



ა(ა)იპ საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ტბელ აბუსერისძის სახელობის სასწავლო
უნივერსიტეტი

აგრარულ მეცნიერებათა და ბიზნესის ადმინისტრირების ფაკულტეტი

ნინო ნაკაშიძე

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: **ლია ბერიძე**

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,

პროფესორი

ხიჭაური

2021

ანოტაცია

ბიზნესი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისა და განახლებისთვის უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს წარმოადგენს, რომელიც თავის მხრივ გულისხმობს როგორც ნოვატორული პროდუქციის შექმნას, სარისკო საქმიანობის წამოწყებას და ძიებას შესაბამისი ბაზრისა სადაც შესთავაზებს მომხმარებელს სიახლეებს, შესაბამისად აღნიშნულის თანმდევი პროცესია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლების ღონისძიებების გატარება.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა წარმოადგენს ბიზნეს სუბიექტების სოციალური პოზიციონირების საშუალებას, რაც კომპანიას უქმნის პროგრესული ორგანიზაციის იმიჯს და იმისთვის რომ ბიზნეს საქმიანობა იყოს წარმატებული და განვითარებადი და ამიტომ უნდა მოერგოს ქვეყნის ეკონომიკასა და პოლიტიკას. წვლილი შეიტანოს სოციალური პრობლემების აღმოფხვრაში. ვინაიდან ბიზნეს საქმიანობა მორგებულია ქვეყანაში არსებულ სიტუაციასა და მიმდინარე ფაქტორებზე.

ეკონომიკის ერთ-ერთ პრობლემას წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლება, ვინაიდან ბიზნეს სუბიექტები უმნიშვნელოვანეს სოციალურ ჯგუფს წარმოადგენენ, რომელთაც საკუთარი აგებულება აქვთ და სწორედ ამ მიზეზის გამო ეკონომიკის ერთ-ერთი საჭირბოროტო ამოცანაა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლება.

ნაშრომი წარმოადგენს საქართველოში არსებული ბიზნეს გარემოს განვითარებისა და ხელშეწყობის განხილვას და აგრეთვე სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლებასთან დაკავშირებულ მნიშვნელოვან საკითხებს. აღნიშნული თემის აქტუალურობას კი განაპირობებს ის რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარება დადებით ზეგავლენას ახდენს საქართველოს მდგრად განვითარებაზე და რადგან ქვეყანაში არის ცვლადი ბიზნეს გარემო და ასევე მიმდინარე პერიოდში თან დაერთო კორონავირუსით (COVID-19) გამოწვეული უარყოფითი ზეგავლენა, ამიტომ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია არსებული მდგომარეობის დახასიათება და სწორი ნაბიჯების გადადგმა.

Annotation

Business is the most important factor for the development and renewal of the country's economy, which in turn means creating innovative products, launching risky activities and searching for a relevant market where it will offer customers innovations, therefore the accompanying process is to take measures to increase business social responsibility.

Corporate social responsibility is a means of positioning the company socially, which gives the company the image of a progressive organization and for the business to be successful and developing and therefore must adapt to the country's economy and policies. Contribute to the elimination of social problems. Because the business activity is adapted to the situation in the country and the current factors.

One of the problems of the economy is to increase the social responsibility of business, as business entities are the most important social group that has its own structure, and for this reason one of the most important tasks of the economy is to increase the social responsibility of business.

The paper discusses the development and promotion of the existing business environment in Georgia, as well as important issues related to raising social responsibility. The urgency of this topic is due to the fact that the development of corporate social responsibility has a positive impact on the sustainable development of Georgia and because the country has a changing business environment and the current impact of coronavirus (COVID-19), it is especially important to characterize the current situation and take the right steps.

ს ა რ ჩ ე ვ ი

შესავალი-----	5
თავი I. ბიზნესგარემოს არსი და მისი ფორმირების თავისებურებები	
1.1 - ბიზნეს გარემოს არსი და მისი როლი ბიზნესის განვითარებაში-----	7
1.2 - ბიზნესის განვითარების თანმიმდევრობა და ხელშეწყობა საქართველოში COVID 19-ის პირობებში-----	10
თავი II. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები	
2.1 - ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და ფორმები-----	18
2.2 - საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ღონისძიებები-----	26
2.3 - ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და COVID-19-----	33
დასკვნა-----	51
გამოყენებული ლიტერატურა-----	54

შესავალი

თემის აქტუალობა. ბიზნეს სუბიექტის წარმატებული ფუნქციონირება და ლიდერის პოზიციის მოპოვება ბაზარზე მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე, რომელიც უმეტესად ბიზნეს სუბიექტის სტრატეგიაშიც ჰპოვებს ასახვას, და სწორედ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გვევლინება კომპანიის სოციალურ პოზიციონირების საშუალებად, რომელიც საბოლოო ჯამში ბიზნეს სუბიექტს უქმნის პროგრესული ორგანიზაციის იმიჯს.

დღესდღეისობით თითქმის ყველა მსხვილი კომპანია ახორციელებს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებებს, რადგან ვალდებულია მოერგოს იმ მოთხოვნებს, რომელსაც თავის მხრივ უწყებს თავისი მომხმარებელი. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა თანაბრად არის მნიშვნელოვანი ყველა ორგანიზაციისათვის, მისი კატეგორიისა და წარმოშობის მიუხედავად. ნებისმიერი სახისა და ზომის ბიზნეს სუბიექტისაგან მთელს მსოფლიოში თანამედროვე საზოგადოება მოითხოვს სოციალურ პასუხისმგებლობას. ვინაიდან მსოფლიო მრავალი პრობლემის წინაშე დგას და საზოგადოება ელოდება, რომ კომპანიები თავიანთი პასუხისმგებლობის ნორმებსა და ფარგლებში დაეხმარებიან მათ გადაჭრაში.

ბიზნეს სუბიექტები გლობალურ საინტეგრაციო პროცესში ყოველწლიურად ზრდიან ინტეგრაციის ხარისხს, რაც აუცილებელს ხდის მათ გაზარდონ კორპორაციის საქმიანობის გამჭვირვალობა, სოციალური პასუხისმგებლობა და ეფექტიანობა.

სოციალური პასუხისმგებლობა გვევლინება ბიზნეს სუბიექტის სოციალური პოზიციონირების საშუალებად, ბსპ არ არის არჩევანი, არამედ ის არის აუცილებლობა ნებისმიერი ბიზნესსუბიექტისათვის, მათ შორის ქართული ბიზნესსუბიექტებისთვისაც. ვინაიდან ის ბიზნესსუბიექტები, რომლებიც ეთიკური ბიზნესის პრაქტიკას სწრაფად და ეფექტურად ითვისებენ გადარჩებიან, ხოლო ისინი, რომლებიც ვერ ახერხებენ იმოქმედონ დღეს, სამომავლოდ გაურკვევლობის წინაშე აღმოჩნდებიან.

რადგანაც ბიზნესსუბიექტები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ, როგორც საზოგადოებაზე, ასევე გარემოზე და ეკონომიკაზე, ამიტომაც მათ წვლილი უნდა

შეიტანონ, როგორც თავიანთი ეკონომიკის განვითარებაში, აგრეთვე, დადებითი გავლენა უნდა მოახდინონ გარე სამყაროზე, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის როგორც თანამედროვე ეკონომიკაში მდგრადი განვითარების ერთერთმა ფაქტორმა განაპირობა თემის აქტუალობა.

კვლევის მიზნები და ამოცანები. კვლევის მთავარი მიზანია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემების შესწავლა და მისი როლის განსაზღვრა ეკონომიკაში, აგრეთვე, საქართველოში არსებული ბიზნეს სუბიექტების მიერ განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებების შედეგის შეფასება. კვლევის მთავარ ამოცანას წარმოადგენს სოციალური პასუხისმგებლობის განსაზღვრა და მის თეორიული ასპექტების შესწავლა, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ღონისძიებების შეფასება პანდემიის ფონზე.

კვლევის საგანი და ობიექტი. სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის საგანს წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების პერსპექტივების ძიების გზებს საქართველოში და ორგანიზაციების მიერ პასუხისმგებლობის გატარების ღონისძიებებს.

კვლევის თეორიულ მეთოდოლოგიური საფუძვლები. კვლევის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენს ბიზნესგარემოს და ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით არსებული მნიშვნელოვანი საკითხების შესახებ სხვადასხვა ავტორთა სამეცნიერო გამოკვლევები და ნაშრომები.

სამაგისტრო ნაშრომის ინფორმაციულ წყაროს წარმოადგენს სხვადასხვა სამეცნიერო ლიტერატურა, საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტი, აგრეთვე ინტერნეტ მასალები. თემის დამუშავების პროცესში გამოყენებულ იქნა ბიზნეს სუბიექტების დ მომხმარებელთა გამოკითხვები.

ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა. სამაგისტრო ნაშრომი შედგება შესავლის, ორი თავისა და დასკვნისაგან. ნაშრომი 57 გვერდისაგან შედგება. საკითხები ნაშრომში წარმოდგენილია 5 ქვეთავის სახით. ნაშრომს თან ერთვის ჩვენს მიერ გამოყენებული ლიტერატურა.

თავი I. ბიზნესგარემოს არსი და მისი ფორმირების თავისებურებები

1.1 ბიზნეს გარემოს არსი და მისი როლი ბიზნესის განვითარებაში

როგორც ვიცით, ბიზნეს გარემოს უამრავი განმარტება არსებობს, მაგრამ ყველა ერთი შინაარსისაა. მოკლედ რომ ვთქვათ, ბიზნეს გარემო წარმოადგენს ისეთი ფაქტორების ერთობლიობას, რომლებიც საბოლოოდ ბიზნესზე ზემოქმედებენ. ბიზნეს გარემოს ხარისხს მრავალი ფაქტორი შეიძლება განაპირობებდეს. მათ შორისაა: პოლიტიკური ფაქტორი, სოციალური ფონი, გეოგრაფიული მდებარეობა, საკანონმდებლო ფაქტორი ეკონომიკურ ჭრილში, კულტურული და ისტორიული გარემოებები, ეკონომიკური გარემო, ბუნებრივი გარემოებები, შრომის ბაზარი, კონკურენცია, მასმედია და მრავალი სხვა ფაქტორი. ყველა ქვეყანაში არსებული ბიზნეს გარემო ბიზნესის განვითარების დონეს განაპირობებს. ხელშეწყობას, ზოგადმიმზიდველ გარემოს, რომელშიც ბიზნესის წამოწყებისთვის და ინვესტირებისთვის საჭიროა სურვილი გაუჩნდეს, როგორც ადგილობრივ, ასევე, უცხოელ ინვესტორს. ჯანსაღი ბიზნეს გარემო პოზიტიურად მოქმედებს ქვეყნის იმიჯზე და საერთოდ ისეთ ქვეყანაში, სადაც მძვინვარებს კორუფცია და შიდა და გარე კონფლიქტები მიმდინარეობს, მიმზიდველი ბიზნეს გარემოს არსებობა გამორიცხულია. როგორც წესი, ქვეყნის მდგომარეობა პირდაპირპროპორციულია ბიზნეს გარემოზე, ვინაიდან რომელიმეს დაბალი მაჩვენებელი აუცილებლად აისახება მეორე მათგანზე. ბიზნესის განვითარებისა და ეკონომიკური სტაბილურობის შექმნისთვის ძალზედ მნიშვნელოვანია ქვეყანაში არსებობდეს ჯანსაღი ბიზნეს გარემო, რაც დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე. ბიზნესის განვითარებაზე დიდ გავლენას ახდენს ბიზნეს გარემოს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი ფაქტორები. პოლიტიკური გარემოს ძირითად დანიშნულებას წარმოადგენს ქვეყანაში სტაბილური გარემოს ფორმირება. ეკონომიკური გარემოს ფუნქცია კი მდგომარეობს მიმზიდველი გარემოს შექმნასა და

დაბალი სოციალური ფონის ზრდაში. ხოლო, რაც შეეხება სამართლებრივ ასპექტს, ეს შესაძლოა ყველაზე მნიშვნელოვან ფუნქციად ჩავთვალოთ, რადგანაც სწორედ ეს ფაქტორი ქმნის ქვეყანაში მიმზიდველ ბიზნეს გარემოს, როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოელი ინვესტორებისთვის. პოლიტიკური გარემო უზრუნველყოფს როგორც ქვეყნის სტაბილურ მდგომარეობას, აგრეთვე სახელმწიფოს იმიჯს. თუ ქვეყანაში მუდმივად დაძაბული ვითარებაა აგრეთვე არის მიტინგები და მძვინვარებს სამოქალაქო აქციები, შეუძლებელია ქვეყნის ასეთმა მდგომარეობამ მიიზიდოს ინვესტორები. საქართველოს მაგალითზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ პოლიტიკური გარემოს არასტაბილურობა, კერძოდ კი ქვეყანაში ოკუპირებული ტერიტორიების არსებობა ძალიან დიდ ზიანს აყენებს ჩვენი ქვეყნის იმიჯს. პოლიტიკური ფაქტორი მხოლოდ კონფლიქტური ხასიათის ასპექტებს არ მოიცავს, არამედ ქვეყანაში რამდენიმე იდეოლოგიის ერთდროულად არსებობას მოიცავს. მსგავსი სახის იდეოლოგიები რამდენადმე განსხვავდება ერთმანეთისგან, მაგრამ ძირითადი განმსაზღვრელი ამ პოლიტიკურ პროცესებში არის ხელისუფლების მიერ, თანამემამულეთა ჩართულობა გადაწყვეტილების მიღებაში. თეორიული თვალსაზრისით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ქვეყანაში არსებულ იდეოლოგიებს შორის, დემოკრატია და ტოტალიტარიზმი გვევლინება ორ ყველაზე რადიკალურად განსხვავებულ იდეოლოგიად. ამ ურთიერთსაპირისპირო სისტემიდან მოდის უამრავი მმართველობის სისტემა და აღნიშნული მრავალგვარი მმართველობის სისტემები ერთმანეთისგან განსხვავდებიან მოქალაქეების ჩართულობის დონით. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ბიზნესის განვითარებაზე საკმაოდ დიდ ზეგავლენას ახდენს პოლიტიკური ფაქტორი და სწორედ ეს გარემო განსაზღვრავს ბიზნესის ქცევის წესებს.

პოლიტიკურ გარემოსთან ერთად ბიზნეს გარემოზე ეკონომიკური გარემოც მოქმედებს, რომელიც საგრძნობლად ზემოქმედებს ბიზნესის განვითარებაზე. პოსტსაბჭოურ ქვეყნებში, მათ შორის საქართველოშიც, საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ, დაიწყო გარდამავალი პერიოდი, რომელიც ძალიან რთული და შრომატევადი იყო. აქედან დაიწყო ქვეყანაში ეკონომიკური რეფორმების გატარება და ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა. ერთ-ერთი პირველი რეფორმა იყო საკუთრების უფლების

აღიარებაზე ზრუნვა. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ საქართველოში გატარებული რეფორმებიდან სისტემატურად მიმდინარეობს ეკონომიკური რეფორმების გატარება და ამასთან ერთად მიმდინარეობს ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა. იმ პერიოდში საქართველოში აღიარებულ იქნა შერეული ეკონომიკური სისტემის ფორმირების აუცილებლობა და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის საჭიროებაც. ეკონომიკური ფაქტორი იყოფა სამ სახეობად. ესენია: კაპიტალისტური, სოციალისტური და შერეული. გარდა ამისა ეკონომიკური გარემო კიდევ შეიძლება ამგვარად დაიყოს: საკუთრების ტიპის მიხედვით, რესურსთა გადანაწილების და კონტროლის გათვალისწინებით და საბაზრო ეკონომიკის მიხედვით. ხოლო, ეკონომიკური გარემო სადაც ბიზნესსუბიექტი აწარმოებს ორ ნაწილად იყოფა: შიდა და გარე გარემოდ. გარე და შიდა ანალიზისათვის ბიზნეს სუბიექტები არაერთ ხერხს მიმართავენ, რომელთაგან ყველაზე ეფექტური SWOT ანალიზია, რომელიც 4 ნაწილად იყოფა: ძლიერი მხარეები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები. სწორედ გარე ფაქტორები განაპირობებს ბიზნეს გარემოს ჩამოყალიბებას და ამიტომაც მნიშვნელოვანი მისი საფუძვლიანი ანალიზი. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ყველა ბიზნესი საქმიანობის დაწყებამდე ცდილობს საფუძვლიანად შეისწავლოს გარემო პირობები, მისი რისკები და შესაძლებლობები.

გარე გარემოს ანალიზი. მეწარმის საქმიანობის ეკონომიკურ გარემოს ფაქტორებს შეადგენს შიდა, გარე და ე.წ. გლობალური გარემო. ისინი კი რამდენიმე ნაწილად იყოფა. შიდა გარემო შემდეგი ფაქტორების მიხედვით იყოფა: წარმოება, სამუშაო ძალა, მატერიალური ბაზა, ბაზარზე საქმიანობის გამოცდილება, ფინანსური რესურსი, მარკეტინგი და მენეჯმენტი. გარე გარემო კი თავის მხრივ მოიცავს: რესურსთა მიმწოდებლებს, რომელშიც შედის მატერიალურ რესურსთა მომწოდებლები, შრომის რესურსთა მომწოდებლები, კაპიტალის მომწოდებლები. აგრეთვე, მყიდველები ანუ პროდუქციის დისტრუბუტორები და მომხმარებლები. კონკურენტები ანუ რესურსებისა და საქონლის მიხედვით და ბოლოა ტექნოლოგიები, როგორც დანერგვა ახალი ტექნოლოგიებისა და აგრეთვე ძველის მოდერნიზება. გარე გლობალური გარემოს ფაქტორებს შეადგენს: ეკონომიკური გარემო, პოლიტიკურ სამართლებრივი გარემო,

სოციალურ-კულტურული გარემო და აგრეთვე ტექნოლოგიური გარემო. ბიზნეს გარემოზე მოქმედ სამართლებრივ ფაქტორებში ნაგულისხმებია სახელმწიფოს მიერ გატარებული სამართლებრივი რეფორმები, რომლებიც ბიზნესის ფორმირებაზე უშუალოდ ზემოქმედებენ. აქედან გამომდინარე ეს ყველაფერი მოქმედებს ბიზნესის ხელშეწყობასა და ჯანსაღი ბიზნეს გარემოს ჩამოყალიბებაზე.

