

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის როლი თანამედროვე გლობალურ ბიზნესში

ხათუნა ბერიშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ივანე ჯავახიშვილის
სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

მარიამ არნაძე

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი

თანამედროვე გლობალურ გარემოში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მეტად აქტუალური პრობლემაა. ნებისმიერი ფორმის კომპანიისაგან საზოგადოება მთელ მსოფლიოში მოითხოვს სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების გაზიარებას. სულ უფრო მატულობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობისადმი მოთხოვნა მომხმარებლების, ინვესტორების, მომწოდებლებისა და თანამშრომლების მხრიდან. ეს კი ინვესტორების, სოციალური პასუხისმგებლობის კვლევის საჭიროებას. გაძლიერებული კონკურენციის პირობებში, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გახლავთ ერთგვარი ინსტრუმენტი ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად, რადგან პროდუქცია იძენს დამატებით სოციალურ ღირებულებას. კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა დადებით ზეგავლენას ახდენს კომპანიის ბიზნეს საქმიანობაზე, რადგანაც ხელს უწყობს მისი იმიჯის ფორმირებას და ამაღლებას, ასევე ეხმარება კომპანიას შეინარჩუნოს გრძელვადიანი ურთიერთობები თანამშრომლებთან, კლიენტებთან და მთლიანად საზოგადოებასთან.

ექსპერტთა უმრავლესობა ამტკიცებს, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის არა მხოლოდ საზოგადოების წინაშე მორალური ვალდებულებების შესრულება, არამედ კომპანიის ბიზნეს საქმიანობის საფუძვლიანი გაუმჯობესების წყაროც.

საკვანძო სიტყვები: გლობალიზაცია, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, კომპანიების იმიჯი, მომხმარებელი.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მრავალწლიან ისტორიას და განვითარების მრავალ საფეხურს ითვლის, ამ პრობლემის აქტუალობა თავდაპირველად XIX საუკუნეში ჩნდება. სწორედ ამ პერიოდში გამოქვეყნდა წიგნი „სიმდიდრის სახარება“, რომელიც ამერიკელ ბიზნესმენს ენდრიუ კარნეგს ეკუთვნის, მან საკუთარი ქონების უმრავლესობა ქველმოქმედებას მოახმარა, ჩამოაყალიბა მრავალი ფონდი, შექმნა ათასობით უფასო ბიბლიოთეკა, ჩამოაყალიბა თავისი სახელობის ინსტიტუტი, აფინანსებდა სხვადასხვა სამეცნიერო კვლევებს, რისი მეშვეობითაც მოხერხდა დნმ-ს გამოკვლევა, ინჟინერთა მიერ რადარის შექმნა და სხვა მრავალი. თავდაპირველად როგორც ვხედავთ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ასოცირდებოდა ქველმოქმედებასთან. XX საუკუნის დასაწყისიდან კი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გასცდა ქველმოქმედების ჩარჩოებს და ამ კონცეფციამ სხვა დატვირთვა შეიძინა, რის მაგალითადაც შეგვიძლია მოვიყვანოთ ამერიკელი ბიზნესმენი ჰენრი ფორდი, რომელიც თვლიდა, რომ ქველმოქმედება ადამიანებზე დადებით ზეგავლენას არ ახდენდა და თითოეულ ადამიანს ჰქონდა შესაძლებლობა იმისა, რომ მათ გა-

