

ეკონომიკის ჰუმანიზაციის ზოგიერთი მნიშვნელოვანი მექანიზმი

რეზიუმე

ანზორ აბრალავა

სტუ-ს პროფესორი

ბესიკ ბვაზავა

სტუ-ს დოქტორანტი

ორგანიზაციის პირველხარისხოვანი სოციალური მიზნები, რომელთაც გეგარნახობს ჰუმანიზმის პრინციპები, არის პირობების შექმნა პიროვნების განვითარებისათვის, სოციალური სამართლიანობის მიღწევა, შრომის დადებითი მოტივაციის შექმნა, ღირსეული საპენსიო უზრუნველყოფა, ასევე გარემოს დაცვა, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია თანამედროვე პირობებში.

სოციალური სამართლიანობა შეიძლება იყოს როგორც ინდივიდუალური, ასევე კორპორაციული (ჯგუფური). იგი მჭიდროდაა დაკავშირებული ორგანიზაციის შიგნით სოციალური ინიციატივების რეალიზაციასთან, განვითარების სტრატეგიის ფარგლებში განსაზღვრული სოციალური მიზნების შესაბამისად.

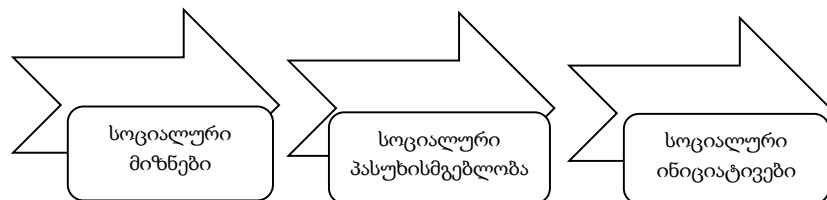
კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა - ეს არის ბიზნესის მხრიდან ეთიკის დაცვა და წვლილის შეტანა ეკონომიკურ განვითარებაში, იმაგდროულად, დასაქმებულებისა

და მათი ოჯახების, მთლიანად საზოგადოების ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება.

საკვანძო სიტყვები: ორგანიზაცია, სოციალური მიზნები, ჰუმანიზაციის პრინციპები, სოციალური სამართლიანობა, ეკონომიკური განვითარება, ცხოვრების ხარისხი, კერძო ბიზნესი, სტრუქტურა, მოთხოვნილებები, მოგების მაქსიმიზაცია, ბაზარი.

პირითაღი ტექსტი

კერძო ბიზნესის მნიშვნელოვან ელემენტებს წარმოადგენს ორგანიზაციის სოციალური მიზნები, კერძო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების დონე, ასევე თავად მომუშავეთა თვითორგანიზების ხარისხი (იხ. ნახ.1.) ფირმის სოციალური პასუხისმგებლობა



ნახ.1. კერძო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის თანხლები ელემენტები

- აშკარად თუ დაფარულად - ასახულია მის დამფუძნებელ დოკუმენტებში. ასე, მაგალითად, სამეწარმეო სტრუქტურის ერთ-ერთ ამოცანას რენტაბელურობის უზრუნველყოფასთან ერთად წარმოადგენს მომუშავეთა მოთხოვნილებების მაქსიმალური დაკმაყოფილება, მათი ინტერესების დაცვა და შინაგანი პოტენციალის განვითარება, რაც არის დასაქმებულთა წინაშე კომპანიის ხელმძღვანელობის სოციალური პასუხისმგებლობის გამოვლინება. მაგრამ მეწარმის ეკონომიკური ინტერესების სასარგებლოდ მოგების მაქსიმიზაციის დეკლარირებისას, ჩვენ საქმე გვაქვს მეწარმეთა საქმიანობაში სოციალური პასუხისმგებლობის არარსებობასთან.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა წარმოადგენს აუცილებელ და კონკურენტუნარიანობის საყოველთაოდ აღიარებულ ფაქტორს ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში. სამეწარმეო სტრუქტურების სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების განვითარებისა და საზოგადოების აქტუალური სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტაში მათი მონაწილეობის სტრატეგიული ამოცანა პირველად დაისახა მსოფლიო ეკონომიკურ ფორუმზე დავოსში (შვეიცარია) 1999 წლის იანვარში. ფორუმზე, გაეროს გენერალურმა მდივანმა კოფი ანანმა წამოაყენა გლობალური ხელშეკრულების შექმნის იდეა,

რომლის მიზანია „ზოგადი ფასეულობებისა და პრინციპების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა, რომელიც გლობალურ ბაზარს ადამიანურ სახეს მისცემს“[1]. უმსხვილესი მსოფლიო კომპანიების ხელმძღვანელებმა აღიარეს ის ფაქტი, რომ მათი ბიზნესის აყვავება პირდაპირაა დამოკიდებული პერსონალის კეთილდღეობაზე. გლობალური ხელშეკრულება მოუწოდებს მეწარმეებს მიიღონ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტები, რაც ხელს შეუწყობს სოციალური პრობლემების გადაჭრას.