1.2 - ბიზნესის განვითარების თანმიმდევრობა და ხელშეწყობა

საქართველოში COVID 19-ის პირობებში

საკანონმდებლო რეფორმების გატარებამ, ქვეყანაში ბიზნესგარემოს დადებითი ტენდენციით განვითარებას შეუწყო ხელი. ბუნებრივია ქვეყნის ეკონომიკის წარმატებაში განსაკუთრებული როლი სახელმწიფოს აკისრია, მაგრამ უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ სახელმწიფოს განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვლილი მიუძღვის სხვა სექტორებსაც. ესენია - მასმედია, არასამთავრობო ორგანიზაციები და უშუალოდ კერძო სექტორი. მიუხედავად ამ ძალისხმევისა საქართველოს ბიზნეს კლიმატი მრავალი გამოწვევის წინაშე დგას და ამ გამოწვევის მიღებისა და მოგვარებისთვის აუცილებელია გამართული დიალოგის პრაქტიკის დანერგვა კერძო სექტორსა და სახელმწიფოს შორის. მნიშვნელოვან აუცილებლობას წარმოადგენს საკანონმდებლო ბაზის დახვეწა, მისი მარტივად აღქმის უზრუნველსაყოფად. აგრეთვე დაბალია მეწარმეობრივი უნარები. პრობლემატურია შრომის ბაზარი, რადგანაც მაღალია უმუშევრობის დონე და აგრეთვე დამჭირავებელს ძალიან უჭირს სასურველი კადრის მოძებნა და დაქირავება. აგრეთვე პრობლემას წარმოადგენს ინფორმაციის ნაკლებობა, რის გამოც კომპანიებს უჭირთ

ადგილობრივ ბაზრებზე ადგილის დამკვიდრება და მით უმეტეს ეს წინაღობანი ხელს უშლის საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლას. თუმცა დროის განმავლობაში თანდათან გაუმჯობესდა საკანონმდებლო გარემო, ინფორმირებულობა. ინფორმირებულობის დონის ამაღლების მიმართულებით მნიშვნელოვანი გავლენა შეუძლია მოახდინოს მასმედიას და არასამთავრობო სექტორს. ხოლო სახელმწიფომ უნდა გააგრძელოს ინტენსიური მუშაობა კანონმდებლობის დახვეწის მიმართულებით. ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ მეწარმეებს უნდა მიეწოდოს ისეთი ინსტრუქციები და განმარტებები, რომლებიც ინტერპრეტაციის შესაძლებლობას გამორიცხავს როგორც კერძო სექტორის, აგრეთვე სახელმწიფო მოხელეების მხრიდანაც. ხოლო რაც შეეხება საგადასახადო კოდექსს მასთან მიმართებაში აუცილებელია ზოგადი ინსტრუქციებისა და განმარტებების მომზადება, რაც ყველაზე მეტად მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებს შეუწყობს ხელს. ამასთან ერთად, მცირე ზომის კომპანიებისათვის პრობლემატურია ჯარიმების სიდიდე, ისინი ფიქრობენ უკეთესი იქნებოდა ჯარიმის მოცულობა დამოკიდებული იყოს დარღვევის მასშტაბზე, ვინაიდან ჯარიმა მსგავს დარღვევაზე შესაძლოა მცირე ბიზნესისთვის დამანგრეველიც კი იყოს ხოლო მსხვილი ბიზნესისთვის დამატებითი ხარჯი. ძალიან მნიშვნელოვანია მეწარმეების ინფორმირებულობის დონის გაზრდა საგადასახადო კონტროლთან მიმართებაში მათი უფლებამოვალეობების შესახებ, რათა თავიდან იქნას აცილებული გაუფრთხილებელი შემთხვევები. კანონების დამუშავებისა და დახვეწის გარდა აუცილებლობას წარმოადგენს სახელმწიფო და კერძო სექტორებს შორის დიალოგის პრაქტიკის დანერგვა იმიტომ, რომ საკანონმდებლო ბაზა გახდეს ადეკვატური და რეალურად ადმინისტრირებადი. ვისი საქმიანობაც უნდა დაარეგულიროს ამა თუ იმ კანონმა, ამ ადამიანების აზრის გაზიარება და გათვალისწინება, მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს კანონის მაღალ ქმედითუნარიანობას.

რაც შეეხება ბიზნესის დაწყებას, ეს პროცედურა საქართველოში მარტივია თუ განვიხილავთ საკანონმდებლო კუთხით. შეგვიძლია თამამად ვთქვათ, რომ პროცედურული ან ფინანსური ბარიერები ბიზნესის დაწყებისთვის თითქმის არ

გვხვდება რაც წარმატებული რეფორმის შედეგს წარმოადგენს. ბიზნესის დაწყებისა და შემდგომში მისი გაფართოებისათვის ფინანსურ რესურსებს გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან რაც არუნდა მარტივ პროცედურას წარმოადგენდეს კომპანიის დარეგისტრირება, თუ ფინანსები არ არის საკმარისი, ყველაზე პერსპექტიული ბიზნეს იდეაც კი იქნება განწირული. დამწყები ბიზნესმენებისათვის და არამარტო, ძალიან კარგი იქნებოდა თუკი სესხის აღება მარტივი და იაფი იქნებოდა, საქართველოში დღესდღეისობით სესხის ასაღებად უძრავი ქონების გარანტიაა საჭირო, აუცილებელია გამარტივდეს სესხის აღების პირობები რათა მცირე და საშუალო ბიზნესის დაყების მსურველებმა შეძლონ თავიანთი იდეების განხორციელება.

რა თქმა უნდა, ყველა ვთანხმდებით იმ საკითხზე, რომ უმუშევრობა ქართული ეკონომიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემაა, თუმცა აგრეთვე პრობლემას წარმოადგენს საჭირო კვალიფიკაციისა და უნარების კადრის მოძიება, ანუ როგორც სამუშაო ადგილების სიმწირეა აგრეთვე პროფესიონალი კადრებისაც. ამის ერთ-ერთი განმაპირობებელი ნიშანი შეიძლება ისიც იყოს რომ სასწავლო უნივერსიტეტები არ არის მორგებული საბაზრო მოთხოვნაზე, ბევრ ქვეყანაში ატარებენ პერიოდულად კვლევებს რომლის მიხედვითაც დგინდება თუ რა სპეციალობის სამუშაო ძალაზეა მოთხოვნა, შემდეგ კვლევის შედეგებს გადასაცემენ უნივერსიტეტებს, და ისინიც უზრუნველყოფენ და შრომის ბაზარს აწვდიან სწორედ იმ კვალიფიკაციისა და იმ რაოდენობის კადრებს, როგორცაა მოთხოვნა. მიუხედავად იმისა, რომ მენეჯერული კვალიფიკაციის მქონე კადრები ისე თუ ასე წარმოდგენილია ბაზარზე, მაინც სრული კრიზისია ტექნიკური უნარების მქონე პერსონალის კუთხით, რაც პროფესიული ტექნიკური სასწავლებლების არარსებობით არის გამოწვეული. დასაქმების ერთიანი სააგენტოს ჩამოყალიბება ხელს შეუწყობს შრომის ბაზრის სათანადოდ განვითარებასა და უმუშევართა რეალური რაოდენობის განსაზღვრას. რეგიონების ერთერთი აქტუალური პრობლემაა ის რომ მათ არ აქვთ უნარები გამოაცხადონ ვაკანსიები, რაც აგრეთვე ხელს უშლის სამუშაოს მაძიებლებს რადგანაც ისინი ვერ იგებენ მათთვის საჭირო ინფორმაციას. დღესდღეისობით ინფორმაციის მიღების მთავარ წყაროს მასმედია და ინტერნეტი

წარმოადგენს და ცოტაოდენ სირთულესთან ასოცირდება დამსაქმებლისა და სამუშაოს მაძიებლის ერთმანეთთან დაკავშირება. აქედან გამომდინარე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოში შრომის ბაზარი ნაკლებად არის განვითარებული მითუმეტეს თუ გავითვალისწინებთ დღევანდელ რთულ სიტუაციას რაც პირდაპირ უკავშირდება COVID 19-ს და აუცილებელია ისეთი ინსტიტუტებისა და მექანიზმების შექმნა რომელიც კერძო სექტორს უზრუნველყოფს სამუშაო ძალით და ხელს შეუწყობს უმუშევრობის შემცირებას. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ შრომის ბაზრის განვითარება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული უმაღლესი და პროფესიული განათლების სისტემებზე. და მათ უნდა გაითვალისწინონ მოთხოვნა და იმის მიხედვით შესთავაზონ პროფესიები აპლიკანტებს.

რაც შეეხება ექსპორტს, ერთი შეხედვით ჩვენს ქვეყანაში მრავალი პირობაა შექმნილი იმისათვის, რომ მეწარმეებმა განახორციელონ ექსპორტი, რაც განაპირობა საბაჟო კანონმდებლობის ცვლილებებმა და ადმინისტრირებამ. თუმცა პანდემიის ფონზე ყველაფერი გართულდა და გამკაცრდა, რაც ხელს უშლის ქვეყნის განვითარებას. საქართველო სარგებლობს ისეთი სისტემით, რომელიც მნიშვნელოვანი შეღავათების შესაძლებლობას აძლევს ქართულს ბიზნესს, მას პრეფერენციათა განზოგადებული სისტემა ეწოდება. ამ სისტემის წყალობით საქართველოში არსებულ მეწარმეებს აქვთ შესაძლებლობა 9000-მდე სახის პროდუქტის ექპორტი 35-მდე ქვეყანაში. თუმცა ინფორმირებულობის დაბალი დონის გამო ქართველი მეწარმეები ვერ ახერხებენ არათუ ექსპორტის განხორციელებას, არამედ ადგილობრივ ბაზარზე დამკვიდრებასაც კი. მაგრამ ექსპორტის ხელშეწყობის გამო ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო ახორციელებს „ექსპორტის წახალისების ქვეპროგრამას“, რომლის ფარგლებშიც იმ მეწარმეებს რომლებსაც სურთ თავიანთი პროდუქტის ექპორტირება შეეძლებათ შეღავათიან პირობებში სესხის აღება. ეს პროგრამა, რა თქმა უნდა, დაეხმარება ექსპორტზე ორიენტირებულ კომპანიებს გზის გაკვლევაში, მაგრამ აუცილებელია მათი ინფორმირებულობა საერთაშორისო ბაზრებზე არსებული მოთხოვნების შესახებ. ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები დამოკიდებულია ბიზნესგარემოს

მიმზიდველობაზე, თუმცა ყველაფერი ასე მარტივადაც არ არის, შეიძლება ძალზედ მიმზიდველი იყოს ბიზნესგარემო, მაგრამ კომპანიის მენეჯერს არ გააჩნდეს ის უნარები, რომლითაც შეძლებს არსებული შესაძლებლობების გამოყენებას. თუ გავითვალისწინებთ იმასაც, რომ ქართულ ბაზარზე მუდმივად იზრდება კონკურენციის ხარისხი. სხვადასხვა ფაქტორებთან ერთად ქართული ბიზნესგარემოს განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი დაბალი მეწარმეობრივი უნარებია, უჭირთ განვითარება მცირე და მიკრო ბიზნესს.

ბიზნესგარემოს გაუმჯობესებისთვის ერთ-ერთი მთავარი როლი მედიას აკისრია, ვინაიდან მედია უნდა იყოს ობიექტური მოვლენების გაშუქებისას და გააშუქოს მხოლოდ ის ინფორმაცია, რომელიც ბიზნესისთვის მნიშვნელოვანი და აუცილებელი იქნება. აგრეთვე ძალიან მნიშვნელოვანია ჟურნალისტების განათლება ეკონომიკური კუთხით, რათა შეძლონ მეტი ანალიტიკური ინფორმაციის მიწოდება ბიზნესისთვის. და ამ ყველაფერთან ერთად მედიას აკისრია მნიშვნელოვანი როლი იყოს შუამავალი სახელმწიფო სექტორსა და ბიზნესს შორის. თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტსაც, რომ თვით კერძო სექტორიც კი აღიარებს მედიის როლის მნიშვნელობას ბიზნესის განვითარებაში და მასმედიაში ხედავენ რიგი პრობლემების გადაჭრის გზებს. ბიზნესს მასმედიის მიმართ აქვს რაღაც მოთხოვნები, რომლებიც უნდა დააკმაყოფილოს მასმედიამ - მიაწოდოს მეტი ინფორმაცია ბიზნესს საკანონმდებლო სიახლეების შესახებ, გააშუქოს ბიზნესისთვის აქტუალური საკითხები და შესთავაზოს ანალიზი, ხელი შეუწყოს სახელმწიფო ორგანოებსა და კერძო სექტორს შორის დიალოგის პრაქტიკის დამკვიდრებას.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, თუ საზოგადოების ყველა სექტორმა არ გაწია ძალისხმევა ხშირად არასამთავრობო ორგანიზაციების საქმიანობა მხოლოდ სახელმწიფო პოლიტიკისა თუ პროგრამების მონიტორინგთან ასოცირდება. კერძო სექტორის განვითარების კუთხით საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს გარკვეულწილად მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლია. რისთვისაც საჭიროა არასამთავრობო ბიზნესის განვითარების კუთხის ბიზნესგარემოს განვითარება. ბიზნეს სუბიექტების

ფოკუსირება ორი ძირითადი მიმართულებით. პირველია მეწარმეობრივი უნარების ზრდის ხელშეწყობა და მეორე კვლევითი და ანალიტიკური სამუშაოების შესრულება. როგორც ვიცით, ფირმა საქმიანობს გარკვეულ ბიზნესგარემოში, ხოლო ეს ბიზნესგარემო არის სწორედ იმ პირობებისა და ფაქტორების ერთობლიობა, რომლებიც ზემოქმედებენ ბიზნეს სუბიექტზე ან პირიქით. ამიტომაც საწარმო ბიზნეს სუბიექტმა ხშირად უნდა ჩაატაროს ანალიზი და შეფასება, რათა დაადგინოს ის საშუალებები, რომელსაც სთავაზობს გარე სამყარო. იმ შემთხვევაში თუ ეს ანალიზი უგულვებელყოფილი იქნება მაშინ ნაკლები შანსი აქვს ბიზნესს წარმატებით განვითარებისათვის, ამიტომ ფირმის, როგორც საქმიანი ორგანიზაციის ყოველმხრივი და სიღრმისეული შემეცნების კარგი საშუალებაა სისტემური მიდგომა. ამგვარი მიდგომით, ბიზნეს სუბიექტი მთლიანი ორგანიზაციაა, რომელიც შედგება ურთიერთდაკავშირებული ელემენტებისგან და ის გარემოსთან მრავალმხრივ კავშირში იმყოფება. როგორც უკვე ვიცით, გამოყოფენ ბიზნესის შიდა და გარე გარემოს. ბიზნესის შიდა გარემოს წარმოადგენენ ელემენტები, რომლებიც ორგანულად ეკუთვნის მოცემულ ბიზნეს სუბიექტს და ექვემდებარება შიდა კონტროლს. ხოლო ის ელემენტები, რომლებიც არ ეკუთვნიან ბიზნეს სუბიექტს ორგანულად, აგრეთვე არ ექვემდებარებიან მისი მხრიდან რეგულირებას, მაგრამ ამასთანავე საკმაოდ დიდ გავლენას ახდენენ ბიზნესის ფუნქციონირებაზე, მიეკუთვნებიან ბიზნესის გარე გარემოს. ბიზნეს სუბიექტის ძირითად მიზანს გარე გარემოს ზემოქმედებაზე წარმოადგენს ის რომ გაარკვიოს რომელ საქონელსა და მომსახურებაზე არის მოთხოვნა და მოიძიონ მათი წარმოებისათვის საჭირო რესურსები. აგრეთვე მნიშვნელოვანია ისიც რომ განსასხვავებენ ღია და დახურულ სისტემასაც. ღია სისტემის ფუნქციონირება მჭიდრო ურთიერთკავშირშია გარემოსთან, ხოლო დახურული სისტემის მოქმედება არ არის დამოკიდებული სისტემის გარე გარემოზე. ფირმა და გარემო მუდმივ ურთიერთკავშირში და ურთიერთდამოკიდებულებაში არიან ურთიერთ გაცვლის შედეგად. იმაზე თუ რამდენად არის განვითარებული გარემო დამოკიდებულია ბიზნესის თავისებურებანი. სამართალი ნებისმიერი ფირმის საქმიანობის რეგლამენტაციას ახდენს, რომელიც საკანონმდებლო ბაზაში აისახება.

აქედან გამომდინარე, სამართალსა და ბიზნესს შორის მყარდება ორმხრივი ურთიერთობა, ერთის მხრივ ბიზნესი ახდენს სამართლებრივი ნორმების სრულყოფასა და განვითარებას, ხოლო მეორეს მხრივ სამართალი აწესრიგებს გარემოს.