მოემუშავებინათ საკუთარი არსებობისათვის საჭირო შემოსავალი, მან დაასაქმა შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები, უსინათლოები, ხეიბრები. ფორდმა ასევე განახორციელა მრავალი ცვლილება საწარმოში: შეამცირა დასაქმებულთათვის სამუშაო საათები, ასევე ბონუსთა სისტემა შემოიღო და დაიწყო ზრუნვა თანამშრომელთა ჯანმრთელობაზე. [\http://www.scn.ge/ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მოიაზრებს კომპანიათა პასუხისმგებლობას იმ თვალსაზრისით, რომ მათ დაიცვან კონკრეტული სოციალური ნორმები, იგი დაფუძნებულია ადამიანთა ქცევების სოციალურ ბუნებაზე და ღირებულებათა დაცვაზე, ასევე ხელშეწყობს ღონისძიებათა ჩატარებაზე გარემოს გასაუმჯობესებლად. სოციალური პასუხისმგებლობა ნებაყოფლობითი ხასიათის არის, თუმცაღა მისი განხორციელება ან უგულებელყოფა იწვევს სწორედ კომპანიის იმიჯის ჩამოყალიბებას დიდწილად. დღევანდელ ეპოქაში ორგანიზაციები აღარ არიან ორიენტირებული მხოლოდ მოგების მიღებასა და ეკონომიკური მიზნების შესრულებაზე, ბიზნესში ერთ-ერთი წამყვანი როლი უკვე სოციალურ მხარეს ენიჭება, რაც შედეგია თვალსაწიერის გაფართოებისა და საქმიანობათა მასშტაბის ზრდის ბიზნესის სფეროში. გლობალიზაციის პირობებში თითოეული კომპანიის წარმატება დიდწილად არის დამოკიდებული იმ ღონისძიებებზე, რომლებსაც იგი ატარებს სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში, მომხმარებლებიც ცალსახად მოითხოვენ კომპანიებისგან სხვადასხვა ვალდებულებების აღებას გარემოს დაცვისა და სოციალური კეთილდღეობის საკითხებზე, შესაბამისად მომხმარებელთა ლოიალობის მოპოვებაც არის დამოკიდებული იმაზე, თუ რამდენად ჩართულია კომპანია ამა თუ იმ სოციალური პრობლემების მოგვარების საკითხებში. დღევანდელ პერიოდში ფაქტობრივად წარმოუდგენელია ორგანიზაციის წარმატება, თუ მას არ აქვს სოციალური პასუხისმგებლობის მაღალი ხარისხი. ორგანიზაცია უკვე ბევრად მეტს გულისხმობს, ვიდრე ეკონომიკურ სისტემას, იგი ცოცხალი ორგანიზმია, რომელიც სოციალურ ფუნქციონირებს, ისინი არიან პასუხისმგებლები იმ საზოგადოების წინაშე სადაც ფუნქციონირებენ. აქედან გამომდინარე, მათ აქვთ მორალური ვალდებულება საკუთარი რესურსების ნაწილი სოციალური საჭიროებების კუთხით მიმართონ და იზრუნონ საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაზე, ისინი უნდა იყვნენ ჩართულნი ისეთ სფეროებში, როგორიც არის: გარემოს დაცვა, სამოქალაქო უფლებებისა და მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა, ჯანდაცვა და სხვა. თითოეულმა ორგანიზაციამ უნდა შეიტანოს პოზიტიური წვლილი საზოგადოების სოციალური პრობლემების გადაჭრაში. დღეისათვის მრავალი კომპანია იღებს სოციალურ პასუხისმგებლობას, რომ თავისი წარმოებით არ მიაყენოს ზარალი გარემოს, მაღალგანვითარებული ქვეყნები ძალიან დიდ თანხებს ხარჯავენ ბუნებისდაცვითი ღონისძიებების ჩატარებაზე, ასევე ტექნიკის დახვეწაზე, რომ მაქსიმალურად ნაკლებად დაზიანდეს გარემო, ხოლო თუ მაინც ხდება გარემოს დაზიანება, მათ ძალიან მაღალი პასუხისმგებლობა ეკისრებათ, რომ მოაგვარონ არსებული პრობლემა. განვითარებად ქვეყნებში კი სიტუაცია ასე არ არის, ისინი მაქსიმალურად ერიდებიან თანხების დახარჯვას ბუნებისდაცვით ღონისძიებებში, მაშინაც კი, როდესაც ისინი საკუთარი წარმოებით ზიანს აყენებენ გარემოს, მეტიც ბევრ განვითარებად ტიპის ქვეყნებში მთავრობა იმისათვის, რომ მოიზიდოს ინვესტიციები, ნებას რთავს სხვადასხვა მსხვილ კომპანიას აწარმოოს გარემოსდაცვითი სტანდარტების გარეშე პროდუქცია ისე, რომ არ დაეკისროს არანაირი პასუხისმგებლობა. **[Berishvili Kh, BSU; 2018 p.12-28.]** ერთის მხრივ ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას მრავალი სარგებლის მოტანა შეუძლია, მომხმარებლის ლოიალობის მოპოვების, კაპიტალზე ხელმისაწვდომობის, კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესების, კომპანიის იმიჯისა და რეპუტაციის ამაღლების და ა.შ. თუმცა მეორეს მხრივ არსებობს გარკვეული რისკები, რაც აუცილებლად უნდა იყოს გათვალისწინებული, მნიშვნელოვანია, რომ ღონისძიებები ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში სწორად იყოს განხორციელებული, რადგან ყალბმა სოციალურმა პასუხისმგებლობამ, რომელიც არ არის გულწრფელი, შეიძლება კომპანიის იმიჯი დააზარალოს. ასევე სწორად უნდა