მონაცემების საფუძველზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 2011 წელს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების 8700-ზე მეტი კომპანია შეუერთდა გლობალურ ხელშეკრულებას და რეალიზებას უწყევს მის ძირითად პრინციპებს თავის საქმიანობაში, ასევე იღებს მათ ფუძემდებლურ პრინციპებად კორპორაციულ სოციალურ კოდექსებში.

ამ მიმართულებით ერთ-ერთი პირველი იყო დღეს „ლუკოილის“ მიერ მიღებული სოციალური კოდექსი (2002 წ.), რომელიც მოიცავს დასაქმებულთა და ორგანიზაციის არამომუშავე პენსიონერების სოციალურ გარანტიებს, კომპანიის სოციალურად პასუხისმგებლიან მონაწილეობას საზოგადოების ცხოვრებაში, იგი ასევე ასახავს სოციალური ინიციატივების ეკონომიკურ საფუძველს“[2]. ჩვენი კვლევის ფარგლებში, განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს ის ფაქტი, რომ კომპანია ნებაყოფლობით იღებს ვალდებულებებს რეგიონების ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრებაში სოციალურად პასუხისმგებლიან მონაწილეობასთან დაკავშირებით. ასეთი მონაწილეობა მიიღწევა ხელისუფლების მუნიციპალურ ორგანოებთან თანამშრომლობის ხელშეკრულებების გაფორმების გზით. მსგავსი შეთანხმებების არსი იმაში მდგომარეობს, რომ კომპანია, რომელიც მოიპოვებს ნავთობს და გაზს, იღებს ვალდებულებას ტერიტორიების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ხელშესაწყობად, ხოლო ტერიტორიების ხელმძღვანელები, თავის მხრივ, მხარს უჭერენ და ეხმარებიან კომპანიას[3].

საწარმოს სოციალური მიზნების რეალიზაციაში მომუშავეთა ჩართულობის დონე ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობისა და, ამასთანავე, მისი ჰუმანიზაციის მნიშვნელოვანი პარამეტრია. დღესდღეობით ჩვენ შეგვიძლია ვისაუბროთ პერსონალის ჩართულობის ორგანი-

ზაციის ორ ყველაზე გავრცელებულ ფორმაზე: ჯერ ერთი, ეს არის სპეციალური ქვედანაყოფების ჩამოყალიბება კომპანიის სტრუქტურაში და საშტატო განრიგში სოციალური მიზნების პროფესიონალურ რეალიზაციაზე პასუხისმგებელი სპეციალისტების შეყვანა და, მეორე მხრივ, - კომპანიის მთელი კოლექტივის გაშუალებული მონაწილეობა (გამოკითხვის, მონიტორინგის, დირექტორთა საბჭოში კადრების საკითხში კოლექტივის წარმომადგენლის არჩევის ფორმით და სხვ.). მაგალითად, ინგლისსა და აშშ-ში ჭეშმარიტი პარტნიორობა იწყება ორგანიზაციის მართვაში დაქირავებულთა მონაწილეობის განვითარებით. ამავე მიზეზით, გერმანიაში სერიოზულად დაიწვეს საუბარი სოციალური პარტნიორობის ინსტიტუტის ჩამოყალიბებაზე XX საუკუნის მეორე ნახევარში, როცა აქტიურ ფაზაში შევიდა თანამშრომელთა მონაწილეობა მართვაში.

საზოგადოებისა და კერძო ეკონომიკური სტრუქტურების ჰარმონიზაციისა და ჰუმანიზაციის პროცესი ხორციელდება სოციალური ინიციატივების რეალიზაციის გზით. მნიშვნელოვანია პრიორიტეტების დალაგება და სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელოვნობის გაცნობიერება, ხოლო მისი პრაქტიკული რეალიზაციისათვის აუცილებელია რესურსების გამოყოფა, რათა მოხდეს უმნიშვნელოვანესი სოციალური მიზნების ცხოვრებაში გატარება.

