

# ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და ფორმები

## ელგუზა კონხარია

ეკონომიკის დოქტორი  
შპს სასწავლო უნივერსიტეტი „გაენათის“ ასოცირებული პროფესორი

*საქართველოს ეკონომიკის საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლა რთული და მრავალმხრივი პროცესია, რაც მჭიდროდაა დაკავშირებული საბაზრო მექანიზმების ფორმირება-ამოქმედების მექანიზმთან.*

*თანამედროვე პირობებში ბიზნესის განმსაზღვრელი მოტივია მეწარმის, პიროვნების იდეის რეალიზაცია, მისი თვითდამკვიდრება და თვითგანვითარება. ამ შემთხვევაში სოციალური მხარე თამაშობს წამყვან როლს, ხოლო წმინდა ეკონომიკური მომენტი მის მიმართ არის დაქვემდებარებული. დღეისათვის პირობებში ბიზნესსუბიექტები წარმოადგენენ განსაკუთრებულ სოციალურ ჯგუფებს, რომელთაც აქვთ საკუთარი სტრუქტურა. და შესაბამისად, ეკონომიკის ერთ-ერთ აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლება.*

*საკვანძო სიტყვები: სოციალური პასუხისმგებლობა; სოციალური დაცვა; სოციალური დაზღვევა; სოციალური უზრუნველყოფა; სოციალური პოლიტიკა.*

„ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ეს არის ბიზნესის კეთილი ნება გადაჭრას ის პრობლემები, რომელიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ გამოწვეულია ბიზნესის საქმიანობით 1992 წლიდან დასავლეთში სულ უფრო პოპულარული ხდება ამერიკელი მეცნიერის შეხედულება, რომ კომპანიებმა საკუთარი ინიციატივით უფრო მნიშვნელოვანი როლი უნდა შეასრულონ საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევაში. კომპანიებმა ბიზნესი უნდა აწარმოონ სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესების გათვალისწინებით, რომ ერთობლივი ძალისხმევით მიღწეულ იქნეს საერთო მიზანი-მდგრადი განვითარება.

დღეს თანამედროვე მსოფლიოში წარმოუდგენილია ნორმალური რეპუტაციის მქონე კომპანია, რომელიც არ აქტიურობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით. ეს უკვე გახდა ბიზნესის წარმოების ჩვეულებრივი ფორმა. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნესის რეაქცია საზოგადოების შეცვლილ მოთხოვნებზე. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში ჩართულია სამი მხარე: სახელმწიფო, ბიზნესი და საზოგადოება, რომლებიც ერთმანეთში აქტიურ კომუნიკაციას ახორციელებენ. ასევე მნიშვნელოვანი როლი აქვს მედიას, რომელიც ზემოთ ჩამოთვლილ მხარეებს შორის აქტიური კომუნიკატორია.

საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის თემა თითქმის 10 წლისაა. პირველად თემა გააქტიურდა 2005 წელს, როდესაც გაიმართა შეხვედრები ქართულ არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და ბიზნესსექტორს შორის. შეხვედრებს გაცნობითი და საინფორმაციო ხასიათი ჰქონდა. მიღებულიქნა პირველი მემორანდუმი სოციალურ სფეროში თანამშრომლობის შესახებ.

საქართველოში მოქმედი ბიზნესი, თავისი მასშტაბების და შესაძლებლობებთან შეფარებით საკმაოდ დიდ ფულს ხარჯავს სოციალურ პროექტებსა და ქველმოქმედებაზე. ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესის სოციალური საქმიანობა არ იყოს ქაოსური და მოექცეს გარკვეულ სისტემაში. მჭიდროდ იყოს დაკავშირებული კომპანიის პრიორიტეტებსა და სტრატეგიასთან.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების და პრაქტიკის დანერგვა საქართველოში აუცილებელია ბიზნესსექტორის დაჩქარებული განვითარებისთვის. ეს არის საზოგადოებასთან ეფექტური კომუნიკაციის, სტაბილურობის უზრუნველყოფის, მდგრადი განვითარების და ბიზნეს რეპუტაციის გამყარების დამატებითი ინსტრუმენტი.