იყოს განსაზღვრული ის რესურსები, რაც იხარჯება სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში, რადგან ზედმეტად დახარჯული რესურსები შეიძლება ფუჭი იყოს და მისი დაბანდება უკეთესი ყოფილიყო მეტად მომგებიან სფეროში მაგ: ტექნოლოგიებზე, კვლევებზე და ა.შ. ამიტომ ძალიან მნიშვნელოვანია სწორი ანალიზი და განსაზღვრა იმისა, თუ რას მოუტანს ესა თუ ის განხორციელებული ღონისძიება კომპანიას. [www.scn.ge/geo/main/index/]

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციას საფუძველი დასავლეთ ნაწილის მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში ჩაეყარა, თუმცაღა დღევანდელ ეპოქაში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა აღარ არის განვითარებული ქვეყნების პრივილეგია. გლობალიზაციის პირობებში იგი აქტიურად ვითარდება ლათინური ამერიკის, აფრიკის, აზიისა და აღმოსავლეთ ევროპის განვითარებად, გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა განსაკუთრებით საყურადღებოა ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში. მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის საწარმოებს თავიანთი წვლილი აქვთ ამა თუ იმ საერთო მიზნის განხორციელებაში, მაგ: ბუნებრივ რესურსთა რაციონალურად გამოყენება, მეცნიერულ და ინოვაციურ ტექნოლოგიათა განვითარება, სამუშაო ადგილების შექმნა და პირობათა გაუმჯობესება, მომუშავეთა უფლებების დაცვა და ა.შ. ევროკავშირი მუდმივად ახორციელებს სხვადასხვა პროგრამებს იმისათვის, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტები დაინერგოს. ევროპაში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა რეგულირდება შესაბამისი კანონებით, ნორმებითა და სტანდარტებით, დიდწილად კი მრავალი ასპექტი საკანონმდებლო ხასიათს ატარებს და შესაბამისად მათი დაცვა ყველა კომპანიისთვის სავალდებულოა, მაგ: კომპანიის საქმიანობა გარემოს დაცვის მაღალი სტანდარტებით, საპენსიო რეგულაციები, ჯანმრთელობის დაზღვევა. [www.makemyassignments.com/blog/]