მეწარმისა და დაქირავებულის ისტორიულად ჩამოყალიბებული მოდელია დაპირისპირება და საკუთარი ინტერესების დაცვისთვის ბრძოლა. მომუშავეები აცხადებენ გაფიცვებს, მათ მხარს უჭერენ პროფკავშირები, დასაქმებულები იძულებული არიან წავიდნენ დათმობებზე და დგება დროებითი სიმშვიდის პერიოდი. მაგრამ უკანასკნელ ხანს შეინიშნება შრომასა და კაპიტალს შორის კონფრონტაციის პოლიტიკიდან კონსტრუქციულ თანამშრომლობაზე გადასვლის ტენდენცია. მიუხედავად ამისა, ზოგიერთ ავტორს მიაჩნია, რომ იმდენად რამდენადაც პარტნიორობის მექანიზმი ბოლომდე არაა გაფორმებული, „კლასობრივი ბრძოლა“ როგორც წარსულის გადმონაშთი არ აღმოფხვრილა, არამედ მან მიიღო ცივილიზებული სახე (მაგალითად, გაფიცვების ნაცვლად გაჩნდა შერიგების კომისიები და იმართება კოლექტიური მოლაპარაკებები).

სოციალური პარტნიორობის მექანიზმის

სოციალური აკონომიკის პრობლემები

ფუნქციონირების ინოვაციურ მდგენელად ჩვენ ვთავაზობთ მითითებული მექანიზმის მუშაობის ეფექტიანობის კრიტერიუმების შემუშავებასა და დანერგვას.

ჩვენ ვთავაზობთ სოციალური პარტნიორობის ეფექტიანობისა და სამეწარმეო საქმიანო-

ბის ჰუმანიზაციის შეფასებას ოთხ სიბრტყეზე (იხ. ნახ.2):

- 1) ორგანიზაციის პერსონალის (ადამიანური კაპიტალის) განვითარების ტრილში; 2) ეკონომიკურ ტრილში; 3) სოციალურ ტრილში; 4) სამართლებრივ ტრილში.

ადამიანური ასპექტი

- ფირმის მწარმოებელი ძალების საშუალო კვალიფიკაცია.
- კადრების სწავლებაზე, გადამზადებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაზე ფირმის დაფინანსების თანხა, მლნ მან.
- სწავლებაგავლილ მომუშავეთა რაოდენობა, ადამიანი.
- თანამშრომელთა რაოდენობა, რომლებმაც მოიპოვეს საგზურები დასასვენებელ სახლებში, სანატორიუმებსა და სხვ. ორგანიზაციის ხარჯზე, ადამიანი.
- შრომისა და უსაფრთხოების ტექნიკის დაცვისთვის გამოყოფილი ფულადი საშუალებები, მლნ მან.
- შრომის სანიტარულ-ჰიგიენური პირობების შენარჩუნებისთვის გამოყოფილი ფულადი საშუალებების ოდენობა, მლნ. მან.
- მომუშავეთა მიერ წარმოებრივი საქმიანობის წარმატებულობის და პირადი შრომის ეფექტიანობის თვითშეფასება (10-ბალიანი სკალით).

ეკონომიკური ასპექტი

- რეგისტრირებული უმუშევრობის დონე, %.
- შემცირებული თანამშრომლების რიცხვი, ადამიანი.
- შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა.
- ხელფასის დავალიანება, მლნ. მან.
- ფულადი შემოსავლები ერთ სულ მოსახლეზე, მანეთი.

სოციალური ასპექტი

- ყველაზე უზრუნველყოფილი მოსახლეობის 10 %-ისა და ყველაზე ნაკლებ უზრუნველყოფილი მოსახლეობის 10 %-ის თანაფარდობა, სხვაობა.
- ფირმის ბალანსზე რიცხული სოციალური ინფრასტრუქტურის ობიექტების რაოდენობა.
- კერძო ორგანიზაციების მიერ სოციალური პროგრამების დაფინანსება (სოციალური ინვესტიციები), მლნ. მან.
- პირველადი პროფკავშირული ორგანიზაციების რაოდენობა.
- მეწარმეთა კავშირების რაოდენობა და პროფკავშირებთან მათი თანაფარდობა.

