი საერთაშორისო ბიზნესში. აღნიშნულია, რომ სოციალური პასუხისმგებლობა ემყარება საზოგადოების სოციალურ პრობლემებზე რეაგირების ნებაყოფლობით პრინციპს და იგი არ არის განსაზღვრული მოქმედი კანონმდებლობით, ან მარეგულირებელი ღონისძიებებით. გაკეთებულია დასკვნა, რომ ორგანიზაციებმა (ფირმებმა) თავიანთი რესურსებისა და ძალისხმევის ნაწილი უნდა წარმართონ ადგილობრივ საზოგადოებათა სასარგებლოდ, რომლებშიც ფუნქციონირებენ ისინი და მათი ქვედანაყოფები.

საკვანძო სიტყვები: კროს-კულტურა, სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, ორგანიზაციაზე მოქმედი ფაქტორები, ეთიკური პრობლემები საერთაშორისო ბიზნესში.

შესავალი

სოციალური პასუხისმგებლობა ემყარება საზოგადოების სოციალურ პრობლემებზე რეაგირების ნებაყოფლობით პრინ-

ციპს და იგი არ არის განსაზღვრული მოქმედი კანონმდებლობით, ან მარეგულირებელი ღონისძიებებით. გამოკვლევების თანახმად სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს სოციალური პასუხისმგებლობა. გამოკითხული მენეჯერები მიიჩნევენ, რომ ზეგავლენა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების მიმართულებით რეალურია, მას აქვს დიდი მნიშვნელობა და ეს ზეგავლენა გაიზრდება, მიუხედავად იმისა, რომ არის წინააღმდეგობებიც რიგითი მუშაკების მხრივ სოციალურ პროგრამებში ფირმის მონაწილეობასთან დაკავშირებით მოგებისა და შემოსავლების უფრო მეტად გადიდების მოთხოვნების გამო.

ძირითადი ტექსტი

საზოგადოების ცხოვრებაში ორგანიზაციებისა და ბიზნეს-მენების მონაწილეობის სხვა სფეროებს განეკუთვნება ქალაქების განახლება, ინვალიდებისათვის დახმარების აღმოჩენა, ეროვნულ უმცირესობათა წარმომადგენლების მომზადება და სამუშაოზე მიღება (დაქირავება), ხელოვნების მხარდაჭერა და სხვა. მნიშვნელოვან ქველმოქმედებას ეწეოდნენ ჯერ კიდევ ადრე და დღესაც ეწევიან ქართველი ბიზნესმენები განათლების, მეცნიერების, კულტურის და სპორტის სფეროებში.

მაშასადამე, ორგანიზაციებმა (ფირმებმა) თავიანთი რესურსებისა და ძალისხმევის ნაწილი უნდა წარმართონ ადგილობრივ საზოგადოებათა სასარგებლოდ, რომლებშიც ფუნქციონირებენ ფირმა და მისი ქვედანაყოფები. ორგანიზაციები ვერ შეძლებენ ხანგრძლივად მუშაობას თავიანთ გარემოცვასთან კონფლიქტის პირობებში. ეფექტიანი მენეჯმენტისათვის ორგანიზაციამ უნდა შეძლოს შეგუება სოციალურ გარემოსთან, რათა ეს გარემო გახდეს ორგანიზაციისათვის უფრო კეთილსასურველი. დანახარჯები სოციალურ პასუხისმგებლობაზე გამართლებულია საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტის სრულყოფით, აგრეთვე ფირმისადმი საზოგადოებრიობის ურთიერთობის გაუმჯობესებით. ყოველივე ეს იწვევს მომხმარებელთა (მყიდველთა) ლოიალობას პროდუქციის მწარმოებლებისადმი, ბიზნესში სახელმწიფოს მარეგულირებელი ჩარევის დონის შემცირებას და

საზოგადოების მდგომარეობის საერთო გაუმჯობესებას.