რაც შეეხება ამერიკის შეერთებულ შტატებს აქაც ბიზნესის წარმოების ისეთი სტანდარტები, როგორიც არის მაგალითად: ადამინის უფლებათა დაცვა, გარემოს დაცვა და სხვა. რეგულირდება კანონმდებლობით, ხოლო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით ყურადღება მეტწილად გამახვილებულია ქველმოქმედებასა და სოციალურ მარკეტინგზე. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა უკანასკნელ პერიოდში დიდწილად ვითარდება აზიის ქვეყნებში, სადაც მრავალი მულტინაციონალური საწარმო ფუნქციონირებს. ცალსახაა, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ბევრი ასპექტი ნაკლებად არის განვითარებული აზიის რეგიონში დასავლეთის ქვეყნებთან შედარებით, თუმცაღა აზიის ყველა ქვეყანაზე ამის თქმა არ შეიძლება, გამომდინარე იქიდან, რომ აზიაში ქვეყნები ერთმანეთისგან მკვეთრად განსხვავდებიან დამოკიდებულებით ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ. იაპონია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მხრივ ყველაზე მაღალგანვითარებული ქვეყანაა რეგიონში, იგი ევროპის ქვეყნების რიგებშიც კი დგება ამ კუთხით, განსაკუთრებით კი იაპონიაში აქცენტი კეთდება გარემოს დაცვაზე და რესურსების ეფექტიან გამოყენებაზე. [www.CSR InTheUnited StatesAndEurope]

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ქართულ კომპანიებში

საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხმა აქტუალობა 2005 წლიდან შეიძინა, ამ პერიოდში ქართული ბიზნეს სექტორი და არასამთავრობო ორგანიზაციები შეხვდა ერთმანეთს, რის შედეგადაც „სოციალურ სფეროში თანამშრომლობის შესახებ“ მიიღეს პირველი მემორანდუმი, ხოლო უკვე 2007 წელს ჩამოყალიბდა გაეროს პროგრამის „გლობალური შეთანხმების“ წარმომადგენლობა საქართველოში „გლობალური შეთანხმება საქართველო“. საქართველოში მრავალი ხელისშემშლელი ფაქტორი არსებობდა მუდმივად იმისათვის, რომ ბიზნესის სოცი-

ალური პასუხისმგებლობა სათანადოდ განვითარებულიყო, ბევრი წლის მანძილზე საქართველოში ეკონომიკური სირთულეები და პოლიტიკური არასტაბილურობა იყო, რასაც თან ერთვოდა სამოქალაქო ომები და სხვა ბევრი სირთულე, აქედან გამომდინარე ქართულ კომპანიებს არ ჰქონიათ იმის შესაძლებლობა, რომ ეფიქრათ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე და მითუმეტეს ამ მიმართულებით განხორციელებინათ ღონისძიებები. უკანასკნელ პერიოდში კი იმ რეფორმებმა, რომელიც საქართველოში განხორციელდა, ასევე ევროინტეგრაციისკენ სწრაფვამ განაპირობა სახელმწიფოს, კერძო სექტორისა და საზოგადოების ერთიანი მოქმედებების დაწყება, ერთმანეთთან თანამშრომლობა, რაც საერთო სიკეთის მომტანია ქვეყანაში. ბიზნესის გარემოს ლიბერალიზაცია მოხდა, მაქსიმალურად შემცირდა ის ბარიერები, რომელიც ხელს უშლიდა ბიზნესის წარმოებას, დაკორექტირდა საგადასახადო განაკვეთები, მოხდა შრომის კანონმდებლობის ფორმირება. ამ ყველაფერს კი ქვეყანაში ინვესტიციების ზრდა მოჰყვა, რის შედეგადაც წარმოიქმნა აქტუალური საკითხი, კომპანიების ჩართულობა საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამაღლებაში, ეს გახდა ის ინსტრუმენტი, რითიც კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება არის შესაძლებელი. მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ცნების დამკვიდრება აქტიურად 2005 წლიდან დაიწყო, მრავალი ქართული კომპანიისათვის მაინც სიახლეს წარმოადგენს მისი დანერგვა საკუთარ კომპანიაში და პერიოდთან ერთად უფრო მეტად იკიდებს ფეხს ეს კონცეფცია ქართულ ბიზნესში, მითუმეტეს, რომ დღევანდელ პერიოდში, გლობალიზაციის ასეთ ტემპებში ქართული კომპანიები უკვე აანალიზებენ, რომ გრძელვადიან პერსპექტივაში სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების გარეშე წარმატებით არსებობა წარმოუდგენელი ხდება, მომხმარებლებიც უკვე დიდწილად აქცევენ ყურადღებას კომპანიების ჩართულობას სოციალური კეთილდღეობის ასპექტებში და შესაბამისად მეტად ლოიალურები ხდებიან იმ კომპანიებისადმი, რომელიც დიდ რესურსს დებს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში. [CDCS, 2017 „სოციალური ინტეგრაციის ახალი სტრატეგია“ გვ. 8]