სამართლებრივი ასპექტი

- დამსაქმებელთა მხრიდან რფ შრომის კოდექსის დარღვევასთან დაკავშირებით მოქალაქეთა მომართვიანობის შემთხვევები.
- მოქმედი კოლექტიური ხელშეკრულებების რაოდენობა, ცალი.
- წინასასამართლო წესით გადაჭრილი შრომითი დავების რაოდენობა.

ნახ. 2 სოციალური პარტნიორობის მექანიზმის ეფექტიანობის კრიტერიუმები

მთლიანობაში, თუ შევავსებთ სოციალური პარტნიორობის ეფექტიანობას მთლიანი მაჩვენებლების მიხედვით, უნდა აღვნიშნოთ, რომ რაც უფრო მაღალია თითოეული ბლოკის მაჩვენებლები, მით უფრო მაღალია პარტნიორობის ეფექტიანობა და, აქედან გამომდინარე, იზრდება სამეწარმეო საქმიანობის ჰუმანიზაციის ეფექტიანობა.

ჩვენი კვლევის ფარგლებში გთავაზობთ მთლიანობაში სამეწარმეო საქმიანობისა და კერძოდ კი სოციალური პარტნიორობის ჰუმანიზაციის მექანიზმის სრულყოფის შემდეგ ღონისძიებებს:

1. საწარმოს დაქირავებულ მუშაკთა წახალისება აქციონერად, ფირმის მმართველი ორგანოს წევრად გასახდომად. აღნიშნული პროცესი განავითარებს მომუშავეთა სამეწარმეო ტიპის ეკონომიკურ ქცევას. ფირმის წარმატებული ფუნქციონირების საწინდარია დაქირავებულების დაინტერესება საკუთარი შრომის შედეგიანობით გრძელვადიან პერსპექტივაში, ასევე საკუთარ შრომაზე პასუხისმგებლობის ჩამოყალიბება. როგორც წესი, სწორედ ასეთი ფირმები არიან უფრო ეფექტიანები სხვა ანალოგიურ ფირმებთან შედარებით. ზოგიერთი მონაცემებით, მათ გააჩნიათ 50 %-ით მეტი მოგება, ვიდრე ჩვეულებრივ საწარმოებს, ხოლო შრომის მწარმოებლურობის საშუალო წლიური ნამატი 2-ჯერ მაღალია[4];

2. პარტისიპაციული (ინგლ. Participatory - ერთობლივი, გაერთიანებული) მართვის განვითარება. იგი ნიშნავს კურსს მომუშავეთა შემოქმედებითი აქტიურობის განვითარების, მომუშავეს პიროვნული თავისებურებების რეალიზაციის პირობების შექმნის, მისი თანდაყოლილი ნიჭისა და უნარების განვითარებისკენ. ასეთი შიდასაფირმო მართვა უზრუნველყოფს ერთიანი კოლექტიური მოქმედებისთვის ყოველი თანამშრომლის ძალისხმევის ინტეგრირებას. პარტისიპაციული მართვის ერთ-ერთი მდგენელია შიდასაფირმო მეწარმეობის განვითარება. მას საფუძვლად უდევს საწარმოს რესურსებისა და შესაძლებლობების გამოყენების ხარჯზე თანამშრომელთა სამეწარმეო შესაძლებლობების სტიმულირებისა და რეალ-

იზაციის ღონისძიებები;

3. მოტივაციური მექანიზმის ფართო გამოყენება მნიშვნელოვანი ასპექტია სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების განვითარებაში, რაც გასული საუკუნის დასაწყისში თავის კვლევებში აღნიშნა ამერიკელმა ფსიქოლოგმა და სოციოლოგმა ჯორჯ ელტონ მეიომ. ორგანიზაციის შიგნით ქცევის სისტემის აგებისა და ეფექტიანი მართვის პრობლემა ყველა დროში აქტუალურია. მომუშავეთა დაინტერესება სწორი მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღებითა და მათი რეალიზაციით იწვევს იმას, რომ კორპორაციული გეგმები დასაქმებულის პირად გეგმებად იქცევა, ხოლო ორგანიზაციის მიზნების მიღწევის პროცესის თანაზიარობა უშუალოდ დაკავშირებული მათი საკუთარი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებასთან. მათ უნდებოდათ არა მხოლოდ ეფექტიანი შრომის ახალი მოტივები, არამედ ახალი ცოდნაც (მ.შ. მართვის სფეროში), ფართოვდება მათი პირადი შესაძლებლობების ჰორიზონტი და, შესაბამისად, ორგანიზაცია იძენს დამატებით რესურსებს განვითარებისთვის.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, საწარმოებში პარტისიპაციული მართვის გამოყენება და მოტივაციური მექანიზმის სრულყოფა იძლევა ორგანიზაციის ადამიანური რესურსების განვითარებისა და მათი გამოყენების გაუმჯობესების შესაძლებლობას.