ისეთ ქვეყანაში როგორც საქართველოა, პოლიტიკა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს განვითარებაზე. ერთის მხრივ პოლიტიკა განსაზღვრავს ბიზნესის ქცევის წესებს, ხოლო მეორეს მხრივ ბიზნესი მოქმედებს ეკონომიკურ პოლიტიკაზე. დღესდღეისობით ძირითადად ყველა განვითარებულ ქვეყანაში პოლიტიკური მოღვაწეობა ქმნის ბიზნესის წარმატებული გაძღოლის ადმინისტრაციულ გარანტიებს. ხოლო რაც შეეხება საქართველოს ბიზნეს გარემოს, როგორც ვიცით ბიზნესი მუდმივ და მნიშვნელოვან კარშირშია გარემოსთან, ამიტომაც ბიზნესმენი მუდმივად უნდა ითვალისწინებდეს გარე სამყაროში მიმდინარე ცვლილებებს და უნდა ცდილობდეს მათთან ადაპტაციას, სწორედ ასეთი დაუგეგმავი ცვლილებაა არსებული პანდემია. კითხვის ნიშნის გარეშეა ის ფაქტი, რომ ქვეყნის ეკონომიკის აღმავლობისა და განვითარებისათვის საჭიროა ინვესტიციების მოზიდვა, რასაც ხელსაყრელი საინვესტიციო გარემოს შექმნა სჭირდება. საქართველოს ბიზნესგარემოს ფორმირება იმ მომენტში უწევს, როდესაც მსოფლიოს პოლიტიკურ-ეკონომიკური ცხოვრება არასტაბილურია. ჩვენს ქვეყანაში არსებული ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესებისათვის და განვითარებისათვის აუცილებელია რაღაც ნაბიჯების გადადგმა, იქნება ეს საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავება, რომელიც ხელს შეუწყობს ჩვენი ქვეყნის გეოპოლიტიკური მდგომარეობის ეფექტურად გამოყენებას, აგრეთვე საზოგადოების ინტერესებიდან გამომდინარე უნდა მოხდეს ბიზნესის სახელმწიფოებრივი რეგულირება, სახელმწიფო საფინანსო ინსტიტუტების საქმიანობას უნდა ასტიმულირებდეს საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარებისთვის და აგრეთვე ხელს უნდა უწყობდეს რესურსების რაციონალურად გამოყენებას, ინფლაციის შემცირებას და სხვა მაკრო ეკონომიკური პროცესების სტაბილიზაციას.

რაც შეეხება ლიცენზიებსა და ნებართვებს, ეს ქართული ბიზნესისათვის ერთ-ერთ მძიმე ტვირთს წარმოადგენდა წლების განმავლობაში. ხოლო 2004 წელს მიღებული

ახალი კანონის შედეგად მნიშვნელოვნად შემცირდა ლიცენზიებისა და ნებართვების საჭიროების რაოდენობა.

ბიზნესის წარმატებული ოპერირებისთვის დაფინანსებაზე ხელმისაწვდომობას აქვს განსაკუთრებული მნიშვნელობა. როგორც წესი მსხვილ კომპანიებს, რომლებიც ფლობენ ძირითად საშუალებებს, არ აქვთ ბანკებთან ურთიერთობის პრობლემები ამიტომაც დაფინანსების მიღება მათთვის მარტივია, რასაც ვერ ვიტყვით მცირე და საშუალო ბიზნესზე. მათთვის პრობლემას წარმოადგენს როგორც სესხის უზრუნველყოფა, აგრეთვე საჭირო დოკუმენტაციის მომზადება. მით უმეტეს, რომ ქვეყანაში ასეთი დაძაბული ფონი არის შექმნილი, რაც გამოიწვია კორონა ვირუსმა.

თავი II. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები

2.1-ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და ფორმები

ბიზნესის კეთილ ნებას გადაჭრას ის პრობლემები, რომლებიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ გამოწვეულია ბიზნესის საქმიანობით, ეწოდება ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა. დასავლეთში, 1992 წლიდან, სულ უფრო მეტ პოპულარობას იძენს ამერიკელი მეცნიერის შეხედულება იმასთან დაკავშირებით, რომ კომპანიებმა საკუთარი ინიციატივით უფრო მნიშვნელოვანი როლი უნდა შეასრულონ საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევაში. იმისათვის რომ, კომპანიებს შორის მიღწეული იყოს საერთო მიზანი - მდგრადი განვითარება, კომპანიებმა ბიზნესი უნდა აწარმოონ სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესების გათვალისწინებით.

დღესდღეისობით თანამედროვე მსოფლიოში წარმოუდგენელია მოიძებნებოდეს კარგი რეპუტაციის მქონე კომპანია, რომელიც არ აქტიურობდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით. ეს უკვე წარმოადგენს ბიზნესის წარმოების ჩვეულებრივ ფორმას. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ეს არის ბიზნესის რეაქცია საზოგადოების შეცვლილ მოთხოვნებზე. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში ჩართულ სამ მხარეს წარმოადგენს: ბიზნესი, სახელმწიფო და საზოგადოება, რომლებიც ერთმანეთს შორის აქტიურ კომუნიკაციას ამყარებენ. ამასთანავე, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი როლი აკისრია მედიას, რომელიც ამ სამ მხარეს შორის აქტიური კომუნიკატორია.

საქართველოში ბიზნესის პასუხისმგებლობის თემა დაახლოებით 16 წელს ითვლის. პირველად 2005 წელს გააქტიურდა ეს თემა, როდესაც ერთმანეთს არასამთავრობო ორგანიზაციები და ბიზნესსექტორები შეხვდნენ. შეხვედრებს ჰქონდა საინფორმაციო და გაცნობითი ხასიათი. სწორედ ამ შეხვედრაზე მიიღეს პირველი მემორანდუმი სოციალურ სფეროში თანამშრომლობის შესახებ. საქართველოს ტერიტორიაზე არსებული მოქმედი ბიზნესი, საკმაოდ დიდ ფულს ხარჯავს ქველმოქმედებასა და

სოციალურ პროექტებზე, თავის შესაძლებლობებთან და მასშტაბებთან შეფარდებით. ერთერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ის რომ ბიზნესის სოციალური საქმიანობა არ იყოს ქაოსური და მოექცეს გარკვეულ სისტემაში. მჭიდროდ იყოს დაკავშირებული კომპანიის სტრატეგიებსა და პრიორიტეტებთან.

ბიზნეს სექტორის დაჩქარებული განვითარებისთვის აუცილებელია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპებისა და პრაქტიკის დანერგვა. ეს კი წარმოადგენს საზოგადოებასთან ეფექტური კომუნიკაციის, მდგრადი განვითარების, სტაბილურობის უზრუნველყოფის და ბიზნეს რეპუტაციის გამყარების დამატებით ინსტრუმენტს. ისეთ ცხოვრებისეულ შემთხვევებზე, როგორცაა უმუშევრობა, სიბერე, ინვალიდობა და ა.შ. აუცილებელია სოციალური დაცვის სიტემა, რომელიც სოციალური საბაზრო ეკონომიკის ფუძემდებლურ ელემენტს წარმოადგენს და ამიტომაც დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სოციალური პოლიტიკის პრინციპების გამოყენებას. სოციალური პოლიტიკის პრინციპებში ვგულისხმობთ: სოციალურ დაზღვევას, სოციალურ უზრუნველყოფას და მორალურ პასუხისმგებლობას. მატერიალური დოვლათი, რომელიც იქმნება რეალურ საწარმოო სექტორში წარმოადგენს სოციალური პოლიტიკის განმსაზღვრელ და მამოძრავებელ ბერკეტს. “სოციალური პასუხისმგებლობა” არის კონცეფცია, რომელიც აფუძნებს, რომ ბიზნესმა უნდა დაიცვას როგორც კანონები, აგრეთვე უნდა აწარმოოს ხარისხიანი პროდუქტი ან მომსახურება, და ამასთანავე ნებაყოფლობით უნდა აიღოს ვალდებულება საზოგადოების წინაშე რათა იმუშაოს საზოგადოების ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებაზე.

გამოიყოფა სოციალური პასუხისმგებლობის ორი მოდელი: ევროპული და ამერიკული.

სოციალური პასუხისმგებლობის ევროპული მოდელი არის სოციალური საქმიანობის ბიზნეს სუბიექტის დამატებითი ღირებულებების წარმოქმნის საერთო სტრატეგიაში ჩართვა. ამ მოდელის დროს ყველა დაფინანსებული ღონისძიება მუშაობს მაქსიმალურ მოგებაზე. ხოლო ამერიკულ მოდელში უპირატესობა ენიჭება ფილანტროპიას, როდესაც ბიზნესსუბიექტი მოგების ნაწილს დებს საზოგადოებისათვის

სასარგებლო ინიციატივებში. ინვესტორის შეხედულებით ქველმოქმედებითი საქმიანობა ადასტურებას ბიზნეს სუბიექტის სოციალური მდგრადობის ფაქტს, რაც ინვესტორისათვის უფრო მიმზიდველია რათა დააბანდოს კაპიტალი. ამასთან ერთად კი აღნიშნული მოდელი უფრო მეტ მხარდაჭერას პოულობს საზოგადოებრივ ორგანიზაციებში, მოსახლეობაში და პერსონალში. (ლიტ-ავჩენკო..2002:148)

ბაზრის თანამედროვე პირობებში არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის 3 ძირითადი თეორიული დასაბუთება, აქედან პირველი თეორიული დასაბუთება გულისხმობს კორპორაციული ეგოიზმის თეორიის ამოქმედებას, მეორე დასაბუთება არის კორპორაციული ალტრუიზმის თეორია, რომელიც გულისხმობს, რომ კორპორაციები ვალდებულნი არიან მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაში, ხოლო რაც შეეხება მესამე პოზიციას - ეს არის ერთ-ერთი ძლიერი ცენტრალური თეორია, რომლის თანახმადაც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის კარგი ბიზნესი, რადგან ამცირებს მოგების გრძელვადიან დანაკარგებს. ერთმანეთისგან განსხვავდება ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის გარე და შიდა მიმართულებები. გარე პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: სპონსორობა, ქველმოქმედება, ზრუნვა გარემოს დაცვაზე, საქონელსა და მომსახურების მომხმარებლებს შორის პასუხისმგებლობა, ხოლო ბიზნესის სოციალურ შიდა პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: შრომის ანაზღაურების სტაბილურობა, შრომის უსაფრთხოება, თანამშრომელთა სამედიცინო და სოციალური დაზღვევა. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მაღალ დონეს განაპირობებს, მისი მდგრადი განვითარება, რადგანაც ასეთი განვითარება არის ეკონომიკური, ეკოლოგიური სოციალური მდგომარეობის ბალანსი. ძლიერი ბიზნესსუბიექტებისთვის მაქსიმალური მოგების მიღების საფუძველია არსებული ხელსაყრელი გარემოს გამოყენება, ბიზნესის მოქმედების არეალში მომგებიან მდგომარეობაში ყოფნა, ხელისუფლების სერიოზული მხარდაჭერა.

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას შემდეგი ფაქტორები განსაზღვრავს: სოციალურ ქსელში ხელმძღვანელობის ჩართვა; ეკონომიკურად მოწესრიგებულობა;

წარმოების ტექნოლოგია; ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმების პოლიტიკის მდგომარეობა; ბაზრის მსოფლიო სტანდარტებისადმი ორიენტაცია. ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას ახასიათებს მრავალსაფეხურიანობა: საბაზისო დონე; მეორე დონე. პირველი ითვალისწინებს გადასახადების, შრომის ანაზღაურების დროულ გადახდას, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, ხოლო მეორე ითვალისწინებს - მუშაკების არამარტო დასაქმებას არამედ მათთვის ცხოვრების ადეკვატური პირობებით უზრუნველყოფას, კვალიფიკაციის ამაღლებას, საცხოვრებელი ბინების მშენებლობას, სოციალური სფეროს განვითარებას. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ არსებობს ოთხი ძირითადი მდგომარეობა. ესენია: საბაზრო მიდგომა; სახელმწიფოებრივი რეგულირების პოზიციიდან მიდგომა; მიდგომა კორპორატიული სინდისის პოზიციიდან, მიდგომა დაინტერესებული პირის პოზიციებიდან.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მიმოიხილება ცალკეული ბიზნესის თავისებურებების გათვალისწინებით. იმ შემთხვევაში, როდესაც ადამიანი განიხილება, როგორც სოციალური პასუხისმგებლობის ობიექტი, მის მიმართ პასუხისმგებლობა ჩამოყალიბდება შემდეგი მიმართულებით: (ლვოვა..2001: 318)

- პასუხისმგებლობა წარმოიქმნება ადამიანის, როგორც რეალური თანამშრომლის ან პოტენციური მომხმარებლის მიმართ, როდესაც ის შრომითი საქმიანობითაა დაკავებული. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა მოცემულ შემთხვევაში გამოიხატება შრომითი კანონმდებლობის დაცვაში, ნორმალურ შრომით ანაზღაურებაში, უფასო დაზღვევაში, სასიამოვნო შრომითი გარემოს შექმნაში, იმ ადგილზე ზრუნვაში, სადაც მდებარეობს ბიზნესობიექტი. იმ შემთხვევაში თუკი ადამიანი არ არის დაკავებული შრომითი საქმიანობით, მისგან დამოუკიდებელი მიზეზებით, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება შეზღუდული ფიზიკური შესაძლებლობების მქონე მოსახლეობისადმი ხელშეწყობით, სახელმწიფოს მხრიდან მინიმალური დახმარებების გამოყოფაში.

- პასუხისმგებლობა ადამიანთან, როგორც მომხმარებელთან განისაზღვრება თუ რას მოიხმარს ის. მოცემულ ბიზნეს სუბიექტში დამზადებული პროდუქციის

მომხმარებლისადმი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება როგორც ხარისხიანი პროდუქციის წაემოებაში, აგრეთვე მის რეკლამირებაში. ხოლო, რაც შეეხება პასუხისმგებლობას სახელმწიფოს მხრიდან, გამოიხატება წარმოებული პროდუქციის ხარისხში, მომსახურების კონტროლში და არასწორი რეკლამირების აღკვეთაში.

ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას განვითარებულ ქვეყნებში საუკუნოვანი ისტორია აქვს, რაც გულისხმობს ბიზნესის კეთილ ნებას უპასუხოს საზოგადოების მოთხოვნებსა და საჭიროებებს. სოციალურად პასუხისმგებელი კომპანიები თავიანთ საქმიანობაში ცდილობენ სოციალური, გარემოსდაცვითი და ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული საკითხები გაითვალისწინონ და ადამიანების განვითარებაში საკუთარი წვლილი შეიტანონ. რაც უფრო წარმატებულია ბიზნეს სუბიექტი, მას უფრო მეტი პასუხისმგებლობა აკისრია საზოგადოების წინაშე. წარმატებულ კომპანიათა რიცხვში კი ხვდებიან ის კომპანიები, რომლებიც ინტერესდებიან არამხოლოდ საკუთარი ბიზნესით, არამედ იმიტაც თუ რა ზეგავლენას ახდენს ეს კომპანიები სოციალურ განვითარებაზე და გარემოსდაცვით პრობლემებზე.

ოცდამეერთე საუკუნის დასაწყისიდან საქართველოში ცნობილი ბიზნეს სუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობა გაიზარდა, ისინი ცდილობენ მოაწყონ საქველმოქმედო აქციები, დაეხმარონ სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას, მიუსაფარ ბავშვებს, აგრეთვე ისინი არაერთ სოციალურ ღონისძიებას მართავენ გარემოს დაცვის კულტურის, განათლების, სპორტის განვითარების დასაფინანსებლად. ბოლო 10 წელია ბიზნესსექტორი აქტიურად არის ჩართული საქველმოქმედო ღონისძიებებსა და სხვადასხვა სოციალურ პროექტებში. სოციალური პასუხისმგებლობა ორგანიზაციების მუშაობის ერთ-ერთი ყველაზე მასშტაბური საქმიანობაა, ზოგიერთ ქვეყანაში კი კანონით არის განსაზღვრული საგადასახადო შეღავათები. სწორედ ამიტომაც სოციალური პასუხისმგებლობა კომპანიებისთვის მოტივაციას წარმოადგენს. გარკვეული შეღავათების არსებობა კი სტიმულს აძლევს კომპანიებს გრძელვადიანი სოციალური პროგრამების შემუშავებისათვის. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა განიხილება როგორც ინვესტიცია, რომელსაც შეუძლია მნიშვნელოვანი როლი

შეასრულოს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვასა და საინვესტიციო მიმზიდველობის გაზრდაში. ეს განსაკუთრებით მაშინ არის მნიშვნელოვანი თუ გვინდა მოვიზიდოთ ინვესტორები დასავლეთის განვითარებული ქვეყნებიდან, ვინაიდან და რადგანაც მათი მხრიდან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საინვესტიციო გადაწყვეტილების მიღების დროს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტების შესრულებას.