აღსანიშნავია ისიც, რომ მხოლოდ მსხვილ ორგანიზაციებს როდი ძალუძთ იკისრონ სოციალური პასუხისმგებლობა. ნაგვის შემგროვებელი ორგანიზაცია ან პიცით მოვაჭრე საწარმო, რომელიც გახდა ბეისბოლის გუნდის სპონსორი, აგრეთვე წვრილი გადამამუშავებელი საწარმო, რომელიც მოსწავლეებს აძლევს ექსკურსიის მოწყობის შესაძლებლობას მისი მუშაობის გასაცნობად - ყველა ისინი სოციალურად პასუხისმგებელი ორგანიზაციებია. ასეთია საავადმყოფოც, რომელიც აგზავნის თავის მუშაკს უმაღლეს სასწავლებელში სტუდენტებთან ჯანდაცვაში კარიერის შესაძლებლობათა განსახილველად.

შესამჩნევია ისიც, რომ მოგება ფრიად მნიშვნელოვანია ფირმების (ორგანიზაციების) გადასარჩენად, ნებისმიერი ორგანიზაციისთვის პირველ ადგილზეა გადარჩენა და მხოლოდ შემდეგ - საზოგადოების პრობლემები. თუ ორგანიზაცია თავის საქმეს (ბიზნესს) ვერ წარმართავს მოგებით, საკითხი სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ უპირატესად იძენს აკადემიურ ხასიათს. მაგრამ როგორც არ უნდა იყოს, ორგანიზაციებმა თავიანთი საქმეები უნდა წარმართონ საზოგადოებრივი მოლოდინის შესაბამისად. სხვანაირად რომ ითქვას, სოციალური პასუხისმგებლობა ორგანიზაციისათვის ნიშნავს უფრო მეტს, ვიდრე უბრალოდ ფილანტროპული საქმიანობა. ორგანიზაციის ხელმძღვანელობამ უნდა გამოიყენოს მენეჯმენტი, რომ უმაღლესი პრიორიტეტები მიანიჭოს მოგებასა და განვითარებას. მაგრამ მას ასევე უნდა ჰქონდეს საკმაოდ ფართო ხედვა, რათა თავისი ფირმის ინტერესებისათვის გაცნობიერებული იყოს ფირმის მიერ ნებისმიერი გონივრული მოლოდინის შესრულების მნიშვნელობა, რომელიც ყალიბდება მის მიმართ ადგილობრივი საზოგადოების შიგნით და საზოგადოების სხვადასხვა დაინტერესებული ფენების მხრივ. პრიორიტეტების ღია აღიარება და სოციალურად საპასუხისმგებლო ქცევა უზრუნველყოფს ფირმისათვის მნიშვნელოვანი მეორადი მიზნების მიღწევას. რენტაბელობა (მოგებით მუშაობა) და განვითარება ერთობლივად განაპირობებს პატიოსან დამოკიდებულებას მუშაკებისადმი,

ყველა დონის მომხმარებლებისა და ადგილობრივი საზოგადოებისადმი.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (Corporate Social Responsibility - CSR) შედარებით ახალ ტენდენციას წარმოადგენს დღევანდელ მსოფლიოში. მიუხედავად ამისა, იგი უპრეცედენტო ყურადღების საგანია სამთავრობო და კერძო სექტორების, საზოგადოებრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციების, პოლიტიკოსებისა და სხვადასხვა სფეროს ექსპერტების მხრიდან. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა წარმოადგენს კონცეფციას, რომლის თანახმადაც კომპანია ნებაყოფლობით ითვალისწინებს საკუთარი მომხმარებლების, მომწოდებლების, თანამშრომლების, ბიზნეს პარტნიორების და ზოგადად საზოგადოების ინტერესებს ბიზნეს ოპერაციების განხორციელებისას. ეს, არსებითად არის ბიზნესის კეთილი ნება, საკუთარ თავზე აიღოს უფრო მეტი პასუხისმგებლობა, ვიდრე მას კანონით ეკისრება, შეგნებულად გაცდეს მოგების მიღების თავდაპირველ ფუნქციას და ნებაყოფლობით იზრუნოს აგრეთვე საზოგადოების კეთილდღეობაზე, დადებითი წვლილი შეიტანოს სოციალური და ეკოლოგიური პრობლემების მოგვარებაში. დღესდღეობითაც, განვითარებად ქვეყნებში ხშირად სოციალური პასუხისმგებლობა კვლავ ძირითადად ქველმოქმედებად არის გააზრებული, თუმცა დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში ის გაცილებით ფართო კონცეფციას წარმოადგენს. შეიძლება ითქვას, რომ ქველმოქმედება სოციალური პასუხისმგებლობის მოძველებული ფორმაა. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ გაიაზრება, როგორც ძირითადი ბიზნესის “დამატებითი” საქმიანობა, ერთჯერადი აქტი, ან კომპანიის მიერ დროდადრო განხორციელებული ინიციატივები (რომლებიც კომპანიის მარკეტინგულ ან PR საქმიანობის ნაწილს წარმოადგენს).