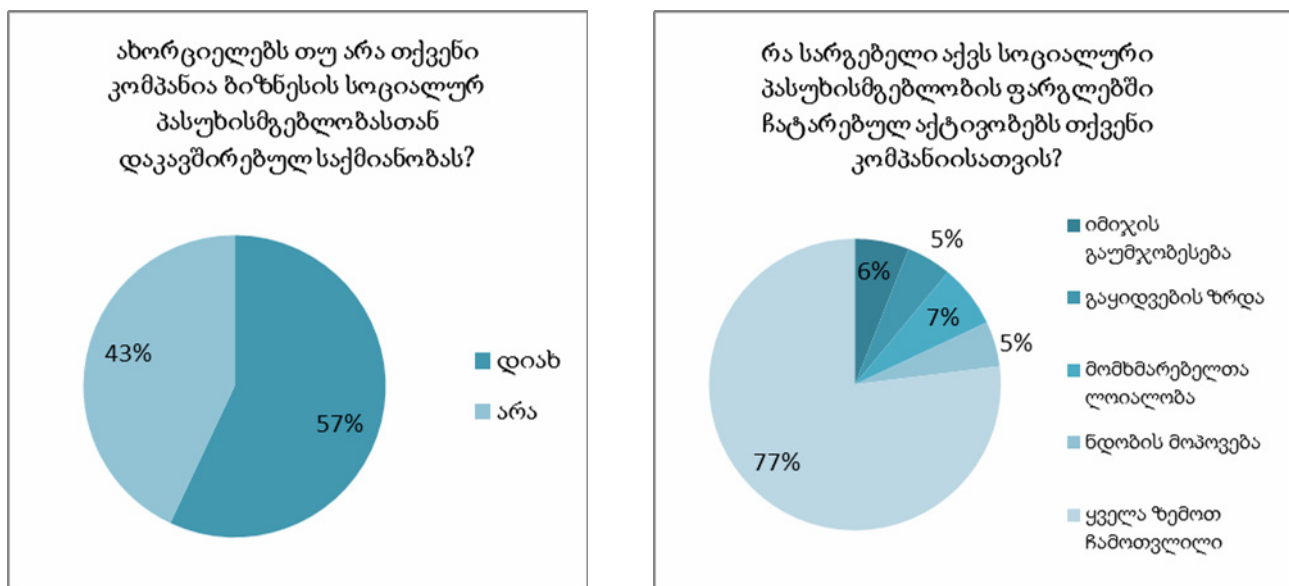
Covid 19 პანდემიამ, რომელიც გამოწვევა იყო მთელი მსოფლიოსთვის, ნათლად დაგვანახა სოციალური პასუხისმგებლობის როლი და საჭიროება ბიზნესის მხრიდან. პანდემიის პერიოდში მრავალი გადაფასება მოხდა სამყაროში, რის შედეგადაც ადამიანმა თავისი სოციალური როლის მკაფიოდ გაანალიზება მოახერხა. ეს იყო პერიოდი, სადაც ადამიანთა სიცოცხლე თითოეული ჩვენგანის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე იყო დამოკიდებული. მიუხედავად იმისა, რომ პანდემიის პერიოდს დიდი ეკონომიკური სიდუხჭირე ერთვოდა, რომელიც არ იყო პროგნოზირებადი თუ რა ვადით გაგრძელდებოდა და ზოგიერთ კომპანიას უკვე თვითგადარჩენისთვის უწევდა ბრძოლა, მრავალმა ქართულმა კომპანიამ შეძლო და სწორად გაიაზრა თავისი როლი და საჭიროება საზოგადოებრივ ყოფაში და მათ გადანყვიტეს, რომ ამ ურთულეს მომენტში საზოგადოების კეთილდღეობაში შეეტანათ თავიანთი წვლილი, რაც მომხმარებელთა მხრიდანაც ნახალისდა და საზოგადოებაში ამ კომპანიების იმიჯი გაუმჯობესდა. ამის მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ „თიბისი დაზღვევა“, რომელმაც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში ექიმებისთვის, რომლებიც ებრძოდნენ Covid19 დაავადებას, შექმნა ფონდი რომლის ბიუჯეტიც 300000 ლარს შეადგენდა. [forbes.ge/blog/] ქართველი ექიმების დასახმარებლად ასევე ფონდი ჩამოაყალიბა კომპანია „გალფმა“. [tbcinsurance.ge]. „თიბისი ბანკმა“ პროგრამის „თიბისი შენთვის“ ფარგლებში საზოგადოების მხარდასაჭერად გამოყო 5 მილიონი ლარი, მან ასევე ხელი შეუწყო დისტანციური განათლების სისტემას, შერჩეულ სტუდენტებს გადასცა ლეპტოპები, რათა სასწავლო პროცესი არ გაეჩერებინათ, ასევე ისინი მუდმივად ზრუნავდნენ ციფრულ ტექნოლოგიათა გავრცელებაზე. [bm.ge] პანდემიის რთულ პერიოდში სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიჩინა კომპანია „ნოვამ“, რომელმაც შეიძინა სამედიცინო აპარატურა რესპუბლიკური საავადმყოფოსათვის ბათუმში და მან უზრუნველყო კათარზისთან თანამშრომლობის დამყარება, რათა მოხერხებულიყო ხანდაზ-