საქართველოსათვის სიახლეს წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიდგომის დანერგვა ბიზნეს სუბიექტების პოლიტიკაში, მენეჯმენტსა და პრაქტიკაში. არ არსებობს სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესის პრაქტიკის სტანდარტული მეთოდი - ეს წარმოადგენს პრაქტიკას სხვადასხვა ქვეყნებისა და ბიზნეს სუბიექტების შესაბამისად. სწორედ ამიტომ არ არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის უნივერსალური, ამომწურავი განსაზღვრება. ევროკავშირი ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას შემდეგნაირად განსაზღვრავს: „კონცეფცია, რომლის თანახმადაც კომპანიები ნებაყოფილობით ითვალისწინებენ სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებს მათ ბიზნეს საქმიანობაში და მათ ურთიერთობაში მათი საქმიანობის შედეგებში დაინტერესებულ ყველა მხარესთან“ (საქართველოში...2007:7)

ოცდამეერთე საუკუნის თანამედროვე ბიზნესში სტრატეგიული, მდგრადი და გრძელვადიანი წარმატების მისაღწევად აუცილებელია არა მხოლოდ მოგებაზე ორიენტაცია და მესაკუთრეების ფინანსური ინტერესების დაკმაყოფილება, არამედ ეთიკური სტანდარტებით მუშაობა, საზოგადოების სოციალური ინტერესების გათვალისწინება, ბიზნესის პასუხისმგებლობით კეთება და გარემოზე ზრუნვა. დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში მსხვილი და საშუალო კომპანიების უმრავლესობა თავიანთი საქმიანობის შეფასებისას ფინანსურ მაჩვენებლებთან ერთად აგრეთვე რეგულარულად აქვეყნებენ სოციალური პასუხისმგებლობის ანგარიშგებას, სადაც ჩანს კმპანიის სტრატეგია და ხედვა ამ მიმართულებით, შიდა სოციალური სტანდარტები და ის ზეგავლენა და ეფექტი, რასაც ბიზნესი თავისი საქმიანობის შედეგად ახდენს გარემოსა თუ საზოგადოებაზე. ადრეულ წლებში კორპორაციული

სოციალური პასუხისმგებლობა ძირითადად აღიქმებოდა, როგორც ბიზნესის დამატებითი საქმიანობა და ის გაიგივებული იყო ერთჯერად საქველმოქმედო პროექტებთან. იგი ასევე მიიჩნეოდა მხოლოდ მსხვილი და წარმატებული კომპანიების მორალურ ვალდებულებად, ხოლო მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის არანაირი სოციალური პასუხისმგებლობა არ იყო საჭირო გარდა იმისა რომ ბიზნესი ეკეთებინათ წარმატებით.

დღესდღეისობით, როდესაც უკვე ბიზნესის სოციალურმა პასუხისმგებლობამ მრავალი საფეხური გაიარა, ჩამოყალიბდა კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის რამდენიმე ძირითადი კონცეფცია. ექსპერტების უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნესსუბიექტების მიერ ნებაყოფლობით ნაკისრი ვალდებულება იმოქმედოს მდგრადი ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი მეთოდებით და უნდა გაითვალისწინონ ყველა დაინტერესებული მხარის ინტერესები ბიზნესის კეთების დროს. აგრეთვე, აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ის, რომ დაინტერესებულ მხარეებში იგულისხმება არა მხოლოდ ბიზნესის მესაკუთრეები და აქციონერები, არამედ ნებისმიერი პიროვნება ან პიროვნებათა ჯგუფი, რომლებსაც პირდაპირ ან ირიბად ეხებათ ბიზნესის ფარგლებში განხორციელებული საქმიანობა. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნესის კეთილი ნება საკუთარ თავზე აიღოს იმაზე მეტი ვალდებულება, რაც მოეთხოვება კანონით და ნებაყოფლობით იზრუნოს საზოგადოების კეთილდღეობაზე.

დღევანდელ სიტუაციაში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ განიხილება, როგორც ბიზნესის დამატებითი საქმიანობა, ერთჯერადად განხორციელებული პროექტები, სპონსორობა ან კიდევ ლამაზად შეფუთული მარკეტინგული ინიციატივები. CSR ჩამოყალიბდა, როგორც ბიზნესის მართვისა და წარმოების ინოვაციური მოდელი, რომელიც უზრუნველყოფს გარემოსდაცვითი და სოციალური საკითხების ჩართვას ბიზნესის ძირითადად სტრატეგიაში. სოციალური პასუხისმგებლობა აგრეთვე წარმოადგენს ბიზნესსუბიექტების მიერ აღებულ ვალდებულებას უკეთესი სამუშაო ადგილებისა და ღირსეული დასაქმების პირობების

შექმნაზე, საზოგადოების ინტერესების გათვალისწინებასა და გარემოს დაცვაზე. ეს არ არის მხოლოდ საზოგადოების წინაშე მორალური ვალდებულების შესრულება ან ფინანსური დანახარჯი კომპანიისთვის, ეს ახდენს დადებით გავლენას ბიზნეს სუბიექტების საქმიანობაზე, ამასთანავე ხელს უწყობს ცნობადობისა და რეპუტაციის ამაღლებას.

აქედან გამომდინარე, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარება დადებით ზეგავლენას მოახდენს საქართველოს მდგრად განვითარებაზე, საგარეო ურთიერთობის გაუმჯობესებაზე და ქვეყანაში არსებული სხვადასხვა სახის პრობლემების მოგვარებაზე. აუცილებელია საჯარო სექტორის მიერ განხორციელებული მართებული ნაბიჯები, რომ კერძო სექტორმა საკუთარი სოციალური პასუხისმგებლობით მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს ქვეყნის განვითარებაზე და აგრეთვე ეროვნული პოლიტიკის მიზნების განხორციელებაზე. ხოლო რაც შეეხება გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებს მათთვის ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა შეიძლება გახდეს ის მძლავრი იარაღი, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყნის განვითარებას და საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევას. არსებობს მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც თანამედროვე მსოფლიოში საზოგადოების ინტერესს წარმოადგენს არა მხოლოდ ბიზნესსუბიექტის საქმიანობის საბოლოო შედეგები, არამედ თუ როგორ ახორციელებენ ბიზნეს სუბიექტები თავიანთ საქმიანობას: როგორია დაქირავებული თანამშრომლების მიმართ დამოკიდებულება, როგორ იხარჯება ბუნებრივი რესურსები, როგორ გავლენას ახდენს ბიზნეს სუბიექტების საქმიანობა ადგილობრივი და რეგიონის საზოგადოების განვითარებაზე.

2.2 - საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ღონისძიებები

„ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ეს არის ბიზნესის კეთილი ნება გადაჭრას ის პრობლემები, რომლებიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ გამოწვეულია ბიზნესის საქმიანობით“ გორდონ ფიტჩის ანუ ამერიკელი მეცნიერის ეს სიტყვები ზუსტად ასახავს მის არსს. დღესდღეისობით ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლება. ევროპის ქვეყნებში ამ საკითხს დღითიდღე უფრო მეტი ყურადღება ეთმობა და ვინაიდან თანდათან საქართველო ევროპის ნაწილი ხდება ჩვენს ქვეყანაშიც აქტუალურია ეს საკითხი. ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობის პრიორიტეტულობას მრავალი ფაქტორი განაპირობებს, მათგან ერთ-ერთია მნიშვნელოვანი ფაქტორია ეკონომიკის ზრდის არამატერიალური ფაქტორების როლის გადიდება, ეს კი დაკავშირებულია ადამიანური პოტენციალის განვითარებასთან. ბიზნესსუბიექტის კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ბაზარზე დღეის მდგომარეობით უპირატესად ხარისხობრივი მასჩვენებლებით განისაზღვრება. მათ შორის უმნიშვნელოვანესია ახალი ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების დანერგვა, რომელთაც საფუძვლად ინტელექტუალური, ადამიანური, სოციალური კაპიტალი, ანუ მუშაკთა მოტივაცია და სამუშაო ძალის ხარისხი უდევს. სწორედაც რომ მოცემული გარემოება და სიტუაცია აძლევს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებას ეკონომიკურ იმპერატივებს.

ძირითადად განვითარებულ ქვეყნებში, უახლესი მონაცემებით მოსახლეობის სოციალური დაცვის მაღალი სტანდარტებია შემუშავებული. სწორედ ამიტომ აუცილებლობას წარმოადგენს მსხვილი ბიზნესის სოციალური ფუნქციის ამაღლება, მათი ურთიერთობა სახელმწიფოსთან და საზოგადოებასთან, სოციალური განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისთვის. უამრავი უცხოელი მეცნიერი ფიქრობს, რომ თუ მსხვილი ბიზნესი საკუთარ თავზე არ აიღებს სოციალური პრობლემების გადაჭრის პასუხისმგებლობას თავად გახდება მსხვერპლი სოციალური პრობლემებისა.

საქართველოში ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობის პრიორიტეტულობას

მრავალი გარემოება განაპირობებს. რომელთა შორისაც გამოიყოფა საბიუჯეტო რესურსების არასაკმარისობა სოციალური პოლიტიკის გასატარებლად. გამომდინარე აქედან მსხვილი კომპანიების როლი ამ პროცესებში უნდა გაიზარდოს მნიშვნელოვნად და ამის შედეგად ბიზნესი ერთგანზომილებიანი საბაზრო სკალიდან თანდათან გადავა მრავალგანზომილებიან სკალაზე, რომელზედაც უნდა აისახოს მისი საქმიანობის სოციალური, ეკონომიკური და ეთიკური ასპექტები. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ეკონომიკის ზრდის არამატერიალური ფაქტორების როლის გადიდება, რომელიც დაკავშირებულია ადამიანური პოტენციალის განვითარებასთან. სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია მოიცავს 4 ძირითად საკითხს. ესენია: სამუშაო გარემო და ადამიანთა უფლებები; დასაქმებულების სოციალური დაცულობის დონე; გარემოს დაცვა; მოსახლეობასთან ურთიერთობა და სოციალური პროექტები. აქედან პირველი მოიცავს შემდეგ საკითხებს - რამდენად მოდის შესაბამისობაში სამუშაო გარემო შრომის კანონმდებლობასთან, არის თუ არა საკონტაქტო სისტემა და რაც მთავარია არის თუ არა დაცული ადამიანთა უფლებები. მეორე ეხება შემდეგ საკითხებს - ჯანმრთელობის, სიცოცხლის დაცვა, საპენსიო უზრუნველყოფა, არსებული ადამიანური რესურსების განათლება და განვითარება. რაც შეეხება გარემოს დაცვას მასში განიხილება თუ რამდენად ხორციელდება არსებული გარემოს კვლევა, და გარემოსდაცვითი, რეციკლირების პროგრამების დაფინანსება. მეოთხე საკითხში მოიაზრება ფინანსური, მომსახურებით, ტექნიკით, პროდუქტებით, მატერიალური და ადამიანური რესურსებით დახმარება შემდეგ სფეროებში. ესენია განათლების, სპორტის, კულტურის, ჯანმრთელობისა და გარემოს დაცვით სფეროში. 2016 წელს ევროკავშირში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით ჩატარებული აქტიური ღონისძიებების შედეგად შექიმნა მილიონამდე ახალი სამუშაო ადგილი და აგრეთვე გადამზადდა ბიზნესპროცესებში ჩართული 4 მილიონამდე ადამიანი. 1995 წლიდან იწყება ევროკავშირში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ისტორია, როცა ევროგაერთიანების პრეზიდენტმა საწარმოებს სოციალური აქტიურობისა და მეტი ადგილის შექმნისაკენ მოუწოდა. ევროკავშირი შეეცადა ერთ

მთლიან კონტექსტში განეხილა ცალკეული ქვეყნების სოციალური პრობლემები და სწორედ ამიტომ 1993 წელს აამოქმედა 4 თავისუფლება, რომელიც გულისხმობს კაპიტალის, მუშახელის, მომსახურებისა და პროდუქციის თავისუფალ გადაადგილებას ევროპის სხვადასხვა ქვეყნების ბაზრებზე. მუშახელის თავისუფალი გადაადგილება აღნიშნულ კონტექსტში გულისხმობს თითოეული წვერი სახელმწიფოს მოქალაქის უფლებას, იცხოვროს ან/და ეკონომიკური საქმიანობა აწარმოოს სხვა წევრ სახელმწიფოში. დღესდღეისობით ერთ-ერთმა პრიორიტეტულმა მიმართულებამ ევროკავშირისთვის ანუ გარემოსდაცვითმა ღონისძიებებმა ჩაანაცვლა მანამდე არსებული ძირითადი მიზნები - უსაფრთხოება და შემდგომ უკვე ეკონომიკური პროცესები. ეკონომიკური აქტივობის მოკლევადიანი პერიოდის რყევებმა შეიძლება ყველა ქვეყანაში გამოიწვიოს პრობლემები თუ მას მაკროეკონომიკური რეგულირებით არ შევაჩერებთ. ამ მხრივ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ეკონომისტის ჯონ მეინარდ კეინსის შეხედულებები, რომელმაც საზოგადოებას წარუდგინა საკუთარი თეორია მეოცე საუკუნის 30-იან წლებში, მაშინ როდესაც ცივილიზებულ ქვეყნებში მიმდინარეობდა მძლავრი ეკონომიკური რყევები და სადაც მან მთლიანად უარყო კლასიკოსების შეხედულებები სახელმწიფოს შესახებ. კეინსის მოსაზრებები ძირითადად გერმანელი ფილოსოფოსებისგან გამომდინარეობდა. მის თეორიას თავისუფლად შეიძლება ეწოდოს კრიზისული, რადგანაც ის ეკონომიკას განიხილავს დეპრესიულ მდგომარეობაში. კეინსის თეორიის მიხედვით, სახელმწიფო ეკონომიკურ პროცესებში აქტიურად უნდა ერეოდეს, რის მიზეზადაც თავისუფალ ბაზარს ასახელებს და თვლის, რომ მას ეკონომიკის კრიზისიდან გამოყვანისთვის რეალური მექანიზმები არ გააჩნია. კეინზი მიიჩნევდა რომ სახელმწიფო ერთობლივი მოთხოვნის ზრდის გამო უნდა ზემოქმედებდეს ბაზარზე, რადგანაც საბაზრო ეკონომიკის კრიზისის მთავარი მიზეზი საქონელთა ჭარბი წარმოებაა. რაც შეეხება 70-იან წლებს, როდესაც მკვეთრად გაუარესდა კვლავწარმოების პირობები, უ. ფილიპსმა აღნიშნა რომ არ შეიძლება ერთდროულად ინფლაციასაც და დასაქმების ზრდასაც ჰქონდეს ადგილი. ხოლო ეს ყოველივე წინააღმდეგობრივი პროცესია. აქედან გამომდინარე კრიზისიდან გამოსვლის

კეინზური მეთოდი არ არის სრულყოფილი, ზოგიერთ შემთხვევაში ეს გზა კიდევ უფრო ამწვავებდა პრობლემებს ანუ საპირისპიროდ მოქმედებდა, ხოლო ეკონომიკური რყევა უფრო მწვავეს ხდის სოციალურ პრობლემებს, რამაც თავისთავად კეინზური მეთოდის შეცვლის აუცილებლობა.

დღესდღეისობით უამრავი მეცნიერ-ეკონომისტი თვლის, რომ ახალი რეგულირების ძირითად მიმართულებად ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლება უნდა იქცეს. შეიძლება ისიც ითქვას, რომ ვ. ებენსტაინისა და რ. მენდელის გრძელვადიანი ეკონომიკური მოდელები და პროგნოზები სულ უფრო და უფრო რელევანტური გახდა ბოლო ათი წლის განმავლობაში. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგიების ევროკავშირის სტრატეგიასთან შესაბამისობაში მოყვანის მიზნით 2010 წელს „CSR ევროპის“ ინიციატივით „საწარმო 2020“ შეიქმნა. რომლის საშუალებითაც დღის წესრიგში დადგა ისეთი საკითხები, როგორებიცაა არსებული ცხოვრების წესი, კომუნიკაცია, სამუშაო, მოხმარება, განათლება და რესურსების გაზიარება. ძალიან მალე საწარმო 2020 ევროპულ მოძრაობად გარდაიქმნა იმ ბიზნეს სუბიექტებისათვის, რომლებიც ავითარებდნენ ბიზნეს ინოვაციებს პრაქტიკაში და დაინტერესებულ მხარეებთან ერთად არსებული სოციალური პრობლემების აღმოფხვრაზე მუშაობდნენ. საწარმო 2020-ის შექმნიდან 5 წელიწადში შეიქმნა უმუშევრობის, კლიმატური ცვლილებებისა და დემოგრაფიული პრობლემების გადასაჭრელად საწარმო 2020-ის მანიფესტი, რომელიც 3 ძირითად მიმართულებას მოიცავს. მათ შორის პირველია მენეჯმენტისა და მიწოდების ჯაჭვის ყველა დონეზე მუშაობის შესაძლებლობა და ჩართულობა, რაც მოიაზრებს დამსაქმებლის მიერ ზრუნვას დასაქმებულის უნარ-ჩვევების განვითარებაზე, საჭიროებისამებრ თანამშრომლების გადამზადებას, ყველა დასაქმებულის მიმართ ერთნაირ შესაძლებლობებს და ა.შ. მეორე მიმართულება გულისხმობს წევრი ბიზნეს სუბიექტების წახალისებას, იმისათვის, რომ განახორციელონ პროდუქციის წარმოების პროცესისა და მოხმარების განვითარება ერთიანი მუშაობის შედეგად ქალაქსა და სოფელში. რაც თავის მხრივ მოიაზრებს ინოვაციური პროდუქტის, ბიზნესმოდელის, მომსახურების შექმნას

და საზოგადოებასთან და ადგილობრივ მთავრობასთან თანამშრომლობას. აგრეთვე ეს გულისხმობს იმასაც რომ ყურადღება უნდა იქნეს გამახვილებული წარმოების პროცესში გარემოზე მავნე ზემოქმედების შემცირებაზე, ბუნებრივი რესურსების შეზღუდულ გამოყენებაზე, პარალელურად კი ეკონომიკის გაძლიერებასა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნაზე. რაც შეეხება მესამე მიმართულებას, ის მოიცავს გამჭვირვალობასა და ადამიანების უფლებების დაცვას ბიზნესის წარმოების პროცესში.

ძალიან მნიშვნელოვანია საქართველოში სოციალური პასუხისმგებლობის პოპულარიზაცია და ამასთანავე საერთაშორისო სოციალური ანგარიშების წარმოების პრაქტიკის დანერგვა. ამ საკითხის განხილვის დროს საყურადღებოა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მსოფლიოში ყველაზე დიდ კორპორაციულ ინიციატივაზე - გაეროს გლობალური შეთანხმების ათ პრინციპზე, ბიზნესსუბიექტების ზომის, მდებარეობის, წყობის მიუხედავად. ეს 10 პრინციპი მოუწოდებს ბიზნესსუბიექტებს აწარმოონ თავიანთი საქმიანობა ადამიანთა უფლებების, შრომითი უფლებების, გარემოს დაცვისა და კორუფციასთან ბრძოლის წესების დაცვით. დღეის მდგომარეობით ქსელში მსოფლიოს 160-ზე მეტი ქვეყნიდან 13555-ზე მეტი ბიზნესსუბიექტია გაწევრიანებული.