არსებითად ეს არის ბიზნესის წარმოების ახალი მეთოდი, რომელიც გულისხმობს სოციალური და გარემოსდაცვითი საკითხების ჩართვას, როგორც ბიზნეს სტრატეგიაში, ისე კომპანიის საქმიანობის ყველა სფეროსა და კომპონენტში. ეს ნიშნავს,

რომ ნებისმიერი ბიზნეს გადაწყვეტილების მიღებისას ან ბიზნეს ოპერაციის განხორციელებისას, პასუხისმგებელი კომპანია ითვალისწინებს მოცემული გადაწყვეტილებისა, თუ საქმიანობის შესაძლო ზეგავლენას ბუნებრივ გარემოზე, ადგილობრივ საზოგადოებასა და სოციო-ეკონომიკურ სისტემებზე, ცდილობს შეამციროს უარყოფითი ზეგავლენა და გააძლიეროს დადებითი შედეგები. დღევანდელი გაგებით, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მოიცავს ისეთ კომპონენტებს, როგორიცაა: კორპორაციული მართვა და ეთიკა; ადამიანის უფლებათა და შრომითი საქმიანობის ძირითადი უფლებების დაცვა თანამშრომლებთან, მომწოდებლებსა და მომხმარებლებთან ურთიერთობისას; გარემოს დაცვა და გარემოზე მოხდენილი უარყოფითი ზეგავლენის შემცირება; საზოგადოების თემის საჭიროებებზე ზრუნვა; მექრთამეობასთან ბრძოლა და კორუფციის დაუშვებლობა; მომხმარებელთა უფლებების დაცვა და პროდუქციაზე პასუხისმგებლობა; მომწოდებლებთან ურთიერთობა ადგილობრივ და საერთაშორისო მოწოდების ქსელებში; გამჭვირვალობა და ანგარიშგება. ამრიგად, ეს ძალიან ფართო და მრავლის მომცველი კონცეფციაა. უკანასკნელი წლების კვლევები ერთმნიშვნელოვნად ადასტურებს, რომ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ არის მხოლოდ საზოგადოების წინაშე მორალური ვალდებულების შესრულება, ის კეთილმყოფელ გავლენას ახდენს კომპანიის უშუალო ბიზნეს საქმიანობაზეც, რადგანაც ხელს უწყობს კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, მისი იმიჯის გაუმჯობესებას, ეხმარება კომპანიას უკეთ მართოს საკუთარ საქმიანობასთან დაკავშირებული რისკები, მოიზიდოს ინვესტორები, ხანგრძლივად შეინარჩუნოს კარგი ურთიერთობა თანამშრომლებთან, მომწოდებლებთან, კლიენტებთან და ა.შ.