მულთა სათანადოდ გამოკვება. [/bm.ge/ka/article/nova] „ტერასა ჯგუფი“ ეხმარებოდა სოციალურად დაუცველ მრავალშვილიან ოჯახებს, ამათთან ერთად სხვა მრავალმა კომპანიამ აიღო სოციალური პასუხისმგებლობა და დადგა საზოგადოების გვერდით, რათა ამაღლებულიყო საზოგადოებრივი კეთილდღეობა. [terrassagroup.ge]

მნიშვნელოვანია კვლევა იმ საკითხებთან მიმართებაში, თუ რა როლი აქვს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობას ამა თუ იმ კომპანიის წარმატებაში. (იხ.დიაგრამა1;2). კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ იქნა სხვადასხვა კომპანიათა 50 თანამშრომელი, რომელთა 62% წარმოადგენდა მამრობითი სქესის ადამიანი ხოლო 38% – მდედრობითი. ასაკობრივი კატეგორია კი შემდეგნაირად განაწილდა: გამოკითხულთა უმრავლესობა, 47% 25-50 წლის ასაკის კატეგორიას წარმოადგენს, 20% წარმოადგენს 50-70 წლის კატეგორიას, ხოლო 33% – 18-25 წლის კატეგორიას.

გამოკითხულთა 57% ამბობს, რომ მათი კომპანია მეტნაკლებად ცდილობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესრულებას და მაქსიმალურად ერთვება ამა თუ იმ აქტივობაში, რომელიც საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამაღლებას უზრუნველყოფს, რესპონდენტთა უმრავლესობა აღნიშნავს, რომ სწორედ სოციალური პასუხისმგებლობაა ის ინსტრუმენტი, რომელიც ეხმარება ბიზნესს კარგი იმიჯის შექმნაში, გაყიდვების ზრდაში, მომხმარებლის ლოიალობის მოპოვებაში და საზოგადოების მხრიდან ნდობის ამაღლებაში ამა თუ იმ კომპანიის მიმართ. გამოკითხულთა ნაწილი აღნიშნავს, რომ ხშირ შემთხვევაში სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიების გატარება უშუალოდ იწვევს კომპანიის იმიჯის ამაღლებას და შესაბამისად მოგების მოცულობის მატებას.