გლობალური შეთანხმების ათი პრინციპი წარმოადგენს კორპორაციული პასუხისმგებლობის ეთიკურ და პრაქტიკულ ჩარჩოს, რომლის საქმიანობაში ინტეგრირებით ბიზნეს სუბიექტები არამარტო პასუხისმგებლობას იღებენ საზოგადოებისა და პლანეტისადმი, არამედ გარემოს გრძელვადიანი განვითარების სტრატეგიებს ქმნიან.

გლობალური შეთანხმების 10 პრინციპი:

1. ბიზნესმა მხარი უნდა დაუჭიროს და პატივი სცეს ადამიანის საყოველთაოდ აღიარებულ უფლებებს;
2. ბიზნესი არ უნდა გახდეს ადამიანის უფლებების დარღვევის თანამონაწილე;
3. ბიზნესმა მხარი უნდა დაუჭიროს შეკრებისა და გაერთიანების თავისუფლებას და აღიაროს უფლება კოლექტიური მოლაპარაკებების შესახებ;

4. უნდა აღიკვეთოს იძულებითი და სავალდებულო შრომის ყველა ფორმა;
5. უნდა ეფექტურად აღიკვეთოს ბავშვთა შრომა;
6. უნდა გამორიცხოს დისკრიმინაცია დასაქმების ეტაპზე და თანამშრომლების მიმართ;
7. ბიზნესმა მხარი უნდა დაუჭიროს პრევენციულ მიდგომას გარემოსდაცვითი გამოწვევებისადმი;
8. თავის თავზე უნდა აიღოს ინიციატივები და ხელი შეუწყოს გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობის განვითარებას;
9. უნდა წახალისოს გარემოსთვის არამავნებელი ტექნოლოგიების განვითარება და გავრცელება;
10. ბიზნესმა უნდა იმუშავოს კორუფციის ყველა ფორმის წინააღმდეგ, ფულის გამოძალვისა და მექრთამეობის ჩათვლით. (კორპორაციული:2020)

აგრეთვე აღსანიშნავია, რომ გლობალური შეთანხმების საქართველოს ქსელი (GCNG), შეიქმნა 2006 წელს გაეროს ინიციატივის „გლობალური შეთანხმება“ მხარდაჭერით და წარმოადგენს გაეროს გლობალური შეთანხმების პლატფორმის ადგილობრივ ქსელს. ზემოთ ხსენებული ქსელი მასში გაწევრიანებულ ბიზნეს სუბიექტებს საშუალებას აძლევს წვდომა ჰქონდეთ თითქმის ყველა სექტორის, ინდუსტრიისა თუ მასშტაბის პარტნიორებთან. 2020 წელს გლობალური შეთანხმების საქართველოს ქსელის მიერ შემუშავებული საწევრო პაკეტებით ნებისმიერ ბიზნეს სუბიექტს შეუძლია გახდეს გლობალური შეთანხმების მონაწილე და მიიღოს ბიზნეს სუბიექტისათვის როგორც სასარგებლო რესურსები, აგრეთვე ინდივიდუალური კონსულტაციები კორპორაციულ მდგომარეობასთან დაკავშირებულ საკითხებზე.

დღევანდელი მდგომარებით ევროპაში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ერთ-ერთ მნიშვნელოვანი მიმართულებას წარმოადგენს ბიზნესის წარმოების პროცესში, ხოლო მიუხედავად მცირე დროისა, ევროკავშირმა ძალიან დიდი ღონისძიებები განახორციელა კორპორაციული, სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით. მან შესაბამისი სამართლებრივი ბაზის შექმნით ხელი შეუწყო ბიზნესის ეფექტურ და

ნაყოფიერ მუშაობას და მის მიერ დადებითი გავლენის მოხდენას საზოგადოებაზე. სამართლებრივი ბაზის შექმნის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს ევროკავშირის ქვეყნებში 2011 წელს შემუშავებული სახელმძღვანელო, რომელსაც კომპენდიუმი ეწოდება და იშიფრება შემდეგნაირად „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა - ეროვნული საჯარო პოლიტიკა ევროკავშირში“, სადაც ამ მიმართულებით ყველაზე მწვავე 8 საკითხი იქნა მოკვლეული. ხოლო რაც შეეხება ჩვენს ქვეყანას ასოცირების ხელშეკრულების 352-ე მუხლის მიხედვით, ვალდებულები ვართ, ხელი შევუწყოთ კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობასა და ამასთან ერთად ანგარიშვალდებულებას; აგრეთვე საქართველო ვალდებულია ხელი შეუწყოს ბიზნესპასუხისმგებლობის პრაქტიკას, როგორცაა მთელი რიგი საერთაშორისო კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო რეკომენდაციების შედეგად დამკვიდრებული პრაქტიკა, განსაკუთრებით კი ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის რეკომენდაციები გაითვალისწინოს მრავალეროვანი კომპანიებისათვის. აგრეთვე ამ თემასთან დაკავშირებით ცნობიერების ამაღლებას უნდა შეუწყოს ხელი და აგრეთვე დიალოგს. აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ის ფაქტი, რომ ჩვენს ქვეყანაში სუსტად არის შესწავლილი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების დონე. სასწავლო პროგრამებისა და კონსულტაციების საშუალებით კომპანიებს უნდა გაეწიოს დახმარება კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგიის ჩამოყალიბებაში და აგრეთვე შესაბამისი სტრუქტურის დანერგვაში. ამ საკითხთან დაკავშირებით მთავრობას უდიდესი როლი აკისრია, რათა კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლება გახდეს სავალდებულო.

საბოლოოდ, შეგვიძლია ვთქვათ, იმისათვის რომ მდგრადი ბიზნესი განვითარდეს, აუცილებელია ეკონომიკური საქმიანობის პროცესში ადამიანის უფლებების დაცვა, შრომითი ურთიერთობების დარეგულირება კანონმდებლობით, ზრუნვა გარემოზე და ანტიკორუფციული პოლიტიკის გატარება. სწორედ რომ პასუხისმგებლიანი ბიზნესი წარმოქმნის იმავე ღირებულებებსა და პრინციპებს თავის საქმიანობის სფეროში როგორც

პრინციპებითაც გვევლინება ის. კომპანიები ვალდებული არიან დაიცვან მათი ძირითადი ვალდებულებები ადამიანებისა და პლანეტის წინაშე, და აგრეთვე საფუძველი უნდა ჩაუყარონ საკუთარ გრძელვადიან ეკონომიკურ წარმატებას.

2.3 - ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და COVID-19

ბიზნესისა და საზოგადოების ურთიერთდამოკიდებულება განაპირობებს ბიზნეს სუბიექტების ობიექტურ არჩევანს სოციალურ პროექტებზე ორიენტირებული ეკონომიკური სტრატეგიის სასარგებლოდ. დღესდღეობით საყოველთაოდ აღიარებული აზრია, რომ ყოველი ბიზნეს სუბიექტი, რომელიც მაღალ ეკონომიკურ შედეგებს აღწევს, ვალდებულია შეიტანოს პოზიტიური წვლილი სოციალური პრობლემების გადაჭრაში. ბიზნეს სუბიექტის მიზნებში უნდა აისახოს საზოგადოებრივი მოლოდინი. (ფაჩულია...2009:179)

დღეს ქვეყანაში ძალზედ რთული სიტუციაა გამეფებული, აღნიშნული ვითარება ცუდად აისახება როგორც ადამიანის ფსიქიკაზე ისე ფინანსურ მდგომარეობაზეც. ასეთ რთულ მომენტში ნებისმიერი სახის წახალისება თუ გვერდში დგომა უმნიშვნელოვანესია ადამიანისათვის.

„ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ეს არის ბიზნესის კეთილი ნება გადაჭრას ის პრობლემები, რომელიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ გამოწვეულია ბიზნესის საქმიანობით“ - ამერიკელი მეცნიერი გორდონ ფიტჩი.

1992 წლიდან ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს ბიზნეს სუბიექტებში და წარმოუდგენელია დღეისათვის ნორმალური რეპუტაციის მქონე ბიზნეს სუბიექტი, რომელიც არ აქტიურობს ამ კუთხით. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში ჩართული არის სამი

მხარე: ბიზნესი, სახელმწიფო და საზოგადოება, რომლებიც ერთმანეთში აქტიურად ახდენენ კომუნიკაციას.

რაც შეეხება ავტორის მიერ ჩატარებულ იქნა კვლევა, შემდეგი მიმართულებით: კონკრეტული ბიზნეს სუბიექტები ახორციელებენ თუ არა სოციალურ პასუხისმგებლობას წინასწარ ჩამოყალიბებული პრიორიტეტების საფუძველზე და აგრეთვე აწარმოებენ თუ არა ისინი უკვე განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობის მენეჯმენტს. აგრეთვე, გამოთქვამენ თუ არა მზად ყოფნას სოციალური პასუხისმგებლობის განსახორციელებლად. ასევე კვლევა ეხებოდა სხვა მნიშვნელოვან საკითხებს.

აღნიშნული კვლევა ჩატარდა აჭარის რეგიონში არსებულ ბიზნეს სუბიექტების წარმომადგენლებთან, რის საფუძველზეც გამოიკვეთა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში არსებული მნიშვნელოვანი ტენდენციები.

კვლევის დროს გამოყენებულ იქნა ინტერვიუს მეთოდი, რომელიც მიმდინარეობდა სპეციალური კითხვარების დახმარებით. აგრეთვე, გამოყენებული იყო ბიზნეს სუბიექტების მონაცემების ბაზა. ინტერვიუ ჩატარდა სხვადასხვა საქმიანობის სფეროს 50 ბიზნეს სუბიექტების წარმომადგენლებთან.

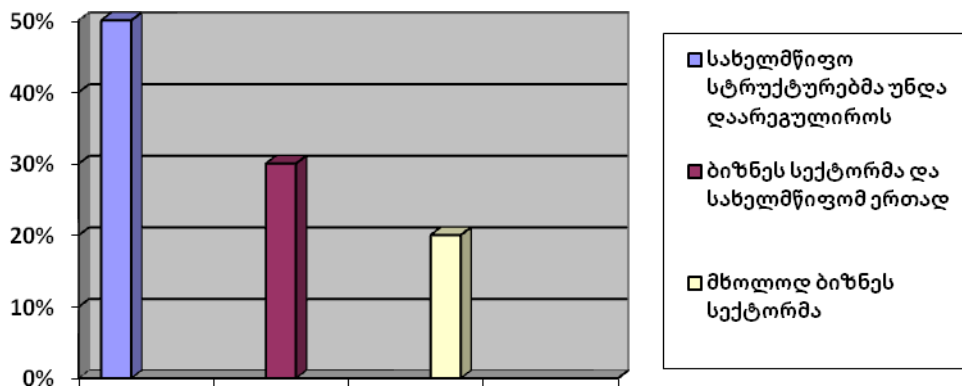
აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ქვეყანაში ბიზნესის ცალკეულ სფეროში ეკონომიკის განვითარების დონესა და სოციალური პასუხისმგებლობის დონეს შორის არის კავშირი. ფაქტია, წარმატებული ბიზნეს სუბიექტი მეტს ხარჯავს პიარზე, ქველმოქმედებასა თუ საზოგადოებისათვის სასიკეთო ქმედებებზე. აგრეთვე, წარმატებული, განვითარებადი ბიზნეს სუბიექტი მეტად ზრუნავს საკუთარ იმიჯზე და სოციალურ ჯგუფებთან ურთიერთობაზე.

რაც შეეხება ბიზნეს სუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის როლს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში, გამოკითხულთა 50% თვლის, რომ ეს სახელმწიფომ უნდა დაარეგულიროს, 30% კი თვლის, რომ ბიზნეს სექტორმა სახელმწიფოსთან ერთად უნდა დაარეგულიროს, ხოლო რაც შეეხება დარჩენილ 20%-ს, მათი აზრით ბიზნეს სექტორი არის პასუხისმგებელი ამ საკითხის მოგვარებაში

(დიაგრამა №1). უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის საზოგადოების წინაშე მორალური ვალდებულებების შესრულება და ის კეთილმყოფელ გავლენას ახდენს ბიზნეს სუბიექტების საქმიანობაზე. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ბიზნესის სოციალური პოლიტიკის შემუშავება არის ნაბიჯი ბიზნეს სუბიექტის აღიარებისაკენ როგორც საერთაშორისო ბაზარზე, აგრეთვე საკუთარ ქვეყანაშიც. ის აძლიერებს აქციონერებისათვის ბიზნესის მიმზიდველობას, ხელს უწყობს მომხმარებლების შენარჩუნებას, შრომითი რესურსების მოზიდვას, ბიზნეს სუბიექტების პროდუქციაზე მოთხოვნილების გაზრდას, პერსონალის მეტ ლოიალობასა და ურთიერთობების გაუმჯობესებას ხელისუფლებასთან, რაც აისახება ხელშემწყობი ბიზნესგარემოს შექმნაში. სწორედაც, რომ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე გამოიკვეთა ის ფაქტი, რომ ბიზნეს სუბიექტების დადებითი იმიჯის შექმნაში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებას.

დიაგრამა №1

ბიზნეს სუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის როლი საზოგადოების განვითარებაში

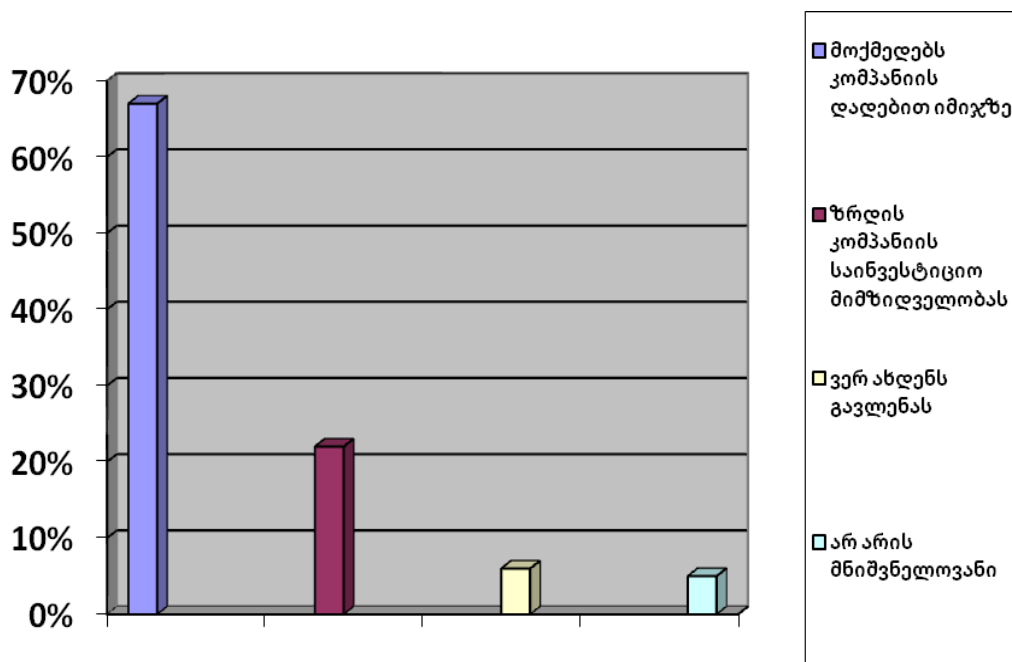


წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

რესპოდენტთა უმეტესობა ანუ 67% თანხმდება იმაზე, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელება მნიშვნელოვანია ბიზნეს სუბიექტების დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბებისათვის. 22%-ის აზრით კი კომპანიის საინვესტიციო მიმზიდველობას ზრდის, 6%-ის აზრით ვერ ახდენს არსებით გავლენას, ხოლო დარჩენილი 5%-ის აზრით სოციალური პასუხისმგებლობა ვერანაირ გავლენას ვერ ახდენს ბიზნეს სუბიექტების იმიჯზე. (დიაგრამა №2)

დიაგრამა №2

ბიზნეს სუბიექტის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბებაში სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა



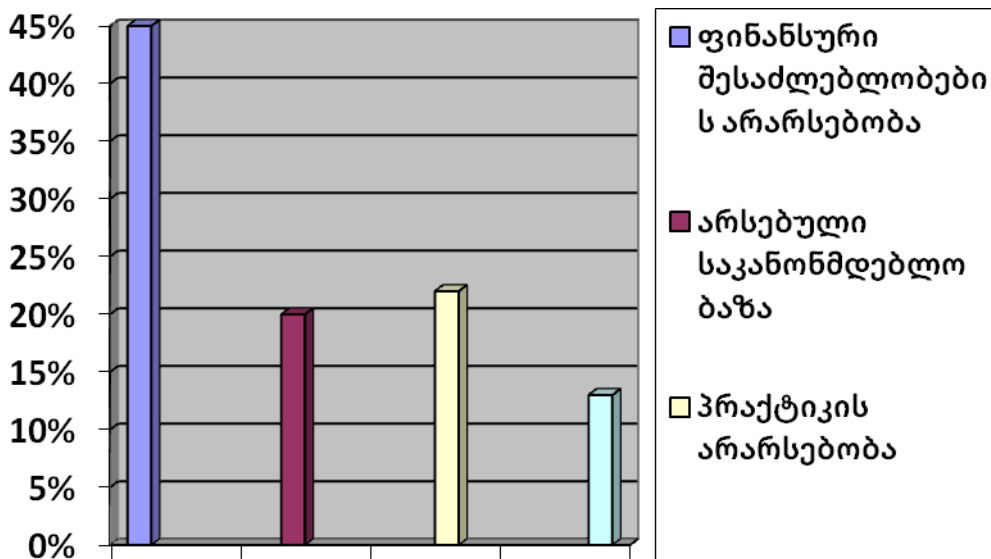
წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

მართალია ის ფაქტი, რომ ბიზნეს სუბიექტების მენეჯერები აცნობიერებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის დადებით გავლენას მათ საქმიანობაზე, იმას, რომ ის დადებითად მოქმედებს ბიზნესსუბიექტების იმიჯზე. აგრეთვე, მათივე აზრით ამის განსახორციელებლად არსებობს გარკვეული ხელისშემშლელი ფაქტორებიც.