ორგანიზაციებს, რომლებიც ითვალისწინებენ გარემოსდაცვით, სოციალურ და მასშტაბურ ეკონომიკურ საკითხებს თავიანთ ძირითად ბიზნეს საქმიანობასთან კავშირში, უკეთესი ფინანსური მაჩვენებლები აქვთ. ამის გათვალისწინებით, სულ უფრო მეტი კომპანია ნერგავს საკუთარ საქმიანობაში სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტებს, თუმცა სოციალური

პასუხისმგებლობის განვითარება დადებით ზეგავლენას ახდენს არა მხოლოდ კომპანიების საქმიანობაზე, არამედ ზოგადად ქვეყნის განვითარებაზე. ის განიხილება როგორც ქვეყნის ეკონომიკური კონკურენტუნარიანობის ზრდის, სოციალური და ეკოლოგიური პრობლემების გადაჭრის, ვაჭრობისა და ინვესტიციების მოზიდვის, აგრეთვე მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევის მექანიზმი. გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში CSR შეიძლება გახდეს მძლავრი იარაღი, რომელიც წვლილს შეიტანს ქვეყნის აღორძინებასა და საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევაში. სოციალური პასუხისმგებლობას სულ უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მსოფლიო მასშტაბით. დღეისათვის ხელმონერილია მრავალი მთავრობათაშორისი ხელშეკრულება, რეგიონულ და საერთაშორისო დონეზე ხორციელდება სხვადასხვა მთავრობის თანამშრომლობითი პროექტები, შემუშავებული და დანერგილია საერთაშორისოდ შეთანხმებული სახელმძღვანელო მითითებები, რომელთა მთავარ, ან ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიზანს CSR-ის, როგორც მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევის ეფექტური ინსტრუმენტის განვითარება წარმოადგენს. სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებას მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ეროვნული პოლიტიკის სტრატეგიული მიზნების განხორციელებაში და ცალკეულ სექტორებში (ეკონომიკურ, სოციალურ და გარემოსდაცვით სექტორებში) არსებული პრობლემების მოგვარებაშიც. მთავრობათა შესაძლებლობები, ჩამოაყალიბონ თანამედროვე ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი სამართლებრივი მიდგომები და ეფექტურად განახორციელონ ისინი, ხშირად შემოფარგლულია საბიუჯეტო და სხვა სახის შეზღუდვებით. სოციალური პასუხისმგებლობის ნებაყოფლობითი მიდგომების გამოყენება შეიძლება განვიხილოთ, როგორც არსებული სამართლებრივი ინსტრუმენტების შემავსებელი დანამატი, რომელიც ეფუძნება ბაზრისა და საზოგადოებრივ სტიმულებს. განვითარებადი ქვეყნების მთავრობებისათვის განსაკუთრებით აქტუალურია გამოიყენონ CSR ქვეყანაში სიღარიბის შემცირებისა და მდგრადი განვითარების მიზნების მისაღწევად.