სოციალური საბაზრო ეკონომიკის ფუძემდებლურ ელემენტს წარმოადგენს სოციალური დაცვის სისტემა ისეთ ცხოვრებისულ შემთხვევებზე, როგორცაა უმუშევრობა, სიბერე, ინვალიდობა და ა.შ. ამიტომაც დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სოციალური პოლიტიკის პრინციპების გამოყენებას.

სოციალური პოლიტიკის პრინციპებში იგულისხმება: სოციალური დაზღვევა, სოციალური უზრუნველყოფა, მორალური პასუხისმგებლობა და სხვა. სოციალური პოლიტიკის განმსაზღვრელი და მამოძრავებელი ბერკეტია მატერიალური დოვლათი, რომელიც იქმნება რეალურ საწარმოო სექტორში. „სოციალური პასუხისმგებლობა“ ეს არის კონცეფცია, რომელიც აფუძნებს, რომ ბიზნესმა უნდა დაიცავს არამხოლოდ კანონები, აწარმოოს ხარისხიანი პროდუქტი ან მომსახურება, არამედ ნებაყოფილობით ღებულობს თავის თავზე ვალდებულებებს საზოგადოების წინაშე იმუშაოს ხალხის ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებისთვის.

არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სამი ძირითადი თეორიული დასაბუთება. პირველი გულისხმობს კორპორაციული ეგოიზმის თეორიის ამოქმედებას; მეორეა კორპორაციული ალტრუიზმის თეორია, რომელიც ადგენს, რომ კორპორაციები ვალდებული არიან მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაში. მესამე პოზიცია წამოგვიდგება, როგორც ერთ-ერთი ძლიერი „ცენტრალური“ თეორია - „გონივრული ეგოიზმისა“, რომლის თანახმადაც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა - ეს უბრალოდ არის „კარგი ბიზნესი“, რადგან ამცირებს მოგების გრძელვადიან დანაკარგებს [Mekhia I., 2011].

განასხვავებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შიდა და გარე მიმართულებებს.

ბიზნესის სოციალურ შიდა პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: შრომის უსაფრთხოება, შრომის ანაზღაურების სტიმულირება, თანამშრომელთა დამატებითი სამედიცინო და სოციალური დაზღვევა; ბიზნესის გარე სოციალურ პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: სპონსორობა და ქველმოქმედება, ზრუნვა გარემოს დაცვაზე, საქონელსა და მომსახურების მომხმარებლებს შორის პასუხისმგებლობა.

ბიზნესის მდგრადი განვითარება განაპირობებს მისი სოციალური პასუხისმგებლობის მაღალ დონეს, რადგანაც ასეთი განვითარება, ეს არის ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური მდგომარეობის ბალანსი.

ძლიერი ბიზნესსუბიექტებისთვის მაქსიმალური მოგების მიღების საფუძველია არამარტო არსებული ხელსაყრელი ბუნებრივი რესურსების გამოყენება და ბიზნესის მოქმედების არეალში მომგებიან მდგომარეობაში ყოფნა, არამედ ხელისუფლების სერიოზული მხარდაჭერაც.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განმსაზღვრელი ფაქტორები შეიძლება ჩამოყალიბებულ იქნეს შემდეგნაირად:

- ბიზნესსუბიექტების ხელმძღვანელობის ჩართვა ადგილობრივი საზოგადოების სოციალურ ქსელში;
- ბიზნესსუბიექტების ეკონომიკური მაჩვენებლები (გადასახადების გადახდა, დროულობა და ა.შ.);
- წარმოების ტექნოლოგია;
- ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმების პოლიტიკის მდგომარეობა;
- ბაზრის მსოფლიო სტანდარტებისადმი ორიენტაცია.

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას მრავალსაფეხურიანობა ახასიათებს:

საბაზისო დონე ითვალისწინებს შემდეგი ვალდებულებების შესრულებას: გადასახადების, შრომის ანაზღაურების დროული გადახდა, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;

მეორე დონე ითვალისწინებს მუშაკების არამხოლოდ მუშაობის, არამედ ცხოვრების ადეკვატური პირობებით უზრუნველყოფას: მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლება, საცხოვრებელი ბინების მშენებლობა, სოციალური სფეროს განვითარება.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ ოთხი ძირითადი მდგომარეობა არსებობს: 1) საბაზრო . 2) მიდგომა სახელმწიფოებრივი რეგულირების პოზიციიდან, 3) მიდგომა „კორპორატიული სინდისის“ პოზიციიდან, 4) მიდგომა „დაინტერესებული პირის“ პოზიციებიდან.