აღნიშნულის ხელიშეშლელ ფაქტორებს შორის დასახელდა პრაქტიკის ნაკლებობა რაც გამოკითხულთა 45%-მა აღნიშნა, აგრეთვე კანონმდებლობის არ არსებობა 20%-მა დაასახელა, 22%-მა არასაკმარისი ფინანსები აღნიშნა ხოლო დანარჩენი 13% თვლის, რომ ეს არ არის ბიზნესის უშუალო ფუნქცია. (დიაგრამა №3).

დიაგრამა №3

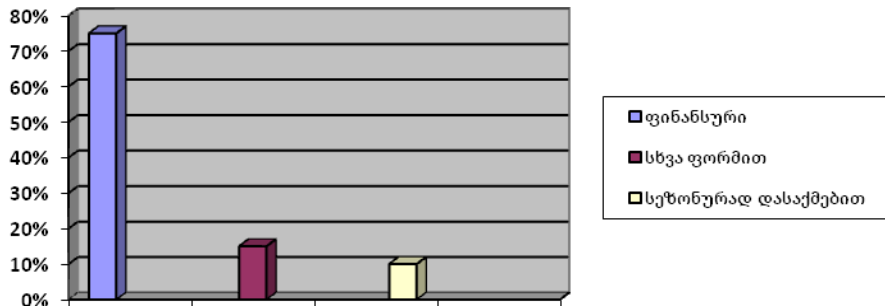
ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების ხელის შეშლელი ფაქტორები



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

ჩატარებული გამოკითხვის შედეგად გაირკვა, რომ საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობის კეთებისას ბიზნეს სუბიექტების უმრავლესობა სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ფორმად მხოლოდ ფინანსურ ნაკადებს მოიაზრებს და ნაკლებად არის ინფორმირებული, ან კიდევ სხვა ფორმით განახორციელებს. (დიაგრამა №4)

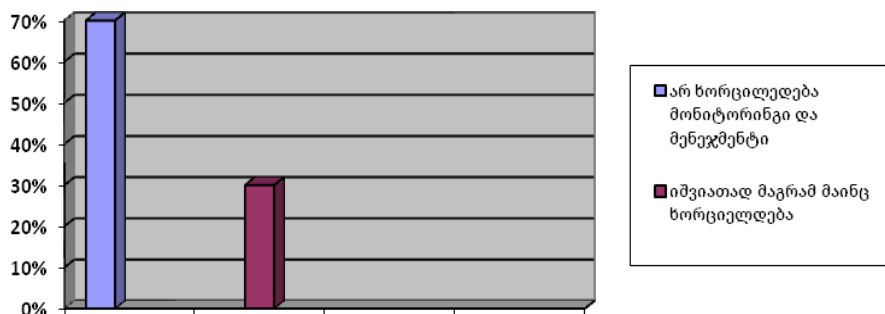
სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ფორმები



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მიუხედავად იმ ფაქტისა, რომ ბიზნეს სუბიექტებს განსაზღვრული აქვთ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების პრიორიტეტული მიმართულებები და სფეროები, ამ საქმიანობის განხორციელების მონიტორინგი და მენეჯმენტი იშვიათად ან საერთოდ არ ხორციელდება. რესპოდენტების 70% ამბობს, რომ საერთოდ არ ახორციელებენ სოციალური პასუხისმგებლობის მენეჯმენტს, ხოლო 30% ამბობს, რომ იშვიათად მაგრამ მაინც ხორციელდება. (დიაგრამა №5)

სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობების მონიტორინგი და მენეჯმენტი



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

ახლა კი განვიხილოთ ის ბიზნეს სუბიექტები, რომლებმაც განახორციელეს სოციალური პასუხისმგებლობა მსოფლიოში არსებული პანდემიის ფონზე და წვლილი შეიტანეს თუნდაც ერთი ადამიანის კეთილდღეობაში.

მსოფლიოში შექმნილმა რთულმა ვითარებამ, როგორც საზღვარგარეთის ქვეყნები ასევე საქართველოც უამრავი ახალი პრობლემის წინაშე დააყენა. რის შედეგადაც ჩვენი ქვეყნის განათლების სისტემა განსაკუთრებით რთული გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა. საგანგებო მდგომარეობის დროს ჩვეულებრივი სწავლების რეჟიმიდან ონლაინ სწავლების რეჟიმზე გადასვლა ძალიან რთული აღმოჩნდა, როგორც მოსწავლეებისთვისა და მასწავლებლებისთვის აგრეთვე სტუდენტებისა და ლექტორებისთვისაც. საქართველოში შექმნილი რთული ვითარებიდან გამომდინარე განათლების სისტემაში არსებული პრობლემებისა და ზოგადად ეკონომიკური მდგომარეობიდან გამომდინარე უნივერსიტეტებსა და სკოლებს არ ჰქონდათ გამოცდილება და ამასთან ერთად გამართული სისტემა სასწავლო რეჟიმის მთლიანად ონლაინ რეჟიმზე გადასვლაზე. სწორედ ამ რთულ მომენტში საქართველოს ბანკმა მიიღო გადაწყვეტილება დაეჭირა მხარი განათლების სისტემისათვის და ხელი შეეწყო ონლაინ ფორმატის სწავლებაზე. ამ მიზნის მიღწევისათვის აუცილებელი იყო, რომ მეტი მოზარდი და ახალგაზრდა უნდა სხვადასხვა ფორმით მაგრამ მაინც უნდა ყოფილიყო ჩართული ამ პროცესში. საქართველოს ბანკის მიერ შემუშავებული პროექტი 2020 წლის აპრილში დაიწყო და დღემდე წარმატებით ხორციელდება. როგორც ვიცით ამ პროექტში ჩასართავად აუცილებელია ინტერნეტთან წვდომა, რის შესაძლებლობაც ნაკლებად აქვთ სოციალურად დაუცველ ბავშვებს, სწორედ მათ 300 სოციალურად დაუცველ მოსწავლეს საქართველოს ბანკმა charte.ge სთან ერთად ჩაურთო ინტერნეტი და მთელი წლის ინტერნეტის საფასური მთლიანად დაუფარა, რათა მათაც შესძლებოდათ ჩართულები ყოფილიყვნენ ონლაინ სწავლების რეჟიმში. აგრეთვე საქართველოს ბანკმა შეიძინა პროგრამა zoom education-ის ლიცენზია ჯავახიშვილის უნივერსიტეტისათვის ონლაინ

ლექციების ჩასატარებლად და სრულიად უსასყიდლოდ გადასცა მათ. ამ ეტაპისათვის კი ამ პროგრამაში 70 000-ზე მეტი ლექცია-სემინარი ჩატარდა. აქვე უნდა აღინიშნოს წიგნის თაროსა და საქართველოს ბანკის თანამშრომლობა, მათ ერთობლივად შექმნეს არაფორმალური განათლების ონლაინ სკოლა, რომელიც იზოლაციის პერიოდში უფასო დამატებით გაკვეთილებს სთავაზობდა დაწყებითი კლასის მოსწავლეებს. ეს პროექტი სამ სეზონად დაიწყო, სადაც 1500-ზე მეტი რეგისტრირებულია და დღემდე აქტიურად მიმდინარეობს პროცესი.

აგრეთვე აღსანიშნავია საქართველოს ბანკისა და საბავშვო ბაღ „ფელიქსის“ მორიგი პროექტი „ონლაინ ბაღი“, რომელიც შეიქმნა თანამშრომლების შვილებისთვის. ონლაინ ბაღის დანიშნულებაა შესთავაზოს ბავშვებს როგორც საგანმანათლებლო, აგრეთვე გასართობი და გამაჯანსაღებელი აქტივობები. ხელი შეუწყოს ბავშვების სხვადასხვა უნარების განვითარებას, შესთავაზოს განმავითარებელი და მრავალფეროვანი აქტივობები და გააძლიეროს ბავშვებზე მზრუნველი უფროსი ადამიანები. ამ პროექტის ფარგლებში საბავშვო ბაღ ფელიქსის თანამშრომლები ონლაინ რეჟიმში არიან ჩართული აღსაზრდელებთან და დღეში 1,5 საათის განმავლობაში ბავშვებთან ერთად ფიზიკურ, საგანმანათლებლო და სახალისო აქტივობებს თავაზობენ ბავშვებს, სადაც ჩართვა 3 დან 6 წლამდე ბავშვებს შეუძლიათ. საქართველოს ბანკის მიზანი ამ პროექტის ფარგლებში ის იყო რომ მათი 8000-მდე თანამშრომელი არ გააჩერებს მუშაობის პროცესს და მათი ნაწილი დისტანციურად მუშაობის რეჟიმში ერთად იბრძოლებს პანდემიის წინააღმდეგ. და სწორედ ამ პერიოდში ონლაინ ბაღი ბავშვებისთვის დროის სასიამოვნოდ და ინფორმაციულად გატარებისთვის მშვენიერი ვარიანტია.

ახალ კორონავირუსთან ბრძოლის წინააღმდეგ ბრძოლაში ჩართულ კომპანიებს შორის ერთ-ერთია თიბისი ბანკი, რომელმაც საქართველოს მოსახლეობის მხარდასაჭერად გამოყო 5000000 ლარი და დაიწყო ახალი პროგრამა „თიბისი შენთვის“. ეს პროგრამა შედგება ორი კომპონენტისაგან, ერთ კომპონენტზე გამოყოფილია 3 000 000 ლარი, რომელიც მოხმარდება იურიდიულ პირებსა და ფიზიკურ პირებს 2 თვის განმავლობაში საკომისიო ხარჯების შესამსუბუქებლად, ხოლო დარჩენილი 2 000 000

ლარი გამოყოფილია სოციალურად დადებითი ზეგავლენის მქონე პროექტებზე, რომლებიც დისტანციური განათლების ხელშეწყობაზე იქნება ორიენტირებული, აგრეთვე ხანდაზმულების დახმარებასა და ციფრული ტექნოლოგიების გავრცელებაზე. ეს პლატფორმა „თიბისი შენთვის“ აერთიანებს სხვადასხვა პროექტს, ერთ-ერთის ფარგლებში ბანკმა 161 შერჩეულ სტუდენტს გადასცა ლეპტოპი, რათა წვდომა არ შეფერხებულიყო ონლაინ სწავლების ფორმაზე. ამ ახალგაზრდების უმეტესობა უნივერსიტეტის დაფინანსებითა და საგრანტო პროგრამით სწავლობს თიბისის პარტნიორ სასწავლებლებში და წარმატებული სტუდენტია.

საქართველოში არსებული მძიმე სიტუაციიდან გამომდინარე კომპანია „გალფმა“ გადაწყვიტა მხარში დაუდგეს ქართველ ექიმებს. რაც გულისხმობს ერთი თვის განმავლობაში გალფში ჩასხმული 1 ლიტრი საწვავიდან 5 თეთრი გადავა არსებული კამპანიის ფონდში და გადანაწილდება ყველა ექიმსა და ექთნზე, რომელიც ყოველდღიურ რეჟიმში ჩართული არიან პანდემიის დაძლევის პროცესში. აღნიშნული კამპანიისთვის შეიქმნა პლატფორმა ekimebistvis.ge, ამ საიტზე ყველას შეუძლია ადევნოს თვალი თანხის შეგროვების პროცესს. 2021 წლის 15 ივლისის მონაცემებით შეგროვდა 198 595,25 ლარი. ამ კამპანიაში ჩასართავად აუცილებელია გვექონდეს გალფ კლუბის ბარათი რომელსაც გამოვიყენებთ ჩასხმის დროს და შემდეგ მივიღებთ შეტყობინებას თუ რამდენი ლარი გადარიცხა კომპანიამ ჩვენი ჩართულობით და აგრეთვე რამდენი ლარია შეგროვებული მთლიანად.

პანდემიასთან ბრძოლის წინააღმდეგ კამპანიაში ჩართულ კომპანიებს შორისაა სამშენებლო მწარმოებელი კომპანია „ნოვა“, რომელმაც გამოყო 65 000 ლარი. აქედან ბათუმის რესპუბლიკურ საავადმყოფოს 50 000 ლარის ღირებულების სამედიცინო აპარატურა შეუძინა და კიდევ კომპანიამ გადაწყვიტა ითანამშრომლოს თბილისის კათარზისტან, რომელიც 340 ხანდაზმულს უზრუნველყოფს დღეში საკვები პროდუქტებით და ჩაურიცხა 10 000 ლარი. ხოლო დარჩენილი 5 000 ლარი გადაურიცხა „ბერი ანდრიას ფონდს“, რომელიც სიმსივნით დაავადებულ ბავშვებს უანგაროდ ეხმარება. ნოვას სამეთვალყურეო საბჭოს თავმჯდომარემ აღნიშნა, რომ ის აცნობიერებს

პასუხისმგებლობას ქვეყნის წინაშე, მოსახლეობისა და ყველა იმ ფონდის წინაშე რომლებიც მუდმივად გრძნობენ მხარდაჭერას ნოვას მხრიდან. ნამდვილად რომ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია გვერდში დგომა ასეთ რთულ მომენტში, და ნოვა აგრეთვე ზრუნავს მათი გუნდის 480 წევრზე და მაქსიმალურად ცდილობს შეინარჩუნოს თითოეული თანამშრომელი.

ახლა კი ვისაუბროთ, კიდევ ერთ სამშენებლო კომპანია ტრანსმშენზე, რომელმაც ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს სრულიად უსასყიდლოდ გადასცა 2500 ცალი ერთჯერადი სამედიცინო ხალათი ექიმებისა და ექთნებისთვის. კომპანიაში აღნიშნავენ რომ, დღეს ჩვენი ქვეყანა ისევე როგორც მთელი მსოფლიო რთული გამოწვევის წინაშე დგას და თითოეული ჩვენგანის ვალია ჩვენი წვლილი შევიტანოთ პანდემიის წინააღმდეგ ბრძოლაში. სამშენებლო კომპანია ტრანსმშენი, როგორც უდიდესი ისტორიის მქონდე სამშენებლო კომპანია გამოირჩევა მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობით და მომავალშიც გეგმავს სხვადასხვა აქტივობას.

სოციალური პასუხისმგებლობა კიდევ ერთმა სამშენებლო კომპანიამ გამოიჩინა ქვეყნის წინაშე. ეს არის სამშენებლო-დეველოპერული კომპანია „ტერასა ჯგუფი“ და ის ახლაც აქტიურად აგრძელებს დახმარებების სერიას. ის ამჯერად „კათარზისს“ ესტუმრა და საქველმოქმედო კამპანიის ფარგლებში 400 ბენეფიციარს სხვადასხვა სახის სასურსათო პროდუქტი გადასცა. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც რომ სამშენებლო-დეველოპერული კომპანია „ტერასა ჯგუფი“ მოხუცებთან ერთად ეხმარება აგრეთვე სოციალურად დაუცველ მრავალშვილიან ოჯახებსაც. მაღალმთიან აჭარაში მცხოვრებ 200-მდე მრავალშვილიან ოჯახს გადასცა სხვადასხვა სახის სასურსათო პროდუქტი. აგრეთვე ქვეყანაში არსებული დამაბული ვიტარების ფონზე ტერასა ჯგუფმა თბილისის საკრებულოს კამპანიის ფარგლებში აგრეთვე 200-მდე სოციალურად დაუცველ მრავალშვილიან ოჯახებს გადასცეს როგორც საკვები პროდუქტები ასევე პირველადი დახმარების საჭირო ნივთები. კომპანია არ ასრულებს ამით დახმარებების სერიას, როგორც კომერციული დირექტორი ამბობს ისინი განაგრძობენ სოციალურად

დაუცველი ოჯახების გვერდში დგომას და ჯამში ათასამდე სოციალურად დაუცველ ოჯახს დაეხმარება საკვები პროდუქტებით.