საწარმოს მიერ მართვის სისტემაში ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ელემენტის წარმატებით დანერგვის შემთხვევაში მისი ეკონომიკური ეფექტიანობა გეგმაზომიერად გაიზრდება, რაც ასახავს არა მხოლოდ მეწარმის, არამედ საწარმოს ყველა დაქირავებული მუშაკის ინტერესებს.

დასკვნა

თუ შევაჯამებთ ზემოთქმულს, უნდა აღვნიშნოთ, რომ სოციალური პარტნიორობის როლის ამაღლება შრომითი ურთიერთობების სფეროში და სამეწარმეო საქმიანობის ჰუმანიზაცია საზოგადოებრივ ცნობიერებაში მოითხოვს ხელისუფლების, ბიზნესისა და თავად მომუშავეთა მხრიდან სისტემურ მიდგომას მოვლენის არსის გაგების და არსებული პრობ-

სოციალური ეკონომიკის პრობლემები

ლემების კომპლექსური გადაწყვეტისადმი, მისი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლების სრულყოფას, სოციუმის განვითარების ზოგადი დონის ამაღლებას.

სოციალურად ორიენტირებული და პასუხისმგებლიანი ბიზნესი შესაძლებელია მხოლოდ სოციალურად პასუხისმგებლიანი სახელმწიფოს პირობებში, რაც, თავის მხრივ, დამოკიდებულია სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებაზე, რომელმაც თავისი მოქმედებებით (სახელმწიფოს მიერ თავისი ფუნქციების შესრულებაზე კონტროლი) უნდა გახადოს სახელმწიფო ასეთი.

პარტნიორობის ყველა მონაწილემ უნდა

გააცნობიეროს, რომ საზოგადოების მდგრადი განვითარება, მეწარმისა და მომუშავეების კეთილდღეობის ზრდა, წარმოებრივი საქმიანობის პირობების გაუმჯობესება, მოქალაქეთა შემოსავლების დიფერენციაციის დონის დაქვეითება, ასევე მომუშავეთა რეალური მონაწილეობა ორგანიზაციის მართვაში (მაგალითად, საზედამხედველო საბჭოების, მაკონტროლებელი კომისიების მუშაობაში მონაწილეობა) - ყოველივე ეს სოციალური პარტნიორობის ეფექტიანი მექანიზმის რეალური ფუნქციონირებისა და მეწარმის საქმიანობის ჰუმანიზაციის პირდაპირი შედეგია.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Михеев В.А. Основы социального партнерства: теория и практика: учебник для вузов. - М.: Экзамен, 2001.
2. Морита А. Sony. Сделано в Японии. - М.: Альпина Пабlisher, 2007. 290 с.
3. Мюллер-Армач А. О свободе и социальной справедливости // Предложения по осуществлению социальной рыночной экономики. / Социальное рыночное хозяйство // Политэкономия 1996. №1.
4. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. - М.: Дело, 2003-360с.
5. Senior Nassay William. An Outline of the Science of Political Economy. New York: Farrar Rinkart, 1939.
6. Thaler, R, Shefrin, H, An Economics Theory of self-Control // Jjournal. Polir. Econ., 1981. - Vol.89. - P.392-406.

Some important mechanisms for humanizing the economy

Anzor Abzalava
Doctor of Economics, Professor of GTU,

Besik Gvazava
The Doctoral student at Georgian Technical University

Summary

The primary social goals of the organization, which are dictated by the principles of humanism, are to create conditions for personal development, to achieve social justice, to create positive work motivation, to provide decent retirement, as well as to protect the environment, which is no less important in modern conditions.

Social justice can be both - individual and corporate (group). It is closely linked to the realization of social initiatives within the organization, according to the social goals set out in the development strategy.

Corporate Social Responsibility - It is about protecting business ethics and contributing to economic development, as well as improve the quality of life of employees and their families as a whole.

Key words: Organization, social goals, principles of humanization, social justice, economic development, quality of life, private business, structure, needs, profit maximization, market.