

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი



თამარი ქავთარაძე

ორგანიზაციების მართვა მაღალი ეთიკური სტანდარტებისა და
სოციალური პასუხისმგებლობის პირობებში

ბიზნეს ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამა

ხელმძღვანელი: ნინო ფარესაშვილი
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი
ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2020

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Faculty of Economics and Business



Tamari Kavtaradze

**Management of Organizations in Conditions of High Ethical Standards
and Social Responsibility**

Master of Business Administration

Head: Nino Paresashvili

Academic Doctor of Economics

Associate Professor

Tbilisi

2020

ანოტაცია

თანამედროვე ბიზნესში წარმატებული, გრძელვადიანი მდგრადი განვითარებისთვის, კონკურენტული უპირატესობისთვის საჭირო გახდა ორგანიზაციებმა თავის საქმიანობა მოაქციონ ეთიკის ჩარჩოში, გაითავისონ ბიზნეს სოციალური პასუხისმგებლობა, იზრუნონ გარემოზე, საზოგადოების კეთილდღეობაზე, შექმნან სასურველი შრომითი პირობები, მომხარებელს შესთავაზონ მაღალი ხარისხის მომსახურება და მრავალფეროვანი პროდუქცია, ჩაერთონ საქველმოქმედო აქციებში, სხვადასხვა სოციალურ აქტივობებში, ასევე ჰქონდეთ დაინტერესებულ მხარეებთან ეფექტური და მუდმივი კომუნიკაცია, პატივისცენ განსხვავებულ რელიგიას, კულტურას, ტრადიციებს...

ეთიკა გვეხმარება გავერკვიოთ წესებში, პრინციპებში და ნორმებში, რომლებიც გვკარნახობენ თუ რა არის სწორი და რა არასწორი, იგი ადგენს სანდოობის, თანაგრძნობისა და საიმედოობის დონეს, არის კორპორატიული კულტურის ნაწილი, რომელიც გავლენას ახდენს გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე.

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა კი წარმოადგენს კომპანიების ნებაყოფლობით სურვილს დაიცვან ეთიკური ფასეულობები, იურიდიული მოთხოვნები, საზოგადოების კეთილდღეობა. ეთიკური სტანდარტებისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ერთობლივი ძალისხმევით კომპანიას შესწევს ძალა მოიპოვოს თანაშრომელთა, მომხარებელთა და სხვა დაინტერესებულ მხარეთა კმაყოფილება თუ ერთგულება, ასევე კონკურენტებთან შედარებით აქვთ საზოგადოებისა და სახელმწიფოს კეთილგანწყობა.

მოკლედ, რომ ვთქვათ მაღალი ეთიკური სტანდარტებისა და სოციალური პასუხისმგებლობის პირობებში ორგანიზაცია თითოეული ჩვენგანისთვის სამყაროს უფრო ჰუმანურს, მშვიდს, საიმედოსა და უსაფრთხოს ხდის.

Annotation

A modern business professional, long-term sustainable housing, competitive study organization, will be able to perform the duties of a judge's acting executive business professional responsibility, take care of the environment, abolish the environment, provide well-being services, create ideas and be able to benefit. In the activities, you can also communicate effectively between the stakeholders to respect religion, culture, tradition...

Ethics can tell you how to find out the rules, principles and normal capabilities, you can see what is right and what is wrong, it determines the level of reliability, compassion and reliability, is a means of corporate culture, can be used to redefine change.

Corporate social responsibility cancer companies voluntarily desire to adhere to ethical values, legal visits, the idea of well-being. Legal standards and corporate social responsibility are a joint venture that be able to gain strength from coworkers, customers and more if they are able to place orders or loyalty to the parties, as well as compete in the community and improve.

In short, it is possible to have high ethical standards and the conditions of social responsibility, the organization will make each of them more humane, peaceful, reliable and recent.

შინაარსი

ანოტაცია.....	3
შესავალი.....	6
თავი 1. ორგანიზაციის მენეჯმენტი მაღალი ეთიკური სტანდარტების პირობებში.....	8
1.1 ეთიკის მნიშვნელობა და მისი განვითარების ისტორია.....	8
1.2 ეთიკური ორგანიზაციის ჩამოყალიბების ეტაპები.....	15
1.3 ორგანიზაციისა და დაინტერესებულ მხარეთა კომუნიკაცია	25
თავი. 2 სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა, როგორც ორგანიზაციის წარმატების საწინდარი	31
2.1 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების ისტორია.....	31
2.2 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თავისებურებები.....	37
2.3 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ეროვნული საზღვრების მიღმა.....	42
თავი.3 ეთიკა და სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოში.....	47
3.1 ეთიკა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ეროვნულ საზღვრებში.....	47
3.2 ეთიკისა და სოციალური პასუხისმგებლობის თანამედროვე პრობლემები.....	52
3.3 კვლევის შედეგების საფუძველზე გამოვლენილი სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით განსახორციელებელი ღონისძიებები.....	61
დასკვნა.....	71
გამოყენებული ლიტერატურა.....	74
დანართი.....	80

შესავალი

თემის აქტუალობა ორგანიზაციის ეფექტური მართვა ბევრ შიდა და გარე პარამეტრებზეა დამოკიდებული, რომელთაგან ერთ-ერთ უმთავრეს განმსაზღვრელ და წარმართველ ფაქტორად ბიზნესის სწორი დაგეგმვა და მართვა წარმადგებს, რას გულისხმობს საკუთარი მიზნების მიღწევასთან ერთად ზრუნვა გარემოზე, საზოგადოების კეთილდღეობაზე. კომპანიის ეთიკის ჩარჩოში მოქცევა და კორპორატიული პასუხისმგებლობა თანამედროვე ბიზნესში წარმატებული, გრძელვადიანი მდგრადი განვითარებისთვისა და კონკურენტული უპირატესობისთვის ერთ-ერთი წინ გადადგმული ნაბიჯია. ეთიკურ, სოციალურად აქტიურ ორგანიზაციას შესწევს ძალა მოიპოვოს თანამშრომლეთა, მომხმარებელთა და სხვა დაინტერესებულ მხარეთა კმაყოფილება თუ ერთგულება, ასევე კონკურენტებთან შედარებით აქვთ საზოგადოებისა და სახელმწიფოს კეთილგანწყობა. იყო ეთიკური და სხვადასხვა ღონისძიებებითა და აქტივობებით ანხორციელებდე კორპორაციულ სოციალური პასუხისმგებლობას სხვა თუ არაფერი საუკეთესო რეკლამა და ორგანიზაციისთვის დადებითი იმიჯის მომტანია. დროთა განმავლობაში ამ საკითხზე მოსაზრებები იხვეწებოდა და ვითარდებოდა დღესდროებით კი ორივე საკითხი აქტუალურია, იზრდება კომპანიის ხელმძღვანელობის თუ თანამშრომლების თვითშეგნება, რომ კომპანიამდე პირველ რიგში თვითონ იყვნენ ეთიკური წესების მიმდევრები, ტარდება ყოველწიური მსოფლიო თუ ადგილობრივი კონკურსები, სადაც ვლინდება ამ საკითხის ჭრილსი ლიდერები, რაც ზრდის ბაზარზე გამარჯვებულთა კონკურენტუნარიანობას. მომხმარებლებში ლოიალურობის განცდას და კიდევ უფრო მეტი წარმატების მიღებას.

ნაშრომის მიზანია ეთიკისა და კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ინსტრუმენტების გამოვლენა და იმის შესწავლა თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ორივე ფაქტორი ორგანიზაციის წარმატებული ფუნქციონირებისთვის. საინტერესოა ასევე

საზოგადოება რამდენად არის ამ საკითხში გარკვეული და აქცევენ თუ არა ყურადღებას ორგანიზაციების მცდელობებს იყენენ სოციალურად აქტიურები.

ამოცანა. ნაშრომის ამოცანას წამოადგენს ქართულ კომპანიებში ეთიკის დონისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობის შესწავლას და ანალიზი, ასევე საინტერესოა თავად ქართველი მოსახლეობა რას ფიქრობს და რა აზრის არის ამ საკითხთან დაკავშირებით.

ნაშრომის ობიექტი და საგანი კლევით გადავწყვიტეთ შემემოწმებინა მოცემული თეორიების პრაქტიკული მხარე. რამდენად იცავენ ქართული ორგანიზაციები ეთიკის ნორმებს და რამდენად ჩართულნი არიან კორპორაციული სოციალურ აქტივობებში ასევე დავინტერესდით ამ საკითხისადმი ქართველი მოსახლეობის ცნობიერების დონით რამდენად დიდ ყურადღებას აქცევენ მას და ახდენს თუ არა გავლენას კონკრეტული პროდუქციის ან მომსახურების შექმნისას ან სამუშაოს მაძიებლებისთვის არის თუ არა მნიშვნელოვანი ორგანიზაციის ეთიკის დონე. ვფიქრობ, კვლევა საშუალებას მომცემს დავინახო სიტუაცია ორგანიზაციებსა და საზოგადოებას შორის, როგორ მიმდინარეობს ეს პროცესი, რა დამოკიდებულება აქვთ მის მიმართ და როგო ტაქტიკებს იყენებენ უმალოდ მოცემულ სიტუაციებში.

თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველი. თემას თეორიულ საფუძვლად დაედო ორგანიზაციის ეთიკისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ქართველი თუ უცხოელი მეცნიერების, მკვლევარების ნაშრომები, სახელმძღვანელოები, ასევე თემაში გამოყენებულია სხვადასხვა ელექტრონული მასალა.

თავი 1. ორგანიზაციის მენეჯმენტი მაღალი ეთიკური სტანდარტების პირობებში

1.1 ეთიკის მნიშვნელობა და მისი განვითარების ისტორია

ეთიკა–„ეს არის ფილოსოფიური მეცნიერება, მორალის ზნეობის შესახებ“¹. ეთიკის ისტორია დიდი ხნის წინ დაიწყო და განვითარების მრავალი ეტაპი განვლო. პირველი ფილოსოფოსი, რომელიც ამ ფენომენით დაინტერესდა იყო სოკრატე, რომელიც ეთიკის საწყისად კეთილისა და ბოროტის გარჩევას მიიჩნევდა. მას მიაჩნდა, რომ ეთიკის სწავლება გამორიცხულია, რადგან ის ადამიანმა უნდა განიცადოს.² ხოლო თავად ტერმინი „ეთიკი“–ს გამოყენება უკავშირდება არისტოტელეს სახელს. მან არაერთი ნაშრომი მიუძღვნა ზნეობის თემას: „ნიკომაქეს ეთიკა“, „ვედემის ეთიკა“ და ბოლოს „დიდი ეთიკა“. იგი თვლიდა რომ ეთიკა არის ცოდნა იმისა თუ რა უნდა გააკეთო და რის გაკეთებისგან შეიკავო თავი.³ კანტის მოსაზრებით კი ადამიანის მოვალეობაა ზნეობრივი ქცევა.

ეთიკა გვეხმარება გავერკვიოთ წესებში, პრინციფებში და ნორმებში, რომლებიც გვკარნახობენ თუ რა არის სწორი და რა არასწორი. იგი ფასეულობების უმაღლესი სტანდარია, რომელიც გამომდინარეობს ჩვენი კულტურიდან ღირებულებებიდან რწმენიდან. მისი მეშვეობით ვაფასებთ მოვლენას და ზოგადად ის ჩვენი ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია. უფრო ზუსტად კი ეთიკა ინდივიდის პირადი დამოკიდებულებაა მისი საკუთარი გადაწყვეტილებების, მოქმედებებისა და ქცევის კორექტულობისადმი. ეთიკური ქცევა აღიქმება როგორც ქცევა, რომელც შეესაბამება მიღებულ სოციალურ ნორმებს[საერთაშორისო ბიზნესის კათედრა 2011:78], ამ ნორმებს კი განსხვავებულად წარმოგვიდნენ სხვადასხვა კულტურის, რელიგიის, შეხედულებების ადამიანები⁴.

¹ <https://ka.wikipedia.org/wiki/ეთიკა>

² <https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/biznesii>

³ გ. შუბლაძე, მ. ნანიტაშვილი. „ ბიზნესის საფუძვლები. 432გვ.

⁴ საერთაშორისო ბიზნესის კათედრა „საერთაშორისო ბიზნესი“ 78გვ

ეთიკა მოიცავს იმ ქცევის სტანდარტებს, რომლებიც ჩვენი პირადი და პროფესიული ცხოვრების ნაწილია, იგი ადგენს სანდოობის, თანაგრძნობისა საიმედოობის დონეს , რომელიც იდენტიფიცირდება ჩვენს ქცევაში და განსაზღვრავს ჩვენ რეპუტაციას საზოგადოებაში. პირად ცხოვრებაში ეთიკა გვიჩვენებს როგორ ვიურთიერთოდ მეგობრებთან, ოჯახთან, ახლობლებთან. ხოლო პროფესიულ საქმიანობაში მიგვითითებებს ქცევის წერებზე პარტნიორებთან, თანამშრომლებთან, ხელმძღვანელთან, კლიენტებთან ურთიერთობისას. ბიზნეს ეთიკა მართავს იმ ქცევას, რაც არ ეწინააღმდეგება კანონს, ის პატივსსცემს დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესებს იქნებიან ეს კლიენტები, თანამშრომლები, პარტნიორები, ზოგადად საზოგადოება და ა.შ. მისი მთავარი მოთხოვნაა მოვიქცეთ ღირსეულად და სამართლიანად. ეთიკური საქციელი მარტივად რომ ვთქვათ საშუალებას გვაძლევს ღამით კარგად გვეძინოს.⁵ შემდეგი განმარტების მიხედვით კი ეთიკა წარმოადგენს კორპორაციული კულტურის შემადგენელ ნაწილს, ის გავლენას ახდენს გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე და განაპირობებს გადაწყვეტილების სოციალური შედეგით ადამიანის კმაყოფილებას⁶. [მაჭავარიანი 2014:481]

დროთა განმავლობა იხვეწებოდა ეთიკაზე მოსაზრებები და სულ უფრო და უფრო მეტი მეცნიერი თუ მკვლევარი ინტერესდებოდა მისი მნიშვნელობით, ვინაიდან ეთიკა ჩვენი ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია ასევე დროთა განმავლობაში მან ბიზნესშიც მნიშვნელოვნად მოიკიდა ფეხი. ბიზნესის ეთიკური წესი გახდა „ არ დაარღვიო“⁷. როგორც უკვე ვახსენეთ დროთა განმავლობაში ეთიკამ ბიზნესის სფეროშიც მოიკიდა ფეხი და განვითარდა ისეთი მცნედება როგორც არის ბიზნეს ეთიკა. ახლა კი განვმარტოდ თავად ეს ტერმინი: ბიზნეს ეთიკა ეს არის ბიზნესის საქმიანობის აქტივობებისა და გადაწყვეტილებების შესწავლა და მათი გააზრება თუ რა არის სწორი

⁵ Stephen M. Byars, Kurt Stanberry. Business Ethics 8-9p

⁶ შ.მაჭავარიანი, „მენეჯმენტის საფუძვლები“481გვ.

⁷ გ.შუბლაძე, მ. ნანიტაშვილი. „ ბიზნესის საფუძვლები. 432გვ.

და რა ასასწორი. [Stanwick and Stanwick 2009:5]⁸. ეს არის ის წესები, ქცევის ნორმები, რომლებიც მოქმედებენ პროფესიონალთა საქმიანობაზე და გავლენას ახდენენ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. როგორც მეცნიერება ბიზნეს ეთიკა მე-20 საუკუნეში ჩამოყალიბდა და განვითარების რამოდენიმე ეტაპი განვლო: (1) 1960 წლამდე (2) 1960–1970 წლები (3) 1970–1980 წლები (4) 1980–იანი წლების პირველი ნახევარი (5) 1980–იანი წლების მეორე ნახევარი. მოკლედ განვიხილოდ თითოეული მათგანი: (1) 1960 წლამდე პერიოდი იყო „ეთიკა ბიზნესში“ – რისი მთავარი საწყისიც რელიგია იყო. დაფასდა მშრომელთათვის ღირსეული პირობების შექმნა და ანაზღაურება. დროთა განმავლობაში კი ჩამოყალიბდა „სოციალური ეთიკის“ მცნება. (2) 1960–1970 წლებში ახალგაზრდათა აჯანყება და ამბოხი გამოიწვია იმასთან დაკავშირებით თუ როგორ გავლენას ახდენდა გარემოზე ინდუსტრიალიზაციის განვითარება ტოქსიკური თუ ბირთვული ნარჩენები. დაიწყო „ბრძოლა“ ამ უარყოფითი მაჩვენებლების წინააღმდეგ. ამ პერიოდშივე შეიქმნა სხვადასხვა სახის ნაშრომები კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ. (3) 1970 წელს ბიზნეს ეთიკა უკვე ინტერდისციპლინარულ დარგად ჩამოყალიბდა. ჯონ როულსის სამართლიანობის თეორიამ შესაძლებელი გადახადა ეკონომიკურ პრობლემებთან დაკავშირებულიყო ფილოსოფიური საკითხები. ამ პერიოდისთვის კიდევ უფრო გამძაფრდა ინტერესი ბიზნეს ეთიკასთან დაკავშირებით. (4) 1980 –იანი წლებში ეთიკა წარმოგვიდნა უკვე აკადემიურ საუნივერსიტეტო დარგად. უფრო და უფრო მეტი ნაშრომი ეძღვნებოდა ამ თეზას. გარკვეულმა კომპანიებმა თავისი საქმიანობის ნაწილად აქცია სოციალური აუდიტი და პოლიტიკა. (5) 1985 წელი ბიზნეს ეთიკის განსაზღვრის წლად გამოცხადდა.⁹ უკვე მას მეცნიერულ დონეზე იკვლევდნენ. ბიზნეს ეთიკის დარგი განისაზღვრა ეთიკის და ბიზნესის ერთმანეთთან დამოკიდებულების შესაბამიად. მას არა მხოლოდ თეორიული მხარე არამედ პრაქტიკული ხასიათიც გააჩნდა. 1990 იანი წლებიდან აქტუალური გახდა ქცევითი ეთიკის შესწავლა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში შეინიშნება ეთიკის გავლენა. საჭირო გახდა კომპანიის შიდა

⁸ Andreea-Daniela Gangone . „ Ethical Issues in international Business” p2

⁹ ვ. ხიზანიშვილი „ბიზნესის ეთიკა” 12–18გვ.

ეთიკური პოლიტიკის ჩამოყალიბება რათა მინიმუმამდე ყოფილიყო დაყვანილი ესა თუ ისე გადაცდომები. ხოლო რაც შეეხება ოციან წლებში კი დაიწყო ეთიკის უკვე გამოყენებული ცნებების და თეორიების მორგება კულტურაზე ან კონკრეტულ შემთხვევებზე. წინა პლანზე წამოიწია კორპორაციულმა სოციალურმა პასუხისმგებლობამ.¹⁰ (იხილეთ ნახაზი 1.1)

ნახაზი 1.1 ბიზნეს ეთიკის განვითარების ეტაპები¹¹



წყარო: *Oliver Laasch, Roger N. Conaway. Principles of responsible management . p10*

ამგვარად ბიზნეს ეთიკაზე საუბრისას შეგვიძლია გამოვყოდ ეთიკა ბიზნესში და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა.

¹⁰ <https://slideplayer.com/slide>

¹¹ Oliver Laasch, Roger N. Conaway. Principles of responsible management . p10

ბიზნეს ეთიკის განზომილებად შეგვიძლია ჩავთვალოთ კომპანიების მიერ წარმოებული პროდუქციის უსაფრთხოება, ხარისხი, კორუფციაზე უარის თქმა, გარემოზე გაფრთხილება, პასუხისმგებლობის გააზრება საზოგადოების თამაშრომლებისა პარტნიორების წინაშე, ბუნებრივი რესურსების მოფრთხილება, დაცვა და სხვა. ზოგიერთი მათგანის დაცვა კანონითაც კი რეგულირდება მაგალითად ესეთია „მექრთამეობასთან ბრძოლის კონვენცია“- ეს კანონი გრძალავს მექრთამეობას დამრღვევი კი ისჯება კანონით.¹² მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ასევე საქართველოში არსებული კანონი-საჯარო სამსახურში ინტერესთა შეუთავსებლობის და კორუფციის შესახებ” ამ კონით რეგულირდება კორუფციასთან დაკავშირებული დარღვევები. კანონში დეტალურად არის აღწერილი თუ რა შეილძება ჩაითვალოს კორუფციად და რა იქნება დამსჯელობითი ღონისძიებები¹³. ამგვარად ბიზნეს ეთიკის ნორმების, თეორიების, წესებისა და კანონების დახმარებით განისაზღვა „ეთიკური ქცევა“ „არა ეთიკურისგან“, რაც თავის მხრივ გავლენას ახდენს პროფესიულ ქცევასა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე.

როგორც უკვე ავღნიშნე, ბევრი ბიზნესი ცდილობს თავისი საქმიანობა ეთიკურ მისწრაფებებს დაუკავშიროს, რადგან იგი კონკურენტული უპირატესობის მიღების მეტ შესაძლებლობას იძლევა. შეგვიძლია გამოვყოთ ეს უპირატესობები:

1. მოიზიდავს და ინარჩუნებს მაღალი კვალიფიკაციის თანამშრომლებს;
2. მოიზიდავს და ინარჩუნებს ასევე მარალი დონის მომხმარებლებს;
3. მოიზიდავს და ინარჩუნებს მაღალი ხარისხის მომწოდებლებს;
4. მოიზიდავს და ინარჩუნებს მაღალი ხარისხის ინვესტორებს;
5. აქვს საზოგადოების და მთავრობის კეთილგანწყობა;
6. დაინტერესებულ მხარეებთან ეფექტური უთიერთობების ჩამოყალიბება
7. პროდუქციის მაღალი ხარისხი

¹² საერთაშორისო ბიზნესის კათედრა „საერთაშორისო ბიზნესი“ 80გვ

¹³ საერთაშორისო გამჭირვალობა-საქართველო. „საქართველოს ანტიკორუფციული კანონმდებლობის განხორციელება პრაქტიკაში“ 8გვ.

8. ეთიკურ ორგანიზაციას ნაკლებად ესაჭიროება თანამშრომლების მუდმივი კონტროლი¹⁴

მოდით უფრო ვრცლად განვიხილოთ ზემოთ მოყვანილი ჩამონათვალი. პირველ რიგში თუ დავსვამთ კითხვას სამსახურის ძიებისას, რომელს მიანიჭებდი უპირატესობას ეთიკურ თუ არაეთიკურ ორგანიზაციას? გასაკვირი არ იქნება თუ სამსახურის მაძიებელთა უმეტესობა უპირატესობას ეთიკური ორგანიზაციისკენ გააკეთებდა. რადგან მათი მოლოდინი დიდია, რომ ეთიკურ ორგანიზაციაში იქნება მათი შრომის დაფასება, უსაფთხო შრომითი პირობები, დაცული იქნება მათი უფლებები, თანამშრომელთა და ხელმძღვანელთა შორის ლოიალური ურთიერთობები, სამუშაოს შესაბამისი ანაზღაურება, ეთიკური სტანდარტების და ღირებულებების კომპანიას შესწევს ძალა მოიპოვოს თანამშრომელთა კმაყოფილება და ერთგულება.

და თუ ხარ მომხმარებელი რომელი ორგანიზაციის მომსახურებითა და პროდუქციით ისარგებლებდი? ეთიკური რეპიტაცია უდაოდ საუკეთესო რეკლამაა. როდესაც მომხმარებლისთვის ცნობილია ორგანიზაციის მაღალი ეთიკის დონე მას აქვს მოლოდინი, რომ დაცული იქნება პროცესების თუ მომსახურების უსაფრთხოება მაღალი ხარისხი, სტანდარტები და პირობები, ჩნდება ნდობის ფაქტორი და საიმედოობის განცდა.

მომწოდებლის თვალთ რომ შევხედოთ, რა თქმა უნდა, ისინიც ეთიკურ ორგანიზაციაზე გააკეთებენ არჩევანს, მათაც უჩნდებათ ნდობის ფაქტორი, რომ ასეთი კომპანიები დროულად გადაიხდიან სამართლიან ფასს, რაც მათ საქმიანობას არ შეაფერცებს და ნაკლებ პრობლემებს გამოიწვევს საქმიანი ურთიერთობების დროს. თავის მხრივ ეთიკური ბიზნესი ძალიან მომხიბლელია ინვესტორებისთვის და აქციონერებისთვის მათ უფრო გაბედულად შეუძიათ ისეთ კომპანიებში კაპიტალის დაბანდება რომელიც მიყვება ბიზნეს ეთიკის სტანდარტებს, რაგან ვიცით, რომ იგი წარმატების ერთ-ერთი საწინდარია, რაც იწვევს ინვესტორების კმაყოფილების და ერთგულების დონეს. ბიზნესი, რომელიც თავის საქმიანობას ეთიკის ჩარჩოში აქცევს

¹⁴ D. Colling. Essentials of business ethics. 36p.

მიზდიველი უნდა იყოს ზოგადად საზოგადოებისთვის და მთავრობისთვის რადგან ისინი დროულად იხდიან გადასახადებს, იცავენ შრომით პირობებს, მოქმედებენ კანონის ფარგლებში და წვლილი შეაქვთ ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში, ისე რომ იცავენ თანამშრომელთა, მომხმარებელთა უფლებებს, ცდილობენ გაუფრთხილდნენ ბუნებრივ რესურსებს და გარემოს.

ეთიკური ორგანიზაციები მეტ პასუხისმგებლობას იჩენენ დაინტერესებულ მხარეთა ურთიერობებისას, დაბალანსებული გადაწყვეტილებით კი ცდილობენ თითოეული მათგანის ინტერესების დაკმაყოფილებას.

თავის მხრივ კმაყოფილი და მოტივირებული თანამშრომლები, რომლებმაც იციან რომ დაცულია მათი ინტერესები უსაფრთხოება და ზოგადად შრომითი პირობები უზრუნველყოფენ ბევრად მაღალი ხარისხის პროდუქციის თუ მომსახურების შექმნას. ასეთი თანამშრომელი თავის მხრივ სანდოა და ნაკლებ მეთვალყურეობას საჭიროებს ასრულებს თუ არა ის მასზე დაკისრებულ მოვალეობას. მარალი ხარისხის პროდუქცის და მომსახურება კი იზიდავს მომხმარებლებს, იწვევს მათ ერგულებას, რაც ორგანიზაციების გზას უკავაფავს წარმატებისკენ.¹⁵

მოკლედ რომ შევაჯამოთ ეთიკა ქმნის ზნეობრივ სტანდარტებს, რომლებიც მიგვითითებენ რა არის კარგი და სწორი ადამიანის ქცევაში¹⁶, ორგანიზაციებს ეხმარება დასახული მიზნები მიაღწიონ კეთილსინდისიერად, სამართლიანად, ისე რომ დაიცვან საკუთარი თუ სხვების ინტერესები. ზოგადად კი სამყაროს უდრო ჰუმანურს მშვიდს, საიმედოს და უსაფრთოს ხდის თითოეული ჩვენგანისთვის.

¹⁵ D. Colling. Essentials of business ethics. 35-39p.

¹⁶ John R. schermerhorn jr. Management 33p.

1.2 ეთიკური ორგანიზაციის ჩამოყალიბების ეტაპები

როგორც უკვე ვთქვით, ბიზნეს ეთიკა წესების, ნორმების ერთობლიობაა, რომლებიც გვკარნახობენ, როგორ მოვიქცეთ სწორად, რა გადაწყვეტილება მივიღოთ ისე რომ ნაკლები ზიანი მივაყენოთ გარემოს, საზოგადოებას... ეთიკა ეს წესია, რომელიც გვასწავლის კოლეგებთან, თანამშრომლებთან, პარტნიორებთან, მომხმარებლებთან ურთიერთობას, გვსწავლის, როგორ წარვმართოთ ჩვენი საქმიანობა კანონის ფარგლებში. მოკლედ რომ ვთქვათ, ბიზნესის მორალურ–ეთიკური წესი იყო არის და იქნება– „ არ დაარღვი“¹⁷. იმისათვის, რომ ორგანიზაციამ ბიზნეს ეთიკის ჭრილში იმუშაოს ერთი მხრივ უნდა გაითავისოს მნიშვნელობა ერთიანობის, პასუხისმგებლობის, პატიოსნების, მორალურობის, სამართლიანობის. მეორე მხრივ უნდა ჩამოაყალიბდეს ორგანიზაციული კულტურა, შეიქმნას ორგანიზაციის კუთვნილი ეთიკის კოდექსი, ეთიკის კომიტეტი, შესაძლებელია არსებობდეს ეთიკის ოფიცერი, თავის მრივ მენეჯერის ვალდებულებაა ორგანიზაციაში დაამკვირდოს ეთიკური პრინციპები, აამაღლოს ეთიკის ფასეულობები და ღირებულებები ხელი შეუწყოს თანამშრომლების ერთიანობას, წახალისოს ეთიკური ქცევები თუ გადაწყვეტილებები, მან უნდა შექმნას ეთიკური გარემო ორგანიზაციაში და რაც მთავარია ის უნდა იყოს მისაბამი მაგალითი სხვებისთვის.

აქვე მოვიშველიოთ შემდეგი განმარტება, რომ ბიზნეს ეთიკა არის დადგენილი ნორმების ანარეკლი, რომელიც ორგანიზაციის საქმიანობის საფუძველია. თავად ნორმებს კი ადგენს საზოგადოება სოციალური პოლიტიკის შესაბამისად. ის ასევე შეიძლება განისაზღვროს როგორც, პროფესიონალების პასუხისმგებლობის და მენეჯერების ეთიკური ქცევის ვალდებულებების დადგენის მცდელობა. (Chattopadhyay 2012)¹⁸. ჩვენი მსჯელობა უფრო თვალსაჩინო და გასაგები, რომ იყოს დავიხმაროთ

¹⁷ გ.შუბლაძე, მ. ნანიტაშვილი. „ ბიზნესის საფუძვლები. 433 გვ.

¹⁸ V. Milenkovska J, Petrovska, A. Stoikovska. Positive attitude towards business ethics and social responsibility for improving corporate image . p.100

ილუსტრაცია და შემდეგ განვარძნოთ მსჯელობა თუ როგორ უნდა განვითარდეს ბიზნეს ეთიკა ორგანიზაციაში. (იხილეთ ნახაზი 1.2)

ნახაზი 1.2 ბიზნეს ეთიკის განვითარება ორგანიზაციაში¹⁹

ეთიკური ქცევის პრინციპები	ეთიკური ლიდერობა	ორგანიზაციული სტრუქტურა
<ul style="list-style-type: none"> • ერთიანობა • პატიოსნება • ნდობა • სამართლიანობა • მორალის უმაღლესი დონის განვითარება • კეთილგანწყობა • ერთიანობა 	<ul style="list-style-type: none"> • მისაბაძი • ეთიკური ფასეულობების ამაღლებას უწყობს ხელს • კომუნიკაციები ეთიკის თემაზე • ეთიკური ქცევის წახალისება • „სასჯელის“ ფორმა არაეთიკური ქცევისთვის 	<ul style="list-style-type: none"> • კორპორატიული კულტურა • ეთიკის კოდექსი • ეთიკის კომიტეტი • ეთიკის კომისერი • ტრენინგები ეთიკის შესწავლისთვის • ეთიკის მართვა

წყარო: Klebe Trevino L. Pincus Hartman L. Brown M. Moral person and moral manager p128-142

ბიზნეს ეთიკური ქცევის განხორციელებისას ორგანიზაციებს ასე ვთქვათ ეხმარებათ ეთიკის კოდექსი, რომელიც არის პრინციპების სახელმძღვანელო, რუკა რომელიც სწორი ქცევების გზამკვლევაა. მასში შეიძლება ასახული იყოს ბიზნესის მისია, ფასეულობები, თუ როგორ მივუდგეთ პროფესიულ პრიბლემებს. არსებობს შესაბამისობაზე დაფუძნებული ეთიკის კოდექსი. ის შეესაბამება კონკრეტული ქვეყნის კანონს, ყველასათვის არის საყურადღებო, კომპანიის წევრები ვალდებული არიან დაიცვან ამ კოდექსით გათვალისწინებული წესები. ამ კოდექსის დაცვა ყველას მოვალეობა განურჩევლად სქესისა ასაკისა თანამდებობისა და სხვა გასხვავებისა. ის ასევე გვაფრთხილებს თუ რა სასჯელი მოყვება არაეთიკურ ქცევას. დარღვევის შემთხვევაში სადამსჯელო ღონისძიებები შეიძლება შემოიფარგლებოდეს საყვედურით,

¹⁹ Klebe Trevino L. Pincus Hartman L. Brown M. Moral person and moral manager p128-142

ჯარიმით ან უარეს შემთხვევაში თავისუფლების აღკვეთით. ზოგ კომპანიაში ამგვარი კოდექსის შესწავლის მიზნით თანამშრომლებს ტრენინგებიც კი უტარდებათ. ზოგ კომპანიაში კი ყავთ სპეციალური ოფიცერი, რომელიც არეგულირებს კოდექსში ცვლილებებს, აკონტროლებს თანამშრომელთა ქცევას, ცდილობს გამოავლინოს არაეთიკური სიტუაციები და აღმოფხვრას ის. ასეთი წესებია მაგალითად ავტომობილის ტარების უფლების მიღება, კანონი ფასიანი ქაღალდების ბაზრის შესახებ. ამ უკანასკლენი კანონის მიხედვით ფასიანი ქაღალდების (აქციები, ობლიგაციები) საჯარო შეთავაზება შესაბამისი დოკუმენტის (ემისიის პროსპექტი) მომზადების გარეშე და საქართველოს ეროვნული ბანკის დამტკიცების გარეშე აკრძალულია²⁰. ასე ვთქვათ ორგანიზაციაში ეთიკური ქსევის წესები შეესაბამება ქვეყნის კანონმდებლობას.²¹ შეგვიძლია გამოვყოთ ეთიკური წესები, რომელიც ითვალისწინებს ქვეყნის კულტურას ადათ-წესებს, ტრადიციებს, სწორედ ის მიუთებს საზოგადოებას სწორის და არასწორის გარჩევას. ამგვარი წესები შეიძლება ეწინააღმდეგებოდეს კანონს, ტრადიციების გათვალისწინებით ეთიკურ ქცევად მიიჩნეოდეს. ამის მაგალითია გუანში – ჩინური კომპანიების ურთიერთობის ფორმაა, რომელიც დაფუძნებულია ნდობაზე და კეთილგანწყობაზე. ისინი ხშირად დებენ ფარულ გარიგებებს, შეღავათიან პირობებს სთავაზობენ ერთმანეთს. ეს შეიძლება არაეთიკური იყოს თუმცა ჩინური კომპანიების საქმიანობა წარმოდგენილია მის გარეშე ეს მათ ადათ-წესშია.²²

არსებობს ასევე ღირებულებებზე დაფუძნებული ეთიკის კოდექსი, რომელსაც თავად კომპანია ადგენს იმის გათვალისწინებით თუ რა ფასეულობები, ღირებულებათა სისტემა გააჩნიათ. კომპანია აყალიბებს კონკრეტულად მისი ბიზნესისთვის შრომით კოდექსს, რომელიც უნდა დაიცვას ორგანიზაციის თითოეულმა წევრმა. მაგალითად მოვიყვანოთ თელია კომანია, რომელიც საქართველოში იყო კომპანია ჯეოსელის მფლობელი. ამ კომპანიას აქვს საკუთარი ეთიკის კოდექსი, რომელიც დაფუძნებულია შენდევ ღირებულებებზე– Dare, Care, Simlify- ეს ღირებულებები ორგანიზაციის

²⁰ <https://www.nbg.gov.ge>

²¹ <https://www.investopedia.com/terms/c/code-of-ethics>

²² ნინო ფარესაშვილი . კროს კულტურული მენეჯმენტი 12გვ

წევრებისგან, მოითხოვს გაბედულებას აზრების, წუხილის გამოხატვისას, მოითხოვს ერთმანეთზე ზრუნვას, მხარდაჭერას, პატივისცემით და გულწრფელად, სამყაროზე ზრუნვას პასუხისმგებლურ ქცევას. ამ კოდექსში არსებული წები კომპანიის თანშრომლებს, ხელმძღვანელობას კარნახობს იმ ღირებულებებს, რაც მნიშვნელოვანია კომანიისთვის, რომლის შესაბამისადაც უნდა წარიმართოს საქმიანობა. განხილულია კონკრეტული სიტუაციები თუ რა არის სწორი ქმედება და რა ასაწრორი, როგორ განახორციელონ საქმიანობა, როგორ მიიღონ გადაწყვეტილებები. აქვე მითითებულია სასჯელი ამ წესების დარღვევის შესაბამისად იქნება ეს უბრალოდ სიტყვიერი თუ წერილობითი საყვედური, გაფრთხილება, ჯარიმა ან შრომითი ხელშეკრულების შეწყვეტა. ამ კოდექსის მთავარი მიზანია ადამიანის უფლებების, შრომითი პირობების, გარემოს დაცვის ანტიკორუფციული სტანდარტების შესაბამისად ბიზნესის წარმატებისკენ სწრაფვა²³.

ასევე არსებობს პროფესიული საქმიანობის კოდექსი, რომელიც გაწერილია კონკრეტული პროფესიის შესაბამისად მაგალითად არსებობს მასწავლებლების შრომის კოდექსი, იურისტების შრომის კოდექსი, ბუღალტრების შრომის კოდექსი. რისი დაცვაც სწორედ ამ კონკრეტული პროფესიის მქოდე ადამიანებს ევალებათ. მაგალითად ბუღალტერთა ეთიკის კოდექსი შედგენილია ბუღალტერთა ეთიკის საერთაშორისო სტანდარტების საბჭოს (ბესს) მიერ მისი მთავარი მიზანია უმაღლესი ეთიკის სტანდარტების შექმნა, რასაც შეუძლია ბუღალტრის საქმიანობა უფრო ხარისხიანი და ეფექტური გახადოს, ეს მოიცავს იმ სავალდებულო წესებსა და კანონებს, რომელიც ბუღალტერმა უნდა დაიცვას პროფესიული საქმიანობის განხორციელებისას. მას მოეთხოვება იყოს პატიოსანი, გამჭირვალე ობიექტური, დაიცვას კომფიდენციალობა, გაანალიზოს და აღმოფხვრას ეთიკური დილემები. ეს კოდექსი ეხმარება მას მისცეს მიმართულება ეთიკური ქცევისკენ.²⁴ ეთიკის კოდექსი შესაძლებელია არა მხოლოდ ერთ კონკრეტულ პროფესიას ან ორგანიზაციას ეხებოდეს, არამედ ორგანიზაციებს.

²³ კომპანია Telia-პასუხისმგებლობის მქონდე ბიზნესის ქცევის კოდექსი გვ 2

²⁴ ბუღალტერთა ინტერნაციონალური ფედერაცია. ეთიკის კოდექსის სახელმძღვანელო პროფესიონალი ბუღალტრებისთვის 11-13პ

მაგალითად 2001წ საქართველოს ბანკების ასოციაციის მიერ მიღებულ იქნა კორპორაციული მართვის კოდექსი კომერციული ბანკებისთვის. ამ კოდექსის წესებსა და ნორმებს უნდა ითვალისწინებდეს საქართველოში მოქმედი ყველა ბანკი, ისინი ასევე ვალდებულები არიან ყოველწლიურად წარადგინონ კორპორაციული მართვის ანგარიშები. (აქციონერთა უფლებები, რისკების მართვა, შიდა კონტროლი)²⁵. ასე რომ, იმისათვის რომ ორგანიაცია ბიზნეს ეთიკის ნაწილი გახდეს მისთვის მნიშვნელოვანია ეთიკის მნიშვნელობის გააზრება, გაანალიზება და პრაქტიკაში მისი გამოყენება.

არსებობს კომპანიები, რომლებსაც ყავთ ეთიკის სპეციალური კომიტეტი. მათ ევალუბათ პრობლემების ეთიკურად მოგვარება, ქცევის ნორმების ინტერპრეტაცია, განახლება, მეთვალყურეობა იმის განსაზღვრა თუ რამდენად დაცულია ეთიკური წესები ორგანიზაციის წევრების მიერ. მათ პასუხისმგებლობის ქვეშ ექცევა ეთიკური დილემების მოგვარება. ამ ყველაფერთან ერთად იმისათვის, რომ ბიზნეს ეთიკა განვითარდეს მნიშვნელოვანია თანამშრომლებისთვის ტრენინგების ჩატარება, რომელთა მეშვეობით ისინი ითვისებენ თეორიულ საკითხებს, მსჯელობენ აქტუალურ ეთიკურ პრობლემებზე და სწავლობენ თუ როგორ გამოიყენონ ეს ცოდნა პრაქტიკაში.²⁶ და რაც მთავარია ბიზნეს ეთიკის განვითარებაზე უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს კორპორატიული კულტურა. სწორედ მასზეა დამოკიდებული თუ როგორ განვითარდება ეთიკური მოვლენები ორგანიზაციაში, როგორ გაითავისებენ თანამშრომლები ეთიკის ნორმებს, და რამდენად იქნება შესაძლებელი ეთიკური დილემების მოგვარება. და მაინც რა არის კორპორატიული კულტურა?– ის არის ორგანიზაციის ჩვევების, მრწამსის, წერების, ფასეულობების, რელიგიის და ფილოსოფიის ერთობლიობა²⁷. სწორედაც, რომ ორგანიზაციის კულტურა არი ის თუ როგორ აკეთებს საქმეს ორგანიზაცია(რობი კატანგა)²⁸. ბიზნეს ეთიკის განვითარებაზე

²⁵ საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის საკონსულტაციო პროგრამა ევროპასა და ცენტრალურ აზიაში. კორპორატიული მართვის სახელმძღვანელო. 48გვ

²⁶ შ. მაჭავარიანი, „მენეჯმენტის საფუძვლები“ 498გვ.

²⁷ მ. გოცირიზე. „კორპორაციული მენეჯმენტი“. 48გვ.

²⁸ <https://www.marketer.ge>

საუბრისას არ უნდა დაგვავიწყდეს ეთიკული ლიდერის მნიშვნელობა. სწორედ მასზეა დამოკიდებული თუ რა კულტურა, ფასეულობები ეთიკის ამალგების გზები ჩამოყალიბდება ორგანიზაციაში. პირვერ რიგში ეთიკური მენეჯრია ვალდებული აილოს პასუხისმგებლობა ორგანიზაციაში ეთიკის განვითარებაზე. ამ კუთხით საუკეთესო მაგალითია ევერეტ კუპი ამერიკელი ქირურგი გენერალი. ის რეიგანის (ამერიკის პრეზიდენტი 1981–1989წლები) ადმინისტრაციაში მუშაობდა. კუპი მოუწოდებდა ხალხს რომ უნდა შექმნილიყო ნარკომანებისთვის უფასო მკურნალობის პროგრამა, გამოდიოდა აბორტის წინააღმდეგ. მას ამ პროტესტისთვის არ პქონდა საკმარისი რესურსები, მაგრამ მან შესძლო თავისი ოფისი გადაექცია ჯანმთელობის დამცველ ძლიერ ორგანიზაციად. მან აამალა საზოგადოების ცნობიერება შიდსის საკითხებში, დაულალავად ცდილობდა შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვების უფლებების დაცვას. კუპის მიერ შემუშავდა კანონი საჯარო სივრცეში თამბაქოს მოხმარების წინააღმდეგ²⁹.

თანამედროვე ბიზნესში სულ უფრო იზრდება „ ბრძოლა“ პირველობისთვის, სულ უფრო ძნელდება კომპანიებისთვის იყვნენ კონკურენტუნარიანი , მიალწიონ დასახულ მიზნებს, ძნელდება გადაწყვეტილებების მიღების პროცეში ბალანსირება ბიზნესის მომგებიანობასა და ეთიკური ნორმების დაცვის შორის. განაწყვეტილების მიღება მაქსიმალურად ეფექტური რომ იყოს და დაცული იყოს ეთიკის ნორმები როგორც კომპანიისთვის ასევე გარშემო მყოფებისთვის ზოგი კომპანია იყენებს „ ოთხი თვალის“ პრინციპს. რაც ხელს უწყობს დაუდევრობისა და კორუფციისგან დაცვას. ამ სტრატეგიის მიხედვით სულ ცოტა ორი პიროვნების მიერ უნდა იყოს დადასტურებული მისაღები გადაწყვეცილება. თუმცე ეს პრინციპი თავად გადაწყვეტილების მიმღები პირების პატიოსნებაზეა დამოკიდებული.³⁰

სწორედ რომ ეთიკურ ლიდერზეა დამოკიდებული თუ რამდენად მოხერხდება ეთიკური ნორმების დაცვა გადაწყვეტილების მიღების პროცეში და როდესაც ისინი

²⁹ი. ჟვანია, გ. კიკნაძე. „ლიდერი და ლიდერობა“ 138 გვ.

³⁰ პ. ბოროვსკა, ლ. გოგიძე.... ეთიკა და ქცევის ზოგადი წესები საჯარო სამსახურში 62გვ.

სხვადასხვა სახის დილემებს აწყდებიან შეუძლიათ დაიხმარონ ფასეულობებზე დაფუძნებული ნორმატიული სტრატეგიები. მაგალითად ასეთი დილემა შეიძლება იყოს ასეთი სიტუაცია, ფორმა რომელიც თავისი წარმოების პროცესით აბინძურებს გარემო პირობებს მიიღოს გადაწყვეტილება დახუროს კომპანია და უმუშევრად დატოვოს ათასობით ადამიანი თუ განაგრძნოს მუშაობა, შეინარჩუნოს კადრები გარემოს დაბინძურების ხარჯზე? გამოიყოფა რამოდენიმე ნორმატიული სტრატეგია ესენია: უტილიტარული, ინდივიდუალური, მორალური, სამართლებრივი, სამართლიანობის, და ეთიკური რელატივიზმის კონცეფცია, სათნობაზე დაფუძნებული პრაქტიკული მიდგომა. განვიხილოთ თითოეული მათგანი. უტილიტარული მიდგომის მიხედვით ის გადასწყვეტილებაა ეთიკურ, რომელიც უმრავლესობისთვის სარგებლის მომტანი იქნება. მაგალითად თამბაქოს აგრძალვა საჯარო სივრცეებში. ამ მიდგომის მაგალითად ასევე შეიძლება ჩაითვალოს 2020 წლის უხილავი მტერისადმი ბრძოლის კამპანია „დარჩი სახლში“. ინდივიდუალური მიდგომის მიხედვით კი ის გადასწყვეტილებაა ეთიკური რომელიც სარგებელს ინდივიდს მოუტანს. მაგალითად კომპანიაში კონრეტული თანამშრომლის ნებისმიერი მოქმედებაა ჩაითვლება ეთიკურად თუ მას ეს მოქმედებები წარმატებებისაკენ წაიყვანს³¹. მორალური მიდგომის თანახმად ადამიანი იბადება თავისუფლების უფლებით, დაცული უნდა იყოს მისი სიცოცხლე, ჯანმრთელობა რომელიც არ უნდა ირღვეოდეს სხვების მიერ. მასზე ზემოქმედება შეიძლება მხოლოდ მისივე ნებართვით, ე.წ. შეთანხმების უფლებით. ამ მიდგომის შეძლუდვები შეგვიძლია ვნახოთ 1948 წელს მიღებული ადამიანის უფლებათა საყოველთაო დეკლარაციაში, რომელიც საქართველოში 1991 წლის 15 სექტემბრის დადგენილებით შევიდა ძალაში³².

სამართლიანობის კონცეფციით ეთიკურია გადასწყვეტილება, რომელიც მიუკერძოებლობაზე და სამართლიანობის პრინციპებზე იქნება დაფუძნებული. თავის მრივ ეს კონცეფცია იყოფა სამ ნაწილად. განაწილებული სამართლიანობა, რომლის

³¹ თ. შენგელია „გლობალური ბიზნესი“ 148გვ.

³² საქართველოს უზენაესი საბჭო, ადამიანის უფლებათა საყოველთაო დეკლარაცია 1 გვ.

მიხედვითაც გადაწყვეტილებისას არ უნდა მიენიჭოს ვინმეს უპირატესობა. მიღებული გადაწყვეტილება თანაბრად უნდა იყოს განაწილებული. პროცედურული სამართლიანობის შესაბამიად უნდა მოხდეს ხელქვეითთა საქმიანობის სამართლიანი წარმართვა და ბოლო კომპესირების სამართლიანობა ორგანიზაცია ვალდებულია მოახდინოს მის მიერ წარმოშობილი ზარალის კომპესირება.³³

სათნოებაზე დაფუძნებული მიდგომის მიხედვით ეთიკური ქცევა პირად ღირებულებებზეა დამოკიდებული მაგალითად სულგრძელობა, ერთგულება და სხვა. რაც შეეხება პრაქტიკულ მიდგომას ის გადაწყვეტილება ითვლება ეთიკურად, რომელიც მისაღებია პროფესიონალისთვის. მენეჯერებს შეიძიათ გააერთიანონ ზემოთ ჩამოთვლილი მიდგომები და მათი შეჯამების შესაბამისად მიიღონ სწორი გადაწყვეტილება³⁴.

და ბოლოს ეთიკური რელატივიზმის მიდგომის მიხედვით. ეთიკურად ჩაითვლება ის ქცევები თუ გადაწყვეტილებები, რომელიც ნაკარნახევია კონკრეტული ქვეყნის კულტურის მიერ. აქვე უნდა გავითვალისწინოთ ის ფაქტი რომ სხვადასხვა ქვეყნებს განსხვავებული შეხედულებები აქვთ კულტურის თვალსაზრისით და რაც შეილება ერთ ქვეყანაში ეთიკურად ჩაითვალოს მეორე ქვეყანაში სრულიად მიუღებელი და არა ეთიკური იყოს³⁵. მაგალითად ავსტრალიელებისთვის სრულიად ეთიკურია როდესაც ხელმძღვანელი თავისი პირადი ინტერესების საფუძველზე აწინაურებს მანდილოსანს ამერიკელისთვის ეს ფაქტი კი შეურაცმყოფელია. ლათინურ ამერიკის ქვეყნებში ეთიკურად გამართლებულია ბიზნეს შეხვედრებზე დაგვიანება ნახევარი საათით გერმანიაში და შვეიცარიაში კი სადაც ყოველი საქმე საათებში და წუთებშია დაგეგმილი დაგვიანება სრულიად არაეთიკურია. ირანულ კულტურებში შეთავაზებამდე

³³ მ თევრდორაძე, ნ.ნასყიდაშვილი... „მენეჯმენტი“ 135გვ.

³⁴ ეკა ჩოხელის სალექციო კურსი მენეჯმენტის თანამედროვე კონცეფციები ლექცია 4. 4გვ.

³⁵ შ. მაჭავარიანი, „მენეჯმენტის საფუძვლები“ 485გვ.

რამოდენიმეჯერ უარის თქმა თავაზიანობად ითვლება მაგრამ სხვა კულტურებში ეს ქმედებები ასაწორია³⁶.

როგორც ვიცით კოლექტივისტურ კულტურაში დაშვებულია ნეპოტიზმი რადგან აქ სამახურის ძებნა გადის ახლობლებისა და ოჯახის წრიდან, ნეპოტიზმი კი ბევრ ქვეყანაშია დაგმობილი. კულტურათა შორის განსხვავებები განსაკუთრებით საყურადღებოა ტრანსანიონალური და გლობალური კომპანიებისთვის. რადგან მათ როგორც ორგანიზაციის შიგნით ასევე მის გარეთ სხვადასხვა ეთნოსის წამომადგენლებთან უწევთ ურთიერთობა, რომლებსაც განხვავებული შეხედულებები და მოსაზრებები აქვთ ერთი და იგივე შემთხვევებზე. ეს განსხვავება კი კულტურათა, ტრადიციათა სხვაობით არის გამოწვეული. კომპანიებში, რომლებიც პატივს სცემენ სხვათა ღირებულებებს, ადათ-წესებს, შეხედულებებსა და ტრადიციებს საუკეთესო მაგალითია მაგდონალდი, რომელიც თავის მენიუს უსადაგებს კონკრეტული ქვეყნის კულტურას: ინდიეთში მენიუმში არ შედის ძროხის ხორცი, რადგან ამ ყვეყანაში ძროხა წმინდაა ცხოველად ითვლება, გერმანელები გამოირჩევიან ლუდის სიყვარულით, ამიტომ გერმანულ მენიუმში დამატებულია ლუდი, საქათველოში კი მაგდონალდის სამარხვო მენიუსაც გვთავაზობს, რაც მართმადიდებელთა რელიგიის პატივისცემის ნიშანია. მაგდონალდის ამგვარმა ქმედებმა მის წარმატებასაც შეუწყო ხელი. მან შეძლო ბიზნესის მომგებიანობისა და ბიზნეს ეთიკის დაბალანსება უმაღლდეს ხარისხზე.

ბიზნეს ეთიკის გავითარებაზე გარკვეულ გავლენას თავად რელიგიაც კი ახდენს. მაგალიტად ისლამური ფუნდამენტალიზმი. ამ რელიგიის მიმდევრებიდან ვისაც აქვს შემოსავალი ქონებიდან ვალდებულია შემოსავლის რაღაც ნაწილი კეთილ საქმეში დახარჯონ ,რაც სიკეთის მომტანი იქნება მოსახლეობისთვის. ამ რელიგიის მიხედვით იგრძალება პროცენტის გადახდა. ზოგიერთ ირანულ ქვეყანაში ქალის დასაქმებაც კი იგრძალება. დაუშვებელია ადამიანების ექსპულატაცია. რელიგიისა და ეთიკის კიდევ ერთი კარგი მაგალითია კონფუზიზმი, რომელიც გავრძელებულია კორეაში, ჩინეთში,

³⁶ ქ. კაკიტელაშვილი გ. ნიქარაძე... „მსოფლიო კულტურა“160–161 გვ

იაპონიაში. ეს რელიგია მის მიმდევრებს მოუწოდებს მორალისკენ, ლოიალობისკენ, ეთიკური ქცევისკენ. მათი ეკონომიკა ერთმანეთის კეთილსინდისიერებასა და ნდობაზეა დაფუძნებული³⁷.

ამერიკული ფინანსური ეკონომიკური ჟურნალი ფორბსი ყოველწიურად აქვეყნებს იმ კომპანიების სიას, რომელიც წლის ჭრილში წარმატებულ ბიზნესთან ერთად ეთიკურ ნორმებსაც ინარჩუნებენ. 2020 წელის ამ სიაში 124 კომპანია მოხვდა მაგალითად კენონი, სონი, ნოკია, სტარბაქსი და სხვა. მოკლედ სტარბაქსის შესახებ, რომელსაც 49 წლიანი ისტორია გააჩნია: პირველი მაღაზია სიეტლსი გაიხსნა 1971 წელს თავიდან მხოლოდ ყავის მარცვლებს სთავაზობდა მომხარებელს ახლა კი ერთ–ერთი ყველაზე ცნობილი მულტინაციონალური კომპანიაა. ბიზნესის მომგებიანობასთან ერთად მისი მიზანია ბუნებრივი რესურსების გაფრთხილება, შენარჩუნება, იგი ზრუნავს თანამშრომელთა ჯანმრთელობასა და უსაფრთხოებაზე სხვადასხვა წყაროს ინფორმაციით იგი თანამშრომელთა დაზღვევაზე უფრო მეტს ხარჯავს ვიდრე ყავის მარცვლებში. სტარბაგსი ცდილობს ახალგაზრდებს გაუკვალოს წარმატებისკენ გზა და თანამშრომელთა 50% მეთი 24 წლამდე ასაკისაა. ხარისხიანი და ეკოლოგიურად სუფთა პროფუქციით კი უფრთხილდება თავის ერთგულ მომხმარებლებს. ეს კომპანია ცდილობს დაზოგოს ელექტრო ენერგია და მაღაზიათა ქსელებში განათავსა ენერგოეფექტური განათებები დაამონტაჟა ასევე განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს წლის რესურს და ცდილობს ეკონომიურად გამოიყენოს იგი. სტარბაქსმა შექმნა წყლის ფონდი, რომლის მეშვეობით ცდილობს საგოზადობაში აამაღლოს ცნობიერება თუ რამდენად მნიშვნელოვანია სასმელი წლის ეკონომიურად მოხმარება. ასევე მის მაღაზიებში არის აქცია თუ მომხმარებელი შეიძენს ETHOS Water-ს შემოსავლის ნაწილი ირიცხება ამ ფონდში, რომელიც შემდგომ უზრუნველყოფს ბავშვებისთვის სუფთა ჰიგინურ სანიტარული ნორმებით დაცული სასმელი წყლის მიწოდებას. მოკლედ რომ

³⁷ თ. შენგელია „ გლობალური ბიზნესი” 148გვ, 121–122გვ ,124გვ.

ვთქვათ სტარბაქსი უკვე წლებია ცდილობს ბიზნესის კეთებასთან ერთად აკეთოს კეთილი საქმეები³⁸..

და მაინც რატომ არის მნიშვნელოვანი ოგანიზაცია იყოს ბიზნეს ეთიკის ნაწილი? როდესაც ორგანია თავის საქმიანობას ეთიკის ჭრილში აქცევს პირველ რიგში იაზრდება მისი რეპუტაცია მომხმარებლებში ინვესტორებში აქტიონერებში თუ ზოგადად ეკონომიკურ ბაზარზე. მისი მეშვეობით კომპანია უფრო ეფექტურად მართავს კრიზისულ სიტუაციებს, კორპორატიულ კულტურასთან ერთად წინა პლანზე გადმოაქვს ორგანიზაციის ღირებულებები, ფასეულობები. ხელს უწყობს ეფექტურ ურთიერთობებს დაინტერესებულ მხარეებთან. ასევე გამორიცხვას სასამართლო დავებს, რომელიც შეიძლება გამოწვეული იყოს თაღლითობით, კორუფციით, მექრთამობით ან სხვა დავებით³⁹.

1.3 ოგანიზაციისა და დაინტერესებულ მხარეთა კომუნიკაცია

და მაინც რა არის თანამედროვე ბიზნესის მთავარი მიზანი? და ვის წინაშე უნდა იყოს ფირმა პასუხისმგებელი? ორგანიზაციის მთავარი მიზანი, რა თქმა უნდა გრძელვადიანი მდგრადი განვითარებაა, თუმცა არ უნდა დავივიწყოთ ფართო საზოგადოებრივი მიზნებიც და ის ვალდებულებები, რომლებიც აქვს მის გარემომყოფებისადმი. სწორედ ამ თემაზე გვესაუბრება ბიზნეს ეთიკის ერთ-ერთი თეორიული მიმართულება– სტეიკჰოლდერების თეორია, რომლის მიხედვითაც ბიზნესი დასახული მიზნების მიღწევასთან ერთად აუცილებელია განთვალისწინებული იქნას დაინტერესებული მხარეთა ინტერესები. ეს ტერმინი პირველად 1963 წელს გამოიყენა ედვარდ ფრიმენმა თვის ნაშრომში „ სტრატეგიული

³⁸ <https://www.starbucks.co.uk/responsibility>

³⁹ საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის საკონსულტაციო პროგრამა ევროპასა და ცენტრალურ აზიაში. კორპორატიული მართვის სახელმძღვანელო. 48გვ

მენეჯმენტი”. მისივე განმარტებით სტეიკჰოლდერები არიან დაინტერესებული მხარე ან მათი ჯგუფი, რომლებიც გავლენას ახდენენ ორგანიზაციის მიზნების მიჭევაზე ან პირიქით მიზნის მიღწევისკენ მიმართული ქმედებები თავად მათზე ახდენს გავლენას.⁴⁰ თავის მხრივ ეს თეორია სამ თეორიად იყოფა: აღწერით, ინსტრუმენტალური და ნორმატიული. აღწერითი თეორია გვიჩვენებს იმ კონკრეტულ დაინტერესებულ მხარეს, რომლის ინტერესების დაცვა შეუძია კომპანიას გარკვეულ სიტუაციებში; ინსტრუმენტარული თეორია გვიჩვენებს თუ რა დადებითი შედეგების მომტანი იქნება ორგანიზაციისთვის სტეიკჰოლდერების ინტერესების დაცვა და ბოლოს ნორმატიული თეორია გვიჩვენებს თუ რა მიზეზით უნდა გაითვალისწინოს კომპანიამ მათი ინტერესები⁴¹.

სტეიკჰოლდერების ჯგუფი იყოფა ორ ნაწილად გარე და შიდა დაინტერესებულ მხარეებად. შინა გარემოს მიეკუთვნება დასაქმებული, მფლობელი, მენეჯერი ხოლო გარე გარემოს მომხმარებლები, აქციონერების კრედიტორები, მთვრობა, საზოგადოება, მომწოდებლები. თითოეულ მათგანს კომპანიასთან აქვს უნიკალური ურთიერთობა⁴². აღსაღნიშნავია ის ფაქტიც, რომ დაინტერესებული მხარეები შეიძლება დაიყოს ცალკე ქვეთავებად მაგალითად მთავრობა დაიყოს ფედერალურ, სახელმწიფო და ადგილობრივ ჯგუფებად, თანამშრომლები კი მოიცავდეს მანდილოსებს, უმცირესობებს, ხანდაზმულ თანამშრომლებსა და პროკავშირების ქვეჯგუფებს.

აქვე შეგვიძლია გამოვყოთ:

⁴⁰ Anne T. Lawrence, J. Weber Business and Society. 7–8p.

⁴¹ A.Crane, D.Matten .Business ethics .67p

⁴² Anne T. Lawrence, J. Weber Business and Society. 9p.

ნახაზი 1.3 დაინტერესებულ მხარეთა კლასები⁴³:

პირდაპირი დაინტერესებული მხარეები:

- აქციონერები და ინვესტორები
- თანამშრომლები და მენეჯერები
- მომხარებლები
- ადგილობრივი საზოგადოება
- მომწოდებლები და სხვა ბიზნეს პარტნიორები

არაპირდაპირი დაინტერესებული მხარეები:

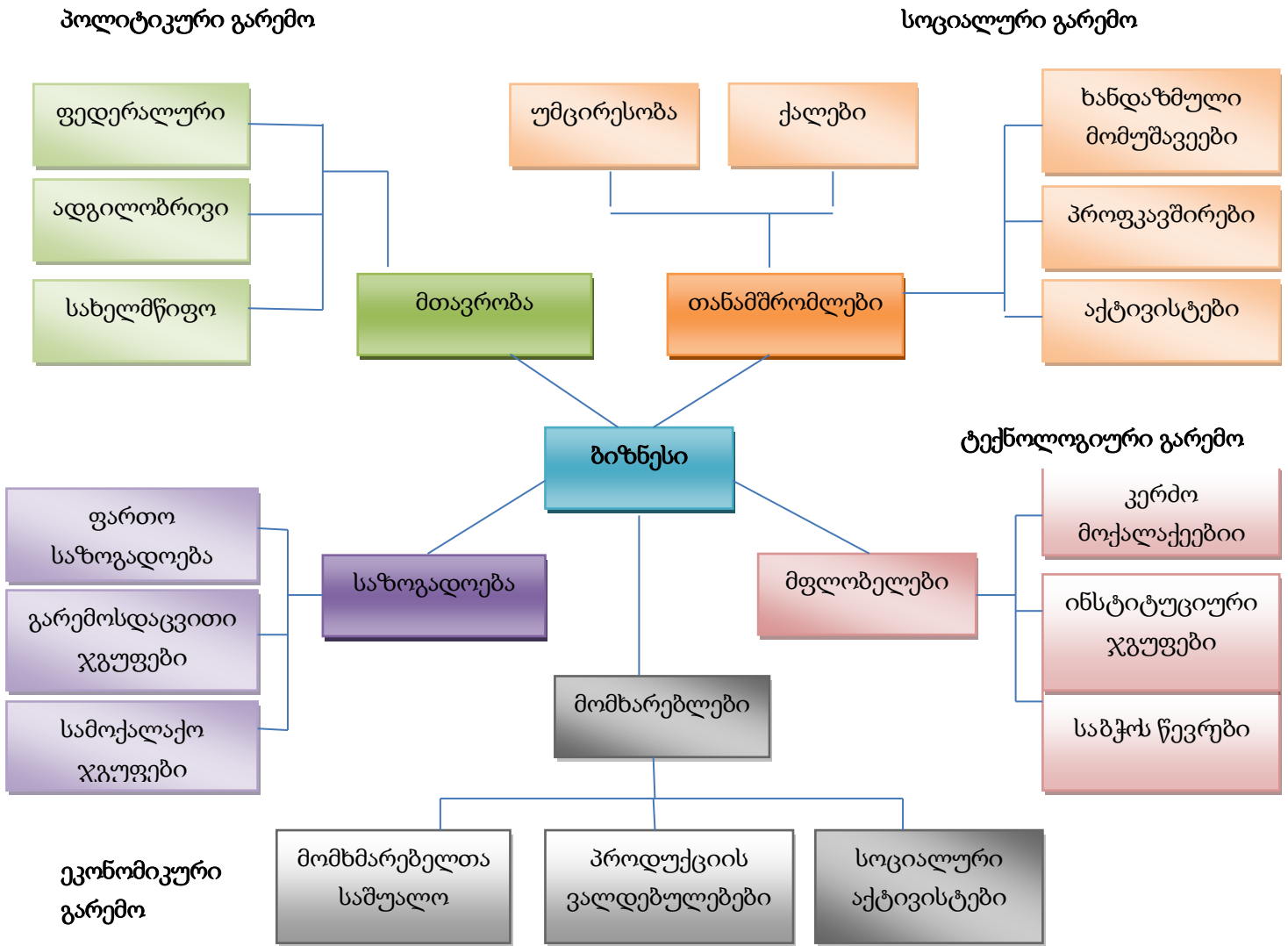
- მთავრობა და რეგულაციები
- სამოქალაქო ინსტიტუტები
- სოციალური ჯგუფები
- მედია
- სავაჭრო ორგანიაციები
- კონკურენტები

წყარო: A. Carroll, J. Brown, A. Buchholts. Business & Society p76

პირდაპირი დაინტერესებულ მხარეები უშუალოდ მონაწილეობენ ორგანიზაციის ფუნქციონირებაში, შესაბამისად მათ მეტი გავლენა აქვთ. არაპირდაპირი დაინტერესებული მხარეები ძილითად გავლენას ახდენენ კომპანიის რეპუტაციაზე, საზოგადოებრივ პოზიციაზე, ასე ვთქვათ ორგანიზაციაზე მათი გავლენა არაპირდაპირია. ისინი შეიძლება ასევე მოიცავდნენ არასამთავრობო ორგანიზაციებს მაგალითად გარემოსდამცველთა ინსტიტუტებს და ცხოველთა დაცვის ორგანიზაციებს, რომლებიც იმ ორგანიზაციების მიმართ არიან განწყობილნი მტრულად, რომლებიც ეწინააღმდეგებიან მათ ინტერესებს გარემოს დაცვით, ეკოლოგიულ, ეთიკურ, პოლიტიკურ თუ სხვადასხვა საკითხში. კომპანიებს უნდ ახსოვდეთ, რომ მედიის საშუალებით დაინტერესებულ მხარეთა კატეგორიები და მათი გავლენა კომპანიის შესაძლებლობებზე თუ რეპუტაციაზე შეიძლება შეიცვალოს სხვადასხვა გზით მაგალიტად ბოიკოტი, დემონსტრაციები და სხვა...

⁴³ A. Carroll, J. Brown, A. Buchholts. Business & Society p76

1.3 ნახაზი: სტეიკჰოლდერების რუკა⁴⁴



წყარო: A. Carroll, J. Brown, A. Buchholts. Business & Society p75

კომპანიამ თავისი საქმიანობის უკეთ გასაკონტროლებლად და სტეიკჰოლდერების სწორი შეფასებისთვის მათთან ეფექტური კომუნიკაციისთვის საჭიროა რამოდენიმე ეტაპის გავლა:

1. დაინტერესებულ მხარეთა გამოვლენა
2. დაინტერესებულ მხარეთა კომუნიკაციის შესაძლო შედეგების შეფასება
3. კონუმიკაციის პროცესის დაგეგმვა

⁴⁴ A. Carroll, J. Brown, A. Buchholts. Business & Society p75

4. კომუნიკაციის განხორციელება
5. ანგარიშგება

როგორც უკვე ავლიშნეთ დაინტერესებული მხარეები გავლენას ახდენენ ორგანიზაციის ფუნქციონირებაზე და ასევე პირიქით, ამ ზეგავლენის განსაზღვრით კი კომპანიას შესაძლებლობა ექნება გამოავლინოს ინტერესები და მოლოდინები, რომელიც შეიძლება ქონდეს ამა თუ იმ დაინტერესებულ პირებს. კომპანიას საშუალება აქვს სხვადასხვა კუთხით გამოყონ დაინტერესებული მხარეები მაგალითად ისინი, ვინც კომპანიასთან დაკავშირებულნი არიან იურიდიული თვალსაზრისით (თანამშრომლები), ისინი ვინც ძლიერ ზეგავლენას ახდენენ კომპანიის მიზნების განხორციელებაზე მაგალითად გარემოსდაცვითი ორგანიზაციები, ისინი ვისაც კომპანიას ყოველდღიური ურთიერთობა აქვს, მაგალითად მომწოდებლები, ისინი ვინც კომპანიის საქმიანობაზე მათ პროდუქციაზე და მომსახურებაზე არიან დამოკიდებულნი მაგალითად მომხმარებლები და ისინი ვისთანც ორგანიზაცია ურთიერთობს, მაგალითად ადგილობრივი პოლიტიკოსები, პროფკავშირები. კომპანიის ხელმძღვანელებამ ასევე უნდა გაითვალისწინონ ის ფაქტიც, რომ დაინტერესებულ მხარეებზე შეიძლება როგორც პირდაპირ ასევე ირიბი გავლენა მოახდინონ სხვადასხვა გადაწყვეტილების მეშვეობით. მაგალითად კომპანიაში მიღებული გადაწყვეტილებები, შრომითი კოდექსი და პოლიტიკა პირდაპირ ზეგავლენას ახდენს თანამშრომლებზე იქნება ეს მოტივაციის კუთხით თუ სხვა და ორგანიზაცია ასევე თავისი შიდა პოლიტიკით არაპირდაპირ გავლენას ახდენს მაგალითად თანამშრომელთა ოჯახის წევრებზე, იმით თუ რამდენად არის კმაყოფილი თანამშრომელი კომპანიაში მუშაობით, რამდენად არის დაცული მისი უსაფრთხოება და სხვა. რაც შეეხება დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაციის არსებობას კომპანიისთვის მოაქვს შემდეგი დადებითი შედეგები: ამცირებს კომპლიქტის რისკებს, შესაძლებელი ხდება კომპანიის სუსტი და ძლიერი მხარეების სხვისი თვალთ დანახვა, ეფექტური კომუნიკაციით კი იზრდება კომპანიის იმიჯი და სტეიკჰოლდერების ნდობა. ამის შემდეგ კი ორგანიზაციამ უნდა განსაზღვროს

დაინტერესებულ მხარეთა პრიორიტეტულობა, მათი ზეგავლენის შესაბამისად, საჭიროა ასევე თითოეულ მათგანთან ინდივიდუარული კომუნიკაციის მეთოდების დანერგვა იქნება ეს წერილობითი, სატელეფონო თუ პირისპირ შეხვედრები. და ბოლოს ანგარიშგენა, რომელიც გვაწვდის კომპანიის პრიორიტეტებზე და ეთიკურ ღირებულებებზე დაწვრილებით ინფორმაციას, მაგალითად როგორ ურთიერთობებს კომპანია დაინტერესებულ მხარეებთან? რამდენად ითვალისწინებს კომპანია სტეიკჰოლდერების ინტერესებს? და სხვა.⁴⁵

⁴⁵ ლ.ხოფერია „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო” 128–138გვ.

თავი. 2 სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა, როგორც ორგანიზაციის წარმატების საწინდარი

2.1 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების ისტორია

თანამედროვე ბიზნესში წარმატებული, გრძელვადიანი მდგრადი განვითარებისთვის საჭირო გახდა ორგანიზაციებმა თავის საქმიანობა მოაქციონ ეთიკის ჩარჩოში გაითავისონ ბიზნეს სოციალური პასუხისმგებლობა, იზრუნონ გარემოზე საზოგადოებაზე, შექმნან სასურველი შრომითი პირობები, ხარისხიანი პროდუქცია თუ მომსახურება. ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ორგანიზაციებისთვის იყო ეთიკური შენს ბიზნესში, ახლა კი მოდი ვისაუბროდ თავად კორპორატიულ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე (CSR) პირველ რიგში განვმარტოთ თუ რას გულისხმობს ის მიმოვიხილოთ მისი განვითარების ისტორია, ვიმსჯელოთ მის პერსპექტივაზე და სხვადასხვა ასპექტებზე. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა წარმოადგენს ორგანიზაციების საქმიანობის მათი რესურსებით თუ შესაძლებლობებით საზოგადოების კეთილდღეობის ნებაყოფლობითი გაუმჯობესებაზე ზრუნვა. მდგრადი განვითარების საერთაშორისო ბიზნეს საბჭოს განმარტებით CSR ვალდებულებაა მდგრადი ეკონომიკური განვითარება თანამშრომლების, ოჯახების, საზოგადოების ცხოვრების გაუმჯობესების შესაბამისად. მისი განმარტება საკმაოდ ფართოა, რომელიც მოიცავს ეთიკურ ფასეულობებს, იურიდიულ მოთხოვნებს, საზოგადოებისა და გარემოს დაცვას⁴⁶.

რაც შეეხება ისტორიას, მან განვითარების საკმაოდ დიდი გზა განვლო, მისდამი ინტერესი ჩნდება მე-19 საუკუნიდან, როდესაც სოციალური ბიზნესის მხარდასაჭერად ამერიკელმა ბიზნესმენმა გამოაქვეყნა თავისი წიგნი „ სიმდიდრის სახარება“. ბიზნესმენმა კარნეგემ საკუთარი ქარხნების მუშების დასახმარებლად შექმნა ფონდი, რომლისთვისაც 4 მილიონი დროლარი გამოყო, მისი სახსრებით ორიათასზე მეტი

⁴⁶Philip Kotler. Corporate social responsibility. 3-4p

უფასო ბიბლიოთეკა გაიხსნა, მის სახელს უკავშირდება ათასობით საქველმოქმედო ფონდის დაარსება. მისივე დახმარებით ასტროფიზიკოსებმა სამყაროს გაფართოების კანონი აღმოაჩინეს, ბიოლოგებმა დნმ გამოიკვლიეს, ინჟინრებმა შექმნეს რადარი და სხვა⁴⁷. უდიდეს ქველმოქმედად ითვლება ამერიკელი ბიზნესმენი როკფელერი რომს შემოსავლის 10%-ს ყოველთვიურად უხდიდა ეკლესიას, მისი დაფინანსებით დაარსდა ჩიკაგოს უნივერსიტეტი, მონასტრები მუზეუმები გაიხსნა სხვადასხვა საქველმოქმედო ფონდები და სხვა⁴⁸.

თუმცა კორპორაციული პასუხისმგებლობის საწყისად მე-20 საუკუნე შეიძლება ჩაითვალოს ამ ტერმინის განვითარებაში უდიდესი წვლილი მიუძღვის მეწარმე ჰენრი ფორდს, რომელიც გასცდა ქველმოქმედების ჩარჩოებს და თავისი კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა მიმართა თანამშრომლებზე, მათ შეუმცირა სამუშაო საათები, დააწესა ბონუსების სისტემა და საქმიანობა დააგუძვნა გამომუშავებაზე, იგი ასევე ზრუნავდა მათ ჯანმრთელობაზე და საწარმოს გვერდით გახსნა საავადმყოფო. ფორდს მიაჩნდა რომ ქველმოქმედება ადამიანებზე კარგად არ მოქმედებდა და თითოეულს შეეძლო საკუთარი შესაძლებლობისამებრ გამოემუშავებინა საარსებო შემოსავალი იგი ასაქმებდა ხეიბრებს, უსინათლოებს, შეზღუდული შესაძლებლობის პირებს⁴⁹. 1914 წელს კლივლენდის ცნობილმა ბანკის დამფუძნებელმა ფრედერიკ გოფმა დაასრსა კლივლენდის ფონდი „Cleveland Trust Company“, რომელიც სხვადასხვა ბიზნეს შემოწირულობებს აერთიანებდა. ამერიკელი ეკონომისტი ჰოვარდ ბოუენი მოიხსენიება კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) მამად, მას ეს ტერმინი საზოგადოებას დაუკავშირა და 1953 წელს გამოაქვეყნა წიგნი ბიზნეს ეთიკისა და ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ. 1967 წელს კლანს ვალტონმა გამოსცა წიგნი „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა“, რომელიც ხაზს უსვამს ბიზნესის მნიშვნელობას და როლს საზოგადოების ცხოვრებაში. 1971 წელს ეკონომიკური კომიტეტის მიერ ბიზნესსა და საზოგადოებას შორის დაიდო

⁴⁷ <http://www.scn.ge/geo/main/index/171>

⁴⁸ <https://www.kvirispalitra.ge/economic/11311-jon-rokfeleris-ori-imperia.html>

⁴⁹ <http://www.scn.ge/geo/main/index/171>

„სოციალური ხელშეკრულების” კონცეფცია , რომლის მიხედვითაც ბიზნესი ფუნქციონირებს საზოგადოების „თანხმობის” საფუძველზე ბიზნესის პასუხისმგებლობა გახდა საზოგადოების საჭიროებების დაკმაყოფილება. ეს ხელშეკრულება მოიცავს სამ ფუნქტს, რომელიც დღევანდელობაშიც აქტუალურია. ესენია:

1. ორგანიზაციებმა უნდა უზრუნველყოს სამუშაო ადგილები
2. ორგანიზაციებმა საკუთარი საქმიანობები სამართლიანად უნდა წარმართონ თანამშრომლებთან და მომხმარებლებთან მიმართებაში
3. ორგანიზაცია ჩართული უნდა იყოს ზოგადად საზოგადოებისა და გარემო პირობების გაუმჯობესებაში.

1976 წელს პროფესორმა სანდრა ლ. ჰორმსმა ჩაატარა კვლევა, რათა გაეგო თუ რა განამტკიცებდა CSR-ის შესაძლებლობებს. კვლევამ დაგვანახა შემდეგი: ორგანიზაციის შესაძლებლობების გამოყენება კონკრეტული საჭიროებებისთვის, სოციალური მოთხოვნების სიმძიმის გააზრება, ხელმძღვანელთა მეტი ინტერესი, ამ საკითხის პიარი, სახელმწიფოს მხარდაჭერა. 1985 წლის ორგანიზაციის სოციალური პასუხისმგებლობის ევოლუციის მოდელის მიხედვით გამოვლინდა სამხაზიანი მიდგომა: კომპანიებმა შეიმუშავეს პრინციპები, ეთიკის ნორმები, შეიქმნა ფორმალური პროცესი, თუ როგორ უნდა დაეცვათ შემუშავებული პრინციპები და შეიქმნა პოლიტიკა, კონკრეტული გამოწვევების მოსაგვარებლად. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ამ მიდგომამ სოციალური პასუხისმგებლობა და საქმიანი ეთიკა გააერთიანა⁵⁰. უკვე სამოცდაათიანი წლებიდან კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობის ნაწილი ხდება გარემოს დაცვა, ეკოლოგიური საკითხები. 1992 წლიდან სულ უფრო და უფრო მეტ ინტერესს გამოთქვამენ ზემოდ აღნიშნული საკითხისადმი, რადგან ორგანიზაციის მმართველებმა გაითავისეს თუ რამდენად მნიშვნელოვანი და მომგებიანია თავიანთი ბიზნესის მდგრადი განვითარებისთვის, რომ იყვნენ სოციალურად პასუხისმგებლიანები. ამ უქცევად პროცესში ჩართულია სამი მხარე: საზოგადოება,

⁵⁰ <https://www.accprof.org>

ბიზნესი და სახელმწიფო, ხოლო მედია ასე ვთქვათ ამ მხარეებს შორის კომუნიკაციის საშუალებებია. 1999 წელს ჩეიქმნა „ გაეროს გლობალური შეთანხმება“, რომლის შესაბამისადაც ჩამოყალიბდა პასუხისმგებლიანი ბიზნესის 10 პრინციპი, რომლის მიხედვითაც დაცული უნდა იყოს ადამინის უფლებები, გაერო მოუწოდებს ორგანიზაციებს უარი თქვან ძალდატანებით მუშაობაზე, ასევე ის მოუწოდებს კოლექტიური თანამშრომლობისა და შეთანხმებულ შრომით ურთიერთობებზე, ბავშვთა შრომის არამართებულად გამოყენებაზე, დისკრიმინაციის ნებისმიერ ფორმაზე, კორუფციაზე. 10 პრინციპის მიხედვით ორგანიზაციებმა დიდი წვლილი უნდა შეიტანონ გარემოს დაცვით ღონისძიებებში, რითაც უნდა აამაღლონ ამ საკითხისადმი საზოგადოების ცნობიერება⁵¹. 2005 წელს შეიქმნა ევროპული ბიზნეს გზამკვლევი მდგრადი და კონკურენტული საწარმოს შესაქმნელად, რომელსაც განხილული იყო CSR-ის სამომავლო მიზნები⁵². 2007 წელს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ჰენინგფელმა ასე განმარტა – „ ეს არის ეთიკურად ბიზნესის კეთება, როგორც ეკონომიკურ, ასევე სოციალურ და საარსებო გარემოს სფეროში მდგრადი განვითარების მიღწევის მიზნით“ ორგანიზაციებს, რომლებსაც სურთ წარმატებული კომპანიების რიგში მოხვდნენ და იყონ საუკეთესოები თავისი ბიზნესის სტრატეგიების მიზნების შემუშავებისას აუცილებლად ითვალისწინებენ ბუნებრივი რესურსების, გარემო პირობების დაცვას, რაც არა მხოლოდ აწმყომი უზრუნველყოფს საზოგადოების კეთილდღეობას არამედ მომავალი საქმიანობისთვისაც დადებითი შედეგების მომტანია⁵³.

2010 წელს შემუშავდა საერთაშორისო ISO-26000 სტანდარტი, ეს არის პირველი ოფიციალური დოკუმენტი, რომელიც აერთიანებს სოციალური პასუხისმგებლობის პირობებს და პრაქტიკას. იგი მიმართილია სოციალური გარემოსდაცვითი ეკონომიკური საკითხებისაკენ. ეს სტანდარტი გვიჩვენებს თუ რატომ არის ეს თემა თითოეული ორგანიზაციისთვის მნიშვნელოვანი: კონკურენტული უპირატესობის

⁵¹ <https://www.academia.edu>

⁵² <http://eugeorgia.info/ka/article/579/qartuli-kompaniebi-agrdzeleben-csr-is-evropul-tradiciebs-saqartveloshi/>

⁵³ გელა გრიგოლაშვილი, საერთაშორისო მენეჯმენტი. 250გვ.

მისაღწევად, გაიზრდება კომპანიის იმიჯი, იზრდება მომსახურებლების მოზიდვის და შენარჩუნების შესაძლებლობები და სხვა⁵⁴. 2015 წელს კი შეიქმნა საწარმოს 2020–ის მანიფესტი უმუშევრობის, კლიმატური და დემოგრაფიული პრობლემების გადასაჭრელად. რომელიც მოიცავს სამ მიმართულებას: თანამშრომლებს უნდა ჰქონდეთ განვითარების წინსვლის შესაძლებლობა, ჩართული უნდა იყვნენ მიწოდების ჯაჭვის ყველა დონეზე, წვერი კომპანიების წახალისება რადგან მათ უზუნველყონ გარემოს დაცვითი პროცესები, შექმნან ახალი სამუშაო ადგილები და გაუფრთხილნენ სამუშაო გარემოს; უნდა დაიცვან სამუშაოს გამჭირვალეობა და დაიცვან ადამიანის უფლებები.⁵⁵

დღესდღეობით კი შეიძლება ითქვას, რომ ორგანიზაციის სტრატეგიების განუყოფელი ნაწილია კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა. კომპანიების უმრავლესობა უკვე აღარ ფიქრობს იმაზე გახადოს ეს საკითხი მისი საქმიანობის ნაწილი თუ არა მათი განხილვის თემა გახდა თუ რა სახით ჩაერთონ ამ მნიშვნელოვან პროცესში. 21 საუკუნეში CSR–ის განუყოფელი ნაწილი გახდა: ქველმოქმედება, სპონსორობა, ქცევის კოდექსი, სოციალური და გარემოსდაცვითი საკითხები, დაინტერესებული მხარეების ჩართულობა, ინვესტიციები სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით, ეკო–ეფექტურობა, კომპანიებისთვის მთავრი გამოწვევა გახდა, თუ როგორ შეძლონ დაინტერესებულ მხარეებთან ინტეგრაცია თანამშრომლობა და მათი ინტერესების და მოთხოვნილებების გათვალისწინება.⁵⁶ სწორედ ამ თემაზე გვესაუბრება ბიზნეს ეთიკის ერთ–ერთი თეორიული მიმართულება სტეიქჰოლდერების თეორია. ეს ტერმინი პირველად გამოიყენა 1963 ერლს ედვარდ ფრიმენმა თავის ნაშრომში „სტრატეგიული მენეჯმენტი“. მისივე განმარტებით სტეიქჰოლდერები არიან დაინტერესებული მხარეები ან მათი ჯგუფი, რომლებიც გავლენას ახდენენ

⁵⁴ <https://www.turcert.com>

⁵⁵ <http://eugeorgia.info/ka/article/579/gartuli-kompaniebi-agrdzeleben-csr-is-evropul-tradiciebs-saqartveloshi/>

⁵⁶ <https://www.ligsuniversity.com/en/blogpost/corporate-social-responsibility-in-the-21st-century>

ორგანიზაციის მიზნების მიღწევაზე ან პირიქით მიზნის მიღწევისკენ მიმართული ქმედებები თავად მათზე ახდენს გავლენას⁵⁷.

თავის მხრივ ეს თეორია სამ ნაწილად იყოფა: აღწერითი, ინსტრუმენტალური და ნორმატიული. არწერითი თეორია გვიჩვენებს იმ კონკრეტულ დაინტერესებულ მხარეს, რომლის ინტერესების დაცვა შეუძლია კომპანიას გარკვეულ სიტუაციებში; ინსტრუმენტალური თეორია გვიჩვენებს თუ რა დადებითი შედეგების მომტანი იქნება ორგანიზაციისთვის მათი ინტერესების დაცვა და ბოლოს ნორმატიული თეორია გვიჩვენებს თუ რა მიზეზით უნდა გაითვალისწინოს კომპანიამ მათი ინტერესები⁵⁸. თავად დაინტერესებულ მხარეთა ჯგუფი ორ ნაწილად იყოფა გარე და შიდა სტეიკჰოლდერებად. შიდა გარემოს მიეკუთვნება: დასაქმებულები, მფლობელები, ლიდერი, მენეჯერები; ხოლო გარე გარემოს: მომხმარებლები, აქციონერები, კრედიტორები, მთავრობა, საზოგადოება და მომწოდებლები. თითოეულ მათგანთან ორგანიზაციას აქვს უნიკალური ურთიერთობა.⁵⁹ ასე რომ, დღეისათვის სულ უფრო მეტი კომპანია თავისი ბიზნესის ნაწილად აქცევს CSR-ს, რასაც სხვადასხვა სახის საქმიანობით გამოხატავენ იქნება ეს :ეთიკურად წარმოებული ბიზნესი, ადამიანის უფლებების და შრომითი სტანდარტების დაცვა, გარემოს უსაფრთხოება, რესურსების მინიმალური დანახარჯებით გამოყენება, საქმიანობის გამჭვირვალეების შენარჩუნება და სხვადასხვა სოციალური პრობლემების მოგვარებაში ჩართულობა⁶⁰. მაგალითად Mcdonald–ის აღმასულებელი დირექტორი ჯიმ ჯანტალუპო თვლის რომ „ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ არის პროგრამა, რომელიც იწყება ან მთავრდება, ეს მუდმივ მოქმედი საქმიანობაა”⁶¹.

⁵⁷Anne T. Lawrence, J. Weber Business and Society. 7–8p.

⁵⁸ A.Crane, D.matten .Business ethics .67p.

⁵⁹ Anne T. Lawrence, J. Weber Business and Society. 9p.