როგორც ვიცით, ახალი კორონავირუსის წინააღმდეგ ბრძოლაში უამრავი კომპანიაა, რომელიც ცდილობს თავისი წვილი შეიტანოს და ქვეყანას დაუდგეს გვერდით. ერთ-ერთი ასეთი კომპანიაა ნატახტარის მწარმოებელი კომპანია „ეფეს საქართველო“, რომელიც საკუთარი სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში, ცდილობს დახარჯოს 150 000 ლარი. ეს თანხა გაიყოფა შემდეგნაირად, ის დაეხმარება ფონდ STOPCOV-ს ფულადი სახსრებით, აგრეთვე ფონდი ნატახტარის ბენეფიციარებს ინდივიდუალური მოთხოვნის შესაბამისად დაუდგება გვერდში და უზრუნველყოფს შემდეგნაირად: კომპანია მზრუნველობამოკლებულ ახალგაზრდებს სთავაზობს - ბინის ქირის გადასახადს, აუცილებელ მედიკამენტებს, ფსიქოლოგის ონლაინ კონსულტაციას, დისტანციური განათლების მისაღებად აუცილებელ პირობებს. აგრეთვე, ფულით დაეხმარება სამსახურ დაკარგულ ბენეფიციარებს. ამასთანავე მუდმივად მიაწვდის ამ ახალგაზრდებს სანდო ინფორმაციას ვირუსისგან თავის დასაცავად. აგრეთვე ამ კომპანიამ ორი თვის მარაგი სადეზინფექციო ხსნარი მიაწოდა შიდსისა და ინფექციური პათოლოგიის ცენტრს. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც რომ კომპანიამ განსაზღვრა ყველაზე მოწყვლადი ჯგუფები და მათი გახარებისთვის სხვადასხვა ორგანიზაციებისა და ფონდების მეშვეობით უგზავნიან ლიმონათს. ამ ჯგუფებში არიან 70 წელზე ასაკის ზემოთ მყოფი ადამიანები, სოციალურად დაუცველი ოჯახები და ამასთანავე ჩვენი საამაყო ექიმები და კარანტინში მყოფი ადამიანები. კომპანია „ეფეს საქართველო“ შეუერთდა იმ კომპანიათა რიცხვს, რომლებიც გადავიდნენ ონლაინ მუშაობის რეჟიმზე და 16 მარტიდან გადავიდნენ დისტანციურ მუშაობაზე და მაქსიმალური უსაფრთხოების ზომების დაცვით ცდილობენ შეასრულონ მომხმარებლების მოთხოვნები. „ეფეს საქართველო“ იმედოვნებს, რომ დაავადებათა კონტროლის ცენტრისა და მთავრობის მიერ დადგენილი ყველა რეკომენდაციის გათვალისწინება იქნება გარანტი იმისა რომ მწვენილოვნად შემცირდება ქვეყანაში

ვირუსის გავრცელების საფრთხე და კომპანია ჯანმრთელობას უსურვებს როგორც თანამშრომლებსა და პარტნიორებს, აგრეთვე მომხმარებლებსა და მთელ მსოფლიოს.

პანდემიის წინააღმდეგ ბრძოლაში არსებულ კომპანიებს შორისაა ფარმაცევტული კომპანია ბიოქიმფარმი, რომელიც აწარმოებს ბაქტერიოფაგებზე დაფუძნებულ პრეპარატებს. ამ რთული პერიოდის დასაწყისშივე, აღნიშნულმა კომპანიამ მომხმარებლებისთვის გადაწყვიტა შეეთავაზებინა სპეციალური აქცია, რომელიც მიზნად ისახავდა ვირუსის გავრცელების ტემპების შემცირებას. როგორც ვიცით, პანდემიის პირველივე ტალღის დროს როგორც საქართველოში ასევე მსოფლიო ბაზარზე დეფიციტში იყო ანტიბაქტერიული ჰიგიენური საშუალებები და მათი ღირებულება მნიშვნელოვნად გაიზარდა. აქედან გამომდინარე ზემოთ ხსენებულმა კომპანიამ ჰიგიენური ანტიბაქტერიული საშუალებების საქველმოქმედო დანიშნულებით წარმოება გადაწყვიტა. და ეს ყველაფერი შემდგომში კომპანიის პროდუქციის მომხმარებლებისთვის უსასყიდლოდ უნდა გადაეცათ. კომპანიის მიერ ჩატარებულმა კვლევამ თუ რა პროდუქტის მიღება სურდათ საჩუქრად გამოავლინა ხელის ანტიბაქტერიული სანიტაიზერი, სწორედ ამ გამოკითხვაზე დაყრდნობით ამ კომპანიამ შექმნა სოწრედ ეს პროდუქტი, რომელიც შემოწმდა და დარეგისტრირდა დაავადებათა კონტროლისა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის ეროვნული ცენტრის მიერ. აქცია ჩაერთო გასული წლის ოქტომბრის თვეში ყველა მსხვილ სააფთიაქო ქსელის აფთიაქებში. ამ პროდუქტით მომარაგდნენ მედ-პერსონალები მთელი საქართველოს მასშტაბით, აგრეთვე NCDC და მოხუცთა და ბავშვთა თავშესაფრები.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობით გამოირჩევა სადაზღვევო კომპანია „ჯიპიაი ჰოლდინგი“ და რა თქმა უნდა აქტიურად ჩაერთო ახალ კორონავირუსთან ბრძოლაშიც. მან შექმნა საავადმყოფოს სამედიცინო პერსონალის მხარდასაჭერად მადლობის ფონდი, სადაც ჩარიცხული 100 000 ლარით თითოეულ ინფექციური საავადმყოფოს სამედიცინო პერსონალს ანაზღაურებას გაუორმაგებს. აგრეთვე, ჯიპიაი ჰოლდინგი მოუწოდებს ყველა თანამშრომელს, რომ თუ შეუძლიათ მათაც ჩარიცხონ თანხა ფონდში, და ეს ყოელივე ექიმების ანაზღაურებას კიდევ უფრო

გაზრდის. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ სანამ ქვეყანაში მკაცრი შეზღუდვები დაწესდებოდა ამ კომპანიის ყველა თანამშრომელი მანამდე გადავიდა დისტანციური მუშაობის რეჟიმზე და ისინი სახლიდან გაუსვლელად უწყვეტად სთავაზობენ მომხმარებლებს ნებისმიერი სახის მომსახურებას.

სამწუხაროდ, კორონავირუსი დღემდე აქტიურ პრობლემას წარმოადგენს ჩვენს ქვეყანაში და ამის გამო კომპანია მეიჯერელ საქართველო ცდილობს წვლილი შეიტანოს იმ ადამიანების დახმარებაში, რომელთაც დღესდღეობით გვერდში დგომა ყველაზე მეტად სჭირდებათ. აქედან გამომდინარე ამ კომპანიამ დაწერა ახალი პროექტი თანამშრომლებთან ერთად „ერთად ვიზრუნოთ პატარებზე“. აღნიშნული პროექტის ფარგლებში შეიქმნა ფონდი, სადაც ამ კომპანიის ნებისმიერ თანამშრომელს შეუძლია გადარიცხოს სასურველი ოდენობის თანხა, რომელიც კომპანიის მიერ გაორმაგდება და ისინი შეძლებენ ბენეფიციარებისთვის პირველადი დახმარების საჭირო ნივთებითა და საკვები პროდუქტებით უზრუნველყოფას. ამ ეტაპისათვის ამ პროექტის დახმარების ობიექტს წარმოადგენს ასოციაცია ანიკა, რომელიც შშმ პირების ერთ-ერთი წამყვანი ორგანიზაციაა. ეს ორგანიზაცია 1997 წლიდან უწყობს ხელს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონდე ადამიანების ინკლუზიასა და თანაბარი პირობების შექმნას.

აღნიშნულ კომპანიათა რიცხვს უერთდება ყატარის ავიახაზები, რომელიც კორონავირუსთან ფრონტის წინა ხაზზე მებრძოლ მედიკოსებს 100 000 ეკონომკლასის უფასო ავიაბილეთს სთავაზობს ავიახაზების ქსელის ნებისმიერ მიმართულებაზე. ამ ავიაბილეთებით სარგებლობა შეუძლია მსოფლიოს ნებისმიერ მედიკოსს, რომელიც ბმულზე დარეგისტრირდება. გარდა ამისა, მედიკოსებს საშუალება ექნებათ 35%-იანი ფასდაკლებით ისარგებონ დოჰაში, ჰამადის საერთაშორისო აეროპორტში არსებულ დუტი ფრიში, სასურველი ნივთის შესაძენად. იმისათვის რომ ეს ყოველივე ყოფილიყო სამართლიანი და გამჭვირვალე, თითოეულ ქვეყანაში ბილეთები მოსახლეობის მიხედვით განაწილდა, 12 მაისიდან 18 მაისამდე პერიოდში. აღნიშნული კამპანია 12 მაისს, დოჰას დროით 00:01 საათზე დაიწყო და დასრულდა 23:59 საათზე 18 მაისს. ეს

აქცია მოქმედებდა 2020 წლის 10 დეკემბრამდე მათთვის ვინც მიიღებდა ფასდაკლების კოდს და ბილეთებს 26 ნოემბრამდე დაჯავშნიდა.

პანდემიის დროს კომპანია „ჰირომ“, რომელიც არის დასაქმების მაძიებელთა ონლაინ პლატფორმა და ეფექტურად აკავშირებს დასაქმების მსურველებსა და დამსაქმებლებს, განახორციელა პროექტი, რომლის მიზანი იყო COVID 19-ის მიერ ბაზარზე შექმნილი რთული მდგომარეობის დროს მხარი დაეჭირა როგორც ბიზნეს სუბიექტებისათვის, აგრეთვე დასაქმების მსურველი ადამიანებისათვის. სწორედ იმ ყველაზე რთულ პერიოდში 2020 წლის ზაფხულში, კომპანიამ მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებს 3 თვიანი უფასო მომსახურება შესთავაზა და ამ შეთავაზებით 300-ზე მეტმა ფირმამ ისარგებლა. აღნიშნულ მომსახურებაში შედიოდა განცხადებების განთავსება საიტებზე, აგრეთვე გაშუქება სოც.მედიაში, რათა უფრო ხელმისაწვდომი ყოფილიყო განცხადებების დასაქმების მაძიებლებისათვის. აგრეთვე ყველა დამწყები ბიზნესი დაასაჩუქრეს 3 თვიანი უფასო მომსახურებით. მოცემული აქცია არ არის ერთჯერადი აქცია და ის ვრცელდება ყველა ახალად დარეგისტრირებულ კომპანიებზე. არსებული რთული ვითარების შედეგად დაზარალებული დასაქმებულებისათვის შექმნეს სპეციალური ბაზა, სადაც ვირუსის გამო უსამსახუროდ დარჩენილი ადამიანები ერთიანდებოდნენ. ეს ბაზა ხელმისაწვდომი იყო დამსაქმებლებისთვის და ამის წყალობით სამსახურის მაძიებლებმა იპოვეს სამსახური, ხოლო დამსაქმებლებმა თანამშრომლები. აღნიშნულ პროექტში 300-ზე მეტმა კომპანიამ და 2500-ზე მეტმა დასაქმების მსურველმა მიიღო მონაწილეობა.

პანდემიასთან ბრძოლის წინააღმდეგ კიდევ ერთი კომპანია გვევლინება, ეს არის OPPIA, რომელიც არის უნივერსალური ელექტრონული საფულე და ეხმარება ადამიანებს ფულის მარტივად მართვაში. კომპანიამ არაერთ საინტერესო ინიციატივას ჩაუყარა საფუძველი მაშინ როდესაც პანდემიის დროს თითოეული ადამიანისათვის შემოსავლების მართვა და თანხის დაზოგვა სირთულეს წარმოადგენს. ამ კომპანიის თანამშრომლების უმეტესი ნაწილი გადავიდა დისტანციური მუშაობის რეჟიმზე, აგრეთვე გააუქმეს საკომისიო ყველა სახის ონლაინ გადახდაზე, სანამ ქვეყანაში არ

დასტაბილურდება მდგომარეობა. და კიდევ ელექტრონულმა საფულე OPPIA-მ სოციალურ გვერდ FACEBOOK-ზე წამოიწყო კამპანია აარიდე თავი და ბანერების სერია ჩაეშვა, რომელიც მომხმარებლებს მოუწოდებს დარჩნენ სახლში და სახლიდან გაუსვლელად სთავაზობს მარტივ გამოსავლებს.

კორონავირუსის გამო შეჩერებულმა ეკონომიკამ მცირე და საშუალო ბიზნესებს მიაყენა ყველაზე დიდი დარტყმა. მათ არ ჰქონდათ დიდი დანაზოგი არსებობის გაგრძელებისთვის. ყველაზე მეტად გართობის ინდუსტრია დაზარალდა. ხოლო გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ როცა უკვე ეკონომიკა ნელ-ნელა იხსნება, On.ge-ს უნდა რომ გარკვეული წვლილი შეიტანოს მათ ღირსეულ დაბრუნებაში და სთავაზობს რეკლამას სიმბოლურ ფასად. ნებისმიერი ინფორმაცია, რომელიც ეხება მცირე ბიზნესის ხელახალ ამუშავებას, აქციებს, ინიციატივებსა თუ კამპანიებს არის ღირებული. კომპანია სთავაზობს მცირე და საშუალო ბიზნესებს უკვე მომზადებული ტექსტის განთავსებას 50 ლარად, ხოლო ჟურნალისტის მიერ მასალის დაწერას 100 ლარად. აღნიშნული შეთავაზება ეხება: რესტორნებს, კაფეებს, კლუბებს, ბარებს, მუზეუმებს, სალონებს, ქართულ სტარტაპებს, გასართობ ცენტრებსა და ტურისტულ სააგენტოებს.

კიდევ ერთი სარეკლამო კომპანია, რომელიც კომპანიებს ეხმარება კორონავირუსთან ბრძოლაში, სთავაზობს მათ სარეკლამო სივრცეებს იჯარის გადასახადის გარეშე არის Billboards Base. გარე რეკლამების უფასოდ განსათავსებლად ორგანიზაციებს შეუძლიათ ლოკაციები თავად შეარჩიონ გვერდის საიტზე. ამ კომპანიის მიზანია დაეხმაროს ბიზნესს და მათი თითოეული გზავნილი საზოგადოებამდე მივიდეს ზუსტად, რათა პანდემიასთან ბრძოლა გახდეს კიდევ უფრო ეფექტური. კომპანიებს აქვთ იმის კომფორტი, რომ რეკლამები განათავსონ მათზე მორგებულ ადგილას. ამ ეტაპისათვის ვებგვერდზე 200-ზე მეტი ლოკაცია არის განთავსებული, როგორც თბილისში, აგრეთვე რეგიონებშიც და ის კომპანიები რომლებიც ცდილობენ წვლილი შეიტანონ კორონავირუსთან ბრძოლაში გადაიხდიან მხოლოდ სარეკლამო მასალის ბეჭდვისა და მონტაჟის თანხას, ხოლო ბილბორდი სრულიად უფასო იქნება. ამ აქციის მიზანია დაეხმაროს ბიზნესს, რომ ვირუსთან ბრძოლა გახდეს კიდევ უფრო მეტად ეფექტური.

პანდემიასთან ბრძოლის წინააღმდეგ კამპანიას უერთდება Mastercard და Carrefour ერთად, რომლებიც ერთის მხრივ უკონტაქტო გადახდით ცდილობენ ვირუსის გავრცელების თავიდან არიდებას და ამასთანავე მარტოხელა ხანდაზმულთა დახმარებას. მასტერქარდით კარფურში გადახდისას თითოეულ გამომხდელს ექნება შესაძლებლობა ჩაერთოს და შეიტანონ წვილი ისეთ მნიშვნელოვან პროექტში, როგორც არის „დავეხმართ ხანდაზმულებს“. აღნიშნული კამპანია მიზნად ისახავს მარტოხელა ხანდაზმული ადამიანებისათვის საჭირო პროდუქტების მიწოდებას პანდემიის ფარგლებში, საქართველოს წითელი ჯვრის საზოგადოებისა და თბილისის მერიის დახმარებით. კარფურის ნებისმიერ ფილიალში 2020 წლის 18 მაისიდან 5 კვირის განმავლობაში მასტერქარდით გადახდისას თანხის ნაწილი მარტოხელა მოხუცების გადახდას მოხმარდება. ამ კამპანიის ფარგლებში 500 მარტოხელა მოხუცის დახმარებაა დაგეგმილი, რომლებსაც დაურიგდებათ სპეციალურად მათთვის შექმნილი კალათა, რომელიც სურსათითა და სხვადასხვა სახის საყოფაცხოვრებო ნივთებით არის დაკომპლექტებული. აღნიშნული მიზნების განხორციელებისათვის კორონავირუსის პრევენციის მიზნით, მასტერქარდმა როგორც მსოფლიოში აგრეთვე საქართველოშიც გაზარდა უკონტაქტო გადახდის ლიმიტი. არსებული გადახდის ლიმიტი გაიზარდა 100 ლარამდე ნაცვლად 45 ლარისა.

უნდა აღინიშნოს თბილისში არსებული „ვარშავა ბარის“ მეპატრონის საქციელი, რომელმაც თავდაპირველი შეზღუდვების დაწესების და მსგავსი დაწესებულებების დახურვის შემდეგ როდესაც თანამშრომლები თვითიზოლაციაში გადავიდნენ შეუნარჩუნა ხელფასი, რომელიც მეპატრონის თქმის „შავი დღისთვის“ ჰქონდა გადანახული.

ახლა კი მოკლედ განვიხილოთ თუ რას გვთავაზობს კომპანია Vendoo.ge კოვიდ პანდემიის წინააღმდეგ ბრძოლაში, მაშინ როდესაც ჯანდაცვის სისტემა ყველას მოგვიწოდებს ვატაროთ პირბადეები, მეტი ყურადღება დავუთმოთ ჰიგიენას, შევიკავოთ თავი სხვებთან სიახლოვისგან, მაგრამ ამ დროს ყველა თანხმდება რომ საუკეთესო გამოსავალი თვითიზოლაციაა, რათა რისკები მინიმუმამდე იყოს დაყვანილი. ვენდუ

არის კომპანია რომელიც ახლახან გამოჩნდა ბაზარზე და ძალიან მოკლე დროში მოიპოვა მომხმარებლების ნდობა, ის 200 000 მომხმარებელს ითვლის და გაყიდვებში უკვე 12 კატეგორია აქვს. ვენდუ არის ონლაინ პლატფორმა, სადაც შეგვიძლია შევიძინოთ სხვადასხვა ნივთები, რომლებიც არის განთავსებული და აგრეთვე თანდათანობით ემატება ის ნივთები რომლებიც არის მოთხოვნადი. არსებული მდგომარეობის გამო ონლაინ ვაჭრობის განვითარება ხელს უწყობს ვენდოს პარტიორების ზრდას და ისინი მალევე ადაპტირდებიან ახალ მოთხოვნებზე. ამ პლატფორმაზე დღითიდღე იზრდება სხვადასხვა პროდუქტები, და აგრეთვე ისინი სთავაზობენ ბიზნესის მფლობელებს პორტალს, სადაც თვითონ დარეგისტრირდებიან, ატვირთავენ პროდუქციას და თვალს ადევნებენ გაყიდვების მსვლელობას. კომპანია მაქსიმალურად დაეხმარება ყველა პარტნიორს, სარეკლამო კუთხით, საკომუნიკაციო კუთხით და სხვა.