შრომითი საქმიანობის მრავალი საერთაშორისო სტანდარტი უფრო მაღალ მოთხოვნებს აყენებს, ვიდრე სხვადასხვა ქვეყნის კანონმდებლობა მოითხოვს. ეს სტანდარტები შეეხება შრომითი საქმიანობის ისეთ ასპექტებს, როგორიცაა სამუშაო პირობები, ღირსეული ანაზღაურება, თანამშრომლებთან ურთიერთობა და მათი პროფესიული ზრდის უზრუნველყოფა, ჯანმრთელობისა და სიცოცხლისთვის უსაფრთხო სამუშაო, ოჯახთან თავსებადი სამუშაო პირობები და ა.შ. ამ სტანდარტების ნებაყოფლობითი დანერგვით (რაც პასუხისმგებელი ბიზნესის მნიშვნელოვანი ნაწილია), კომპანიებს აგრეთვე წვლილი შეაქვთ მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის მრავალი პარამეტრის გაუმჯობესებაში. ცალკე თემას წარმოადგენს სოციალური პასუხისმგებლობის წვლილი მინიმალური საკანონმდებლო სტანდარტების შესრულების უზრუნველყოფაში. ეს საკითხი განსაკუთრებით აქტუალურია განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში, სადაც, ხშირ შემთხვევაში, სახელმწიფო არ ფლობს საკმარის ბერკეტებს, რათა უზრუნველყოს კანონმდებლობით განსაზღვრული მინიმალური სოციალური და გარემოსდაცვითი სტანდარტების შესრულება. ეს კი სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს, რადგან ზიანი ადგება, როგორც საზოგადოებას ასევე, ბუნებრივ გარემოს, ფერხდება ქვეყნის განვითარება და ა.შ. დღევანდელ მსოფლიოში სწრაფად იზრდება ისეთი საინვესტიციო ფონდების რაოდენობა, რომლებიც ფინანსური მიზნების გარდა სოციალურ, ეკოლოგიურ და ეთიკურ მიზნებს ისახავენ. ეს მიდგომა ცნობილია “სოციალურად პასუხისმგებელი ინვესტირების” სახელით. ეთიკურ მიზეზებთან ერთად, მას საფუძვლად უდევს მოსაზრება, რომ კომპანია, რომელიც ეფექტურად ახორციელებს CSR მიდგომებს, უკეთ იმართება, უფრო ეფექტურად ახერხებს რისკების პრევენციას და, შესაბამისად, უკეთესი ფინანსური მაჩვენებლები აქვს. შესაბამისად, საერთაშორისო ფინანსური ინსტიტუტები საინვესტიციო გადაწყვეტილების მიღებისას სულ უფრო მეტად ითვალისწინებენ თავიანთი შეფასების სისტემებში სოციალურ პასუხისმგებლობას.

დასკვნა

დღევანდელი მსოფლიოს საქმიან სამყაროში ბიზნესის ეთიკის საკითხები და სოციალური პასუხისმგებლობა განსაკუთრებული კვლევის ობიექტია. იმართება სამეცნიერო დისკუსიები და ფორუმები, ისწავლება ბევრ სამეცნიერო და სასწავლო დანესებულებაში. ბიზნესის ეთიკის თემაზე შექმნილ თითქმის ყველა სპეციალურ ლიტერატურაში, ამა თუ იმ ფორმით, გამოხატულია თუ როგორი მორალი და ადამიანური ფასეულობები უნდა იყოს საბაზრო მეურნეობის საფუძველი, თუმცა, ბოლო ხანებში მკვეთრად გაიზარდა ასეთი კურსის კრიტიკაც.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ქირთაია მ. - „ბიზნესის ეთიკა“ თბილისი 2008, გვ.32-60
<https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/biznesii/ra-aris-biznes-etika>).
2. <https://cutt.ly/ZFdFBxY>
3. <https://conferenceeconomics.tsu.ge/?mcat=2&cat=pers1&length=ge&adgi>

REFERENCES:

1. Kirtbaia M. - “Business Ethics” Tbilisi 2008
<https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/biznesii/ra-aris-biznes-etika>).
2. <https://cutt.ly/ZFdFBxY>
3. <https://conferenceeconomics.tsu.ge/?mcat=2&cat=pers1&length=ge&adgi>

THE SOCIAL RESPONSIBILITY IN A CROSS-CULTURAL CONTEXT

Nikoloz Gogoladze

Associate Professor of the Georgian State
Teaching University of Physical Education
and Sports, Doctor of Business Administration,
n.gogoladze92@gmail.com

Nino Omanadze

Georgian Technical University,
Doctor of Business Administration

RESUME

The article discusses the role of social responsibility in a cross-cultural and international context. The paper discusses the essence of ethics and social responsibility, the role of ethics in the international cross-cultural context, the role of social responsibility in international business. It is stated that social responsibility is based on the principle of voluntary response to the social problems of the society and it is not defined by the current legislation or regulatory measures. The paper states that organizations (firms) should direct part of their resources and efforts to the benefit of the local communities in which they operate and their affiliates.

Keywords: cross-culture, the essence of social responsibility, factors affecting the organization, ethical problems in international business.