დიაგრამა 1; 2



წყარო: დიაგრამა შედგენილია ავტორების მიერ

ამდენად, ნებისმიერ ბიზნეს ორგანიზაციამ უნდა გაატაროს სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები და მოახდინოს საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაცია, რათა შეძლონ გრძელვადიანი ფუნქციონირება.

დასკვნა

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მრავალწლიან ისტორიას და განვითარების მრავალ საფეხურს ითვლის. ამ პრობლემის აქტუალობა თავდაპირველად XIX საუკუნეში ჩნდება. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მოიაზრებს კომპანიათა პასუხისმგებლობას იმ თვალსაზრისით, რომ მათ დაიცვან კონკრეტული სოციალური ნორმები, იგი დაფუძნებულია ადამიანთა ქცევების სოციალურ ბუნებასა და ღირებულებების დაცვაზე. გლობალიზაციის პირობებში თითოეული კომპანიის წარმატება დიდწილად არის დამოკიდებული იმ ღონისძიებებზე, რომლებსაც იგი ატარებს სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში, მომხმარებლებიც ცალსახად მოითხოვენ კომპანიებისგან სხვადასხვა ვალდებულებების აღებას გარემოს დაცვისა და სოციალური კეთილდღეობის საკითხებზე.

ლიტერატურა:

1. ბერიშვილი ხ. 2018 „საერთაშორისო ბიზნესის ეთიკა და სოციალური პასუხისმგებლობა. თბ, გამომც. „უნივერსალი“ .
2. საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი (2018), „თბილისის მსხვილი ბიზნესი და კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა“ (დამოკიდებულება და არსებული გამოცდილება), თბილისი.
3. სოციალური ინტეგრაციის ევროპული კომიტეტი (CDCS) (2017), „სოციალური ინტეგრაციის ახალი სტრატეგია“, გამომცემელი საქართველოში ევროპის საბჭოს საინფორმაციო ბიურო გვ. 8
4. ხოფერია ლ. (2018), საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, „კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა და საჯარო სექტორის როლი“, თბილისი. გვ.101-107
5. მენეჯმენტი, VI გამოცემა / სტივენ რობინსი, მერი კოულტერი/ გამომცემლობა „ვილიამსი“ 2004.
6. Berishvili Kh. (2018) Conception of corpoerative social responsibility: problems and evaluation. Batumi, BSU, p.12-28.
7. Berishvili Kh. (2017) Condradictory character of the process of liberalization and integration ofeconomic relations and influence of this process on the countries with small economi. 6th Business & Management Conference, Geneva, p. 3-10.
8. Berishvili Kh. (2017) Identification of integration processes in Conditions Economic Turbulance and Their Use in development of The Countries With Small Economi. Ecoforum Journal, Volume 6, Issue 2, pp.108-115.
9. Berishvili Kh. (2014) Possibilities for Mastering The Foreign Trade Potentials In Georgia. Georgian International Journal of Science, Technology and Medicine 6 (4), 277 .
10. Berishvili Kh. (2014) Liberalization of Economy and Possibilities of Development of Foreign Trade Potential in Georgia. Materials of reports made at the international scientific-practical conference held at Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University pp. 124-129.
11. Berishvili Kh. (2013) Globalization end Georgia’s Integration Into World Economic Space. Materials of reports made at the international scientific-practical conference held at Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University pp.125-128.
12. Business For Social Responsibility Education Fund, “Guide to Engaging with NGOs”, United States San.16-18