კომპანია Quick-ის სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში შეიქმნა ახალი ციფრული სააგენტო Quickstart, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს მცირე ბიზნესებისა და სტარტაპების წარმომადგენლებისათვის ციფრული ტექნოლოგიების შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება უსასწიდლოდ და ამასთანავე ამ მიმართულებით პირველი ნაბიჯების გადადგმაში შეუწყობს ხელს. პროექტის ფარგლებში შეიქმნა ჯგუფი „სტარტაპებისა და მცირე ბიზნესის მხარდაჭერა“, სადაც დაინტერესებული პირები კომპანიის სპეციალისტებისაგან ინფორმაციულ მხარდაჭერას მიიღებენ, თუ სურვილი ექნებათ შეუძლიათ მოთხოვონ პირადი კონსულტაცია, და შექმნან სამთვლიანი, ინდივიდუალური, კომპანიის საჭიროებებზე მორგებული კონტენტი და სარეკლამო სტრატეგია. ბენეფიციარებთან კონსულტაცია სხვადასხვა გზებით მოხდება, იქნება ეს პირდაპირი ვიდეო ზარი, შეხვედრა თუ ჯგუფური კონსულტაცია. პროექტი ითვალისწინებს 2500 მდე მცირე ბიზნესმენებთან და სტარტაპერებთან შეხვედრას. კორონავირუსის გამოჩენამდე ჩვენს ცხოვრებაში ამ კომპანიას ჰქონდა შემუშავებული გეგმა და დაწყებული ჰქონდა მუშაობა, რომ შეეთავაზებინა სტარტაპერებისა და მცირე ბიზნესისათვის ეს დახმარება, მაგრამ Covid 19-მა ეს პროცესი მნიშვნელოვნად დააჩქარა.

ამ კომპანიის მთავარი ამოცანაა სტარტაპერებსა და მცირე ბიზნესის წარმომადგენლებს გაუზიაროს ის გამოცდილება და შესაძლებლობები, რომლებიც თვითონ გააჩნიათ.

მთელი მსოფლიო, ისევე როგორც საქართველო კორონა ვირუსის გავრცელების წინააღმდეგ ყოველდღიურ ბრძოლაშია. ამ რთული პანდემიის ფონზე მრავალი კომპანია უამრავი გამოწვევის წინაშე დგას. სწორედ ამან განაპირობა კომპანია H4H-ის წამოწყება რაც გულისხმობს „ადამიანს-ადამიანისათვის“ და ამ კომპანიას ორგანიზებას უწევს HR პროფესიონალთა გუნდი. ეს კომპანია მიზნად ისახავს ისეთი ადამიანების დახმარებას, რომლებიც ამას ყველაზე მეტად საჭიროებენ. რიგ კომპანიებს კი აქვთ შემორჩენილი რესურსი, რომ შეინახონ თანამშრომლები, ხოლო ისინი ვინც ამას ვერ მოახერხებენ ეს კომპანია შეეცდება დაეხმაროს. იმისათვის, რომ ყველა შესაძლო რესურსი ერთად მობილიზდეს და შეიქმნას მოქნილი სისტემა კომპანია „ადამიანი ადამიანისთვის“ აერთიანებს HR და ორგანიზაციული განვითარების პროფესიონალებს, აგრეთვე სხვადასხვა დარგის ექსპერტებს, საკონსულტაციო, რეკრუტირებულ და ედვაიზერულ ორგანიზაციებს გამოცდილების გაზიარებისა და დასაქმების ხელშეწყობის მიზნით. ამ ყველაფერთან ერთად ამ კომპანიის მიზანს წარმოადგენს ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარება, ისევე, როგორც პანდემიის მიზეზით შექმნილ გამოწვევებთან გასამკლავებლად სხვადასხვა სერვისების მიწოდებას. აგრეთვე მისი მიზანია ადამიანებს ხელი შეუწყოს დასაქმებაში, ანუ დაეხმარება იმ კომპანიებს რომლებმაც დაკარგეს მუშახელი და იმ ადამიანებს რომლებსაც ჭირდებათ სამსახური რომ იპოვონ ერთმანეთი. იმ შემთხვევაში თუ კომპანიები ვერ ინარჩუნებენ თანამშრომლებს უნდა მოიძიონ ალტერნატიული გზები, რათა ადამიანები არ დარჩნენ სამსახურის გარეშე ამ რთულ სიტუაციაში. მსგავსი მაღალი პასუხისმგებლობის მქონე კომპანიების გვერდში დგომა აღნიშნული კომპანიის ძირითადი ლაიტმოტივია.

აღნიშნული ბიზნეს სუბიექტების ამ ქმედებებმა ხელი შეუწყო სოციალური მდგომარეობის შემსუბუქებას ქვეყანაში და საბოლოო ჯამში სახელმწიფოს დაეხმარა კოვიდ პანდემიის გამო შექმნილი მძიმე მდგომარეობის დაძლევაში.

დასკვნა

მსოფლიოში კორპორაციების სოციალური პასუხისმგებლობის ჩამოყალიბება განაპირობა ეროვნული ეკონომიკების ტრანსნაციონალიზაციამ, რაც აგრეთვე განპირობებულია მდგრადი განვითარების საკითხების წინ წამოწევით, საქმიანობის მასშტაბების გაფართოებით და საკომუნიკაციო საშუალებების განვითარებით. სოციალური პასუხისმგებლობის პრაქტიკა მსხვილ კორპორაციებში იყო უფრო მეტად გამოხატული, ვიდრე საშუალო და მცირე ბიზნესში, რაც განაპირობა იმან, რომ კორპორაციებმა უფრო ადრე გააცნობიერეს სოციალურ პასუხისმგებლობის დადებითი შედეგები ბიზნესის წარმატებისათვის.

მსოფლიოში შექმნილმა მძიმე ვირუსულმა ვითარებამ შეცვალა გარემოებები და ბიზნესი მისცა საქართველოში მოქმედ ბიზნეს სუბიექტებს დაენერგათ უპრეცედენტო სოციალური პრაქტიკა. საქართველოში სოციალური პასუხისმგებლობის კულტურის განმტკიცება გამოიწვია პანდემიის პერიოდში უმუშევრად დარჩენილ მოქალაქეებზე ზრუნვამ ბიზნეს სუბიექტების მიერ. ამ ფაქტმა კი ხელი შეუწყო მოქალაქეების კეთილგანწყობას და ეს ყველაფერი შესაძლოა გახდეს ბრენდის მიმართ კონკურენტული უპირატესობებისა და ლოიალურობის მიზეზი.

კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ საქართველოში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერების დონე და ინფორმირებულობის ხარისხი არცთუ ისე მაღალია.

მნიშვნელოვან აუცილებლობას წარმოადგენს ბიზნეს სუბიექტების მიერ სოციალური პასუხისმგებლობის მიდგომების გათავისება და დადებითი ასპექტების გამოყენება, როგორებიცაა: გარემოსდაცვითი და ეკოლოგიური პრობლემების გადაჭრა; სოციალურ ეკონომიკური პრობლემების მოგვარება; ნებაყოფლობითი საწყისებიდან უფრო მაღალი სტანდარტების დანერგვა; რადგანაც ზემოთ ხსენებული გარემოებები შესაძლოა გახდეს საერთაშორისო ურთიერთობების გაღრმავების საწინდარი.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ნაწილია. ვინაიდან რაც უფრო პასუხისმგებლიანია ესა თუ ის

ბიზნესი მით უფრო პოპულარობით სარგებლობს ის. მით უმეტეს, რომ დღეს მსოფლიოში და საქართველოში არსებული რთული სიტუაციის ფონზე ბიზნესებს საშუალება მიეცათ საზოგადოების, მომხმარებლების წინაშე გამოეჩინათ მათი წილი პასუხისმგებლობა. შესაბამისად ნაშრომში განვიხილეთ სხვადასხვა დიდი, საშუალო და მცირე ბიზნეს სუბიექტები, რომლებმაც შეძლებისდაგვარად განახორციელეს სოციალური პასუხისმგებლობა საზოგადოებისა და ქვეყნის წინაშე. იქნებოდა ეს თანხის გაღება სოციალურად დაუცველი მოქალაქეებისთვის, დახმარება პირველადი თუ საკვები პროდუქტებით, დასაქმებული მშობლების შვილებისთვის ონლაინ ბადის შექმნა, რომ ბავშვები დაკავებული ყოფილიყვნენ დღის განმავლობაში, სარეკლამო კომპანიების მიერ ბილბორდების უსასყიდლოდ შეთავაზება, შექმნა ონლაინ დასაქმების საიტისა რომელიც ერთმანეთთან აკავშირებს დამსაქმებელსა და დასაქმების მსურველს, აგრეთვე არ შეიძლება უყურადღებოთ დავტოვოთ მათი მცდელობები იმისა, რომ არც ერთ დასაქმებულს არ დაეკარგა სამსახური ქვეყანაში არსებული რთული ვითარების ფონზე, შესაბამისად სასურველია ბიზნეს სუბიექტების მიერ განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში აქტივობების ანგარიშგება საზოგადოებასთან რადგან, მათ მიერ განხორციელებული აქტივობა მიიღოს საზოგადოების ყველა საჭირო წევრმა.

მნიშვნელოვანია განხორციელდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პროცესის მონაწილეთა გარჩევა და მათი სოციალური ორიენტაციის მიზნობრივი სეგმენტის, ინტერესებისა და გავლენის ზონების განსაზღვრა და ყველა დაინტერესებული პირებისათვის ლეგიტიმური უფლების გამოვლენა. ასევე მნიშვნელოვანია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ცოდნის ბაზის ჩამოყალიბება - უნარების, ღირებულებების, გამოცდილების, მიდგომებისა და პრინციპების ერთობლიობა რომელიც სასურველია ერთ გარემოში რეგისტრირდებოდეს.

კვლევამ აჩვენა რომ საქართველოში სპეციალური ვებ-გვერდის Stopcov.ge თანახმად პანდემიასთან ბრძოლის პერიოდში მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობით

გამორჩეოდა 170-მდე ბიზნეს სუბიექტი, ასევე თანხები ჩაირიცხა COVID-19 პრევენციის მიზნით შექმნილ ფონდში და საქართველოში ბიზნეს სუბიექტებმა სხვამხრივაც განახორციელეს სოციალური პასუხისმგებლობა როგორც საქმიანობის სფეროს პროფილური მიმართულებით ისე არაპროფილური მიმართულებით.

მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია კონკრეტული გამოწვევების საპასუხოდ მაგალითად პანდემიასთან ბრძოლის პირობებში (COVID-19), ბიზნეს სუბიექტებმა შეიმუშავეს ერთიანი სტრატეგია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართებაში და ასევე სასურველია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებული ღონისძიებები თანხვედრაში იყოს ბიზნეს სუბიექტის საქმიანობის სფეროსთან და კომპეტენციასთან. პანდემიასთან ბრძოლის პირობებში (COVID-19) მნიშვნელოვანი გამოწვევაა როგორც პანდემიასთან გამკლავება, ისე ეკონომიკის სიჯანსაღის შენარჩუნება, რატომაუნდა მნიშვნელოვანი ნაბიჯები უნდა გადადგას სახელმწიფომ დონორ ორგანიზაციებთან ერთად, მაგრამ უნდა აღინიშნოს რომ ბიზნესის ინიციატივები ეკონომიკის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია, რადგან ბიზნესმა კრიზისის პირობებში უფრო ეფექტიანად შეძლოს უნდა საკუთარი პოტენციალის საზოგადოების სასიკეთოდ გამოყენება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

ქართული ბიბლიოგრაფია

1. აბრალავა, 2003 : აბრალავა ა., გლობალური ეკონომიკის თანამედროვე ტენდენციები, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“. N1. 2003
2. გიგაური, 2012 : გიგაური იზა, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის საფუძვლები. თბილისი, 2012წ.
3. გოცირიძე, 2018 : გოცირიძე მედეა, კორპორაციული მენეჯმენტი, კორპორაციული სტრუქტურების ორგანიზაციული ფორმები, თბილისი, გვ.26, 2018წ.
4. ერქომაიშვილი, 2016 : ერქომაიშვილი გულნაზი, „საქართველოს განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტული მიმართულებები“, თბილისი, გვ. 34, 2016წ.
5. მანველიძე რ., 2009 : მანველიძე რ., ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესი და სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტის „შრომები“ ტ. 1. გამომც, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.
6. ფანიაშვილი..., 2010 : ფანიაშვილი ლ., და მურღულია შ., საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, სოციალური მეწარმეობის რეგულირება საქართველოს კანონმდებლობაში, გვ.32, 2010წ.
7. ფიდრის ებერტი..., 2016 : ფიდრის ებერტის ფონდის მხარდაჭერით, საქართველოს პროფესიული კავშირების გაერთიანება, საქართველოს სახალხო დამცველის ოფისი, ეკონომიკური განვითარებისა და საერთაშორისო ვალდებულებების ჭრილში, გვ.9-11, 2016წ.
8. ქათამაძე, 2009 : ქათამაძე დ., საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტის საფუძვლები, ტრანსნაციონალური კორპორაციების გავლენა ბიზნესის გლობალიზაციაზე, გვ. 161-163. 2009

9. **ყორღანაშვილი 1997:74** : ყორღანაშვილი ლარისა, საერთაშორისო ბიზნესი, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, გვ. 74, 1997წ.
10. **შენგელია, 2008** : შენგელია თეიმურაზ, ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები, თბილისი. გვ. 205, 2008წ.
11. **შენგელია, 2010** : შენგელია თეიმურაზ, გლობალური ბიზნესი, გამომცემლობა: ახალი საქართველო, თბილისი გვ. 392. 2010წ.
12. **შენგელია, 2011** : საერთაშორისო ბიზნესი, თბილისი. გვ. 169-171. 2011 წ.
13. **ხოფერია, 2012** : ხოფერია ლელა, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო, საქართველოს სტრატეგიული კვლევისა და განვითარების ცენტრი, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განსაზღვრებები. გვ 11-14, 2012წ.
14. **მესხია 2012**: მესხია ი. „საქართველოს ეკონომიკური განვითარების SWOT-ანალიზის შედეგები, ჟურნალი ბიზნესი და კანონმდებლობა.
15. **არაბიძე 2015**: სოციალური პასუხისმგებლობა.
16. **ბერიძე 2009**: ბერიძე ლია, ქველმოქმედება, როგორც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა კომპონენტი. ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“.
17. **ბოლქვაძე 2007**: ბოლქვაძე ბესიკ „ბიზნესის ფინანსური ანალიზი: თეორია და პრაქტიკა“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი.
18. **გაჩეჩილაძე 2002**: გაჩეჩილაძე ზ. ქართული ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა.
19. **თოქმაზიშვილი 2011**: თოქმაზიშვილი მ. ბერულავა გ. ვაჭრობა და ადამიანური განვითარება, საქართველოში ვაჭრობის განვითარებისათვის საჭიროებების შეფასება.
20. **ლალიძე 2008**: ლალიძე ლ.საქართველოში საინვესტიციო აქტივობის მაკროეკონომიკური ასპექტები. თბილისი.
21. **ფაჩულია 2009**: ფაჩულია ო. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ასპექტები.

22. წიკლაური 2010: წიკლაური მ. სოციალური პასუხისმგებლობა ქართულად.

ინტერნეტ-რესურსები:

1. კორპორაციული:2020
<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
2. <https://forbes.ge/blogs/e1-83-91-e1-83-98-e1-83-96-e1-83-9c-e1-83-94-e1-83-a1-e1-83-98-e1-83-a1-e1-83-a1-e1-83-9d-e1-83-aa-e1-83-98-e1-83-90-e1-83-9a-e1-83-a3-e1-83-a0-e1-83-98-e1-83-9e-e1-83-90-e1-83-a1-e1-83-a3-e1-83-ae/>
3. <https://ka.yourchildsprogress.com/business-entities-3193420-2625>
4. <https://stopcov.ge/>
5. <https://www.academia.edu/41135027/%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%9E%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%9D%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%9E%E1%83%90%E1%83%A1%E1%83%A3%E1%83%AE%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%9B%E1%83%92%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%93%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%A1%E1%83%A8%E1%83%98?fbclid=IwAR07DxrZTPjBDcN3v2y13rTRaIXKXRNwa6kjY5K8Qi9mpnHIYbiA-GX-7kU>
6. <https://bankofgeorgia.ge>
7. <https://www.tbcbank.ge>
8. <https://gulf.ge/>
9. <https://nova.ge/>

10. <https://www.interpressnews.ge/ka/article/597966-samsheneblo-kompania-transmsheni-covid-19-is-cinaagmdeg-mebrzol-ekimebs-daexmara/>
11. <http://terrassagroup.ge/>
12. <https://netgazeti.ge/news/440193/>
13. <https://biochimpharm.ge/>
14. <https://mygpi.ge/>
15. <http://csrblog.ge/tag/%E1%83%A7%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%90%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%90%E1%83%96%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98/>
16. <http://csrblog.ge/2021/04/15/hiro/>
17. <https://www.bia.ge/company/742>
18. <http://csrblog.ge/tag/billboards-ge/>
19. <https://www.mastercard.com.ge/ka-ge.html>
20. <https://www.carrefourgeorgia.com/>
21. <http://csrblog.ge/tag/%E1%83%95%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%A8%E1%83%90%E1%83%95%E1%83%90-%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98/>
22. <https://vendoo.ge/about-us>