საბაზრო მიდგომა კორპორაციების საქმიანობის რეგულირების მზა ფორმას უზრუნველყოფს და თავიდან იცილებს სახელმწიფოს ბიუროკრატიული ჩარევის აუცილებლობას. საბაზრო მიდგომის თანახმად, მომხმარებელი ყოველთვის უფრო ხელსაყრელ მდგომარეობაშია ისეთ საზოგადოებაში, სადაც კორპორაციები თავისუფალი კონკურენციის პირობებში მხოლოდ მოგების ზრდის პრინციპით ხელმძღვანელობენ. ეს მიდგომა მნიშვნელოვან მხარდაჭერას პოულობს ზოგად ეკონომიკურ თეორიაში [Shengelia T., 2008].

რაც შეეხება სახელმწიფო რეგულირების პოზიციებიდან მიდგომას, მას უამრავი „მომხრე“ და „საპირისპირო“ არგუმენტი დამოკიდებულია თითოეული ადამიანის წარმოდგენაზე მთავრობასა და ადამიანის ბუნებაზე. ამ მიდგომის მომხრეთა უმრავლესობა სახელმწიფო სტრუქტურებს განიხილავს, როგორც საქმიან ცხოვრებაზე უფლებამოსილ დამკვირვებლებს, თუმცა, სახელმწიფო რეგულირება არასოდეს არ არის სრულყოფილი.

„კორპორაციული სინდისის“ პოზიციებიდან მიდგომის ძლიერი მხარეა ის, რომ მისი კრიტერიუმია მორალური პასუხისმგებლობა, რომელიც წარმოიქმნება კორპორაციის შიგნით.

„დაინტერესებულ პირთა“ პოზიციებიდან მიდგომისადმი ბიზნესში კლასიკური მოსაზრება არის ის, რომ კორპორაციებს გააჩნია ვალდებულებები აქციონერების წინაშე, რომელიც წმინდა და ურყევეა. კორპორაციების მოქმედება ან უმოქმედობა ნაკარნახევი უნდა იყოს აქციონერებზე ზრუნვით, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ისეთი მაჩვენებლებით, როგორცაა: აქციების საბირჟო კურსი, შემოსავალი აქციაზე ან ნებისმიერი სხვა საფინანსო მაჩვენებელი.

რ. ფრიდმენმა და დ. რიდმა წარმოადგინეს „დაინტერესებული პირის“ ორი განმარტება: ერთი - ფართო გაგებით, რომელიც მოიცავს ჯგუფებს, სადაც მოკავშირეები, ან მოწინააღმდეგეები არიან, და მეორე - ვიწრო გაგებით, რომელშიც ძირითადად სტენფორდის კვლევითი ინსტიტუტის განმარტების არსია გადმოცემული, მაგრამ, უფრო დაკონკრეტებული.

„დაინტერესებული პირი“ ფართო გაგებით - ნებისმიერი ჯგუფი ან პირია, რომელსაც შეუძლია გავლენა მოახდინოს ორგანიზაციის მიერ მიზნის მიღწევაზე. ამ მოსაზრებით „დაინტერესებულ პირებს“ წარმოადგენენ საერთო ინტერესებით გაერთიანებული საზოგადოებრივი ჯგუფები, სამთავრობო ორგანიზაციები პროფგაერთიანებები, კონკურენტები, კავშირები, აგრეთვე, მუშა-მოსამსახურეები, მყიდველთა ჯგუფები, აქციათა მფლობელები და ა.შ. „დაინტერესებული პირი“ ვიწრო გაგებით - ნებისმიერი ჯგუფი ან პირია, რომელზეც ორგანიზაციის შემდგომი სიცოცხლისუნარიანობაა დამოკიდებული. ამ გაგებით „დაინტერესებულ პირებს“ წარმოადგენენ მუშა-მოსამსახურეები, მყიდველთა ჯგუფები, ზოგიერთი მიმწოდებელი, ძირითადი სამთავრობო ორგანოები, ზოგიერთი ფინანსური ორგანო და ა.შ.

„დაინტერესებული პირის“ კონცეფციის განხორციელების კონკრეტული რეკომენდაციები ძალიან მრავალფეროვანია. ეს შეიძლება იყოს, მაგალითად „დაინტერესებულ პირთა“ ჯგუფების ჩართვა სტრატეგიულ გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესში.