13. Bhattacharya, C.B., Sankar Sen and Daniel Korschun (2008), "Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent," MIT Sloan Management Review, 49 (2), 37-44;
14. Gray, Fr. R.H D.L.Owen & K.T.Maunders, Corporate Social Reporting: Accounting and accountability (Hemel Hempstead: Prentice Hall, 1987) p. IX.ancisco , 2001, 9-10 pp.)
15. Habisch André Corporate Social Responsibility across the Europe - Heidelberg: Springer, 2005.
16. Kytle, Beth; paramveer singh Corporate Social Responsibility as Risk Management: A Model for Multinationals (PDF). Social Responsibility Initiative Working Paper No. 10.. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University (2005).
17. Lauer R. "Defining Social Problems: Public and Professional Perspectives" , Oxford University Press, 1976 , 122 p.
18. Williams Cynthia A. Corporate Social Responsibility in a Comparative Perspective // The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility / Crane, A., et.al. - Oxford: Oxford University Press, 2008.
19. Orlitzky, Marc; Frank L. Schmidt, Sara L. Rynes (2003). «Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis» (PDF). Organization Studies 24 (3): 403-441.
20. Stoun R.Culture of corporation. London, 2016
21. Shengelia T. (2017) The role of state regulation of investment in the Georgia business development. International business in the world economic system. Universal, Tbilisi. ISBN 9789941175986.
22. Shengelia T. (2014) Business Aticophobia and the Terms For Overcaming in Georgia. Georgian International Journal of Scince, Tecnology and Medicine, Volume 6, Issue 4, Nova Science Publishers, Inc. PP. 331-337.
23. Shengelia T., Berishvili Kh. (2014). The Role of Institutional Reforms in the Improvement of the Georgian Investment Environment. Journal of Social Sciences, Volume 3, Issue 2, International Institute of Social and Economic Sciences. PP. 81-87.
24. Shengelia T., Berishvili Kh. (2014). Evaluation of the Global Position of Georgia and its Role In the Development of Business. Georgian International Journal of Scince, Tecnology and Medicine, Volume 6, Issue 1, Nova Science Publishers, Inc. PP. 57-65.
25. Shengelia T., Berishvili Kh. (2013). Globalization and Place of Georgia in International Business. Georgian International Journal of Scince, Tecnology and Medicine, Volume 5, Issue 3/4, Nova Science Publishers, Inc. PP. 229-238.
26. <http://www.scn.ge/geo/main/index/>.7-9 pp.
27. <https://www.makemyassignments.com/blog/disadvantages-of-csr/> 10-13pp
28. https://www.researchgate.net/publication/336148742_The_Stage_of_Corporate_Social_Responsibility_in_EU_CEE_Countries 24-27pp
29. www.CSRInTheUnitedStatesAndEurope]18-24pp
30. <https://asiancenturyinstitute.com/environment/494-csr-in-japan> 1-3pp
31. (<http://forbes.ge/blog/>
32. <https://tbcinsurance.ge/ka/blog/article/190-300-000-lari-covid19-tan-mebrdzoli-ekimebisa-da-ektnebis-dasazghvevad>
33. <https://bm.ge/ka/article/quotgalfiquot-covid-19-tan-mebrdzoli-eqimebis-mxardacheras-agrdzelebs/65726/>
34. <https://www.tbcbank.ge/web/ka/web/guest/covid-19-challenges>.
35. <https://bm.ge/ka/article/nova-pandemiis-gamowvevis-dasadzlevad-65-000-lars-gamoyofs/53004/>
36. <https://terrassagroup.ge/ka/news/page-/>

The Role of Corporate Social Responsibility in Modern Global Business

Khatuna Berishvili

*Doctor of Economics, Associate professor of
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University*

Mariam Arnadze

*PhD student of Ivane Javakhishvili
Tbilisi State University*

SUMMARY

The social responsibility of business has a long history and many stages of development, the relevance of this problem first appeared in the 19th century. Corporate social responsibility includes the responsibility of companies to comply with specific social norms, It is based on the social nature of human behavior and the protection of values. In the conditions of globalization, the success of each company depends to a large extent on the measures it carries out within the framework of social responsibility.