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას განვითარებულ ქვეყნებში საუკუნოვანი ისტორია აქვს. ის გულისხმობს ბიზნესის კეთილ ნებას - უპასუხოს საზოგადოების მოთხოვნებსა და საჭიროებებს. სოციალურად პასუხისმგებელი კომპანიები ცდილობენ თავის საქმიანობაში სოციალური, გარემოსდაცვითი და ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული საკითხები გაითვალისწინონ და საზოგადოების განვითარებაში თავისი წვლილი შეიტანონ.

რაც უფრო წარმატებულია კომპანია, მას მეტი სოციალური პასუხისმგებლობა აკისრია. წარმატებულთა რიცხვში კი ის კომპანიები ხვდებიან, რომლებიც არამხოლოდ საკუთარი ბიზნესით ინტერესდებიან, არამედ უფრო გლობალურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით პრობლემზე ახდენენ ზეგავლენას [Erkomaishvili G., 2004].

XXI საუკუნის დასაწყისიდან საქართველოში ცნობილი კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობა გაიზარდა. კომპანიები ხშირად ეხმარებიან სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას, მიუსაფარ ბავშვებს, მართავენ სხვადასხვა საქველმოქმედო ღონისძიებას და აქციებს, არაერთ სოციალურ პროექტს ახორციელებენ გარემოს დაცვის, განათლების, კულტურის, სპორტის განვითარების დასაფინანსებლად და ა.შ. ბოლო 10 წელია ბიზნესსექტორი აქტიურად არის ჩართული სხვადასხვა სოციალურ პროექტებსა და საქველმოქმედო ღონისძიებებში.

სოციალური პასუხისმგებლობა ორგანიზაციების მუშაობის ერთ-ერთი მასშტაბური საქმიანობაა. ზოგიერთ ქვეყანაში კანონით განსაზღვრულია საგადასახადო შეღავათები. ამიტომ, სოციალური პასუხისმგებლობა დამატებითი მოტივაციაა კომპანიებისთვის. გარკვეული შეღავათების არსებობა სტიმულს მისცემდა კომპანიებს გრძელვადიანი სოციალური პროგრამების შემუშავებისთვის.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა განიხილება როგორც ინვესტიცია, რომელსაც თავის მხრივ, შეუძლია მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაში და საინვესტიციო მიზიდველობის გაზრდაში. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ შემთხვევაში, თუ გვსურს მოვიზიდოთ ინვესტორები დასავლეთის განვითარებული ქვეყნებიდან, რადგან მათი მხრიდან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საინვესტიციო გადაწყვეტილების მიღებისას კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტების შესრულებას.

ამრიგად, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარება დადებით ზეგავლენას მოახდენს საქართველოს მდგრად განვითარებაზე, საგარეო ურთიერთობის გაუმჯობესებასა და ქვეყანაში არსებულ მრავალ პრობლემაზე. საჯარო სექტორმა უნდა განახორციელოს მართებული ნაბიჯები იმისთვის, რომ კერძო სექტორმა საკუთარი სოციალური პასუხისმგებლობით მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს ქვეყნის განვითარებასა და ეროვნული პოლიტიკის მიზნების განხორციელებაში. გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებისთვის სოციალური პასუხისმგებლობა შეიძლება გახდეს ის მძლავრი იარაღი, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყნის აღორძინებასა და საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევას.

## ლიტერატურა:

1. ერქომაიშვილი გ. მეწარმეობის ფორმირებისა და განვითარების თავისებურებები საქართველოში თბ., 2004
2. შენგელია თ. ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები თბ., 2008
3. მესხია ი. ბიზნესის საფუძვლები თბ., 2011

## The Essence and Forms of Social Responsibility of a Business

**Elguja Konjaria**

*Doctor of economics Associate Professor  
(LTD) teaching university "Gaenati"*

### S u m m a r y

The transition to market economy of Georgia is a complex and multilateral process that is closely related to the formation and operation of market mechanisms. In modern conditions, the idea of business is to realize the idea of a self-asset and self-development. In this case social role plays a leading role and the net economic moment is to be subjected to it. One of the most pressing problems of the economy is the social responsibility of business

**Key words:** social responsibility ; social security ;social insurance ;social ensure; social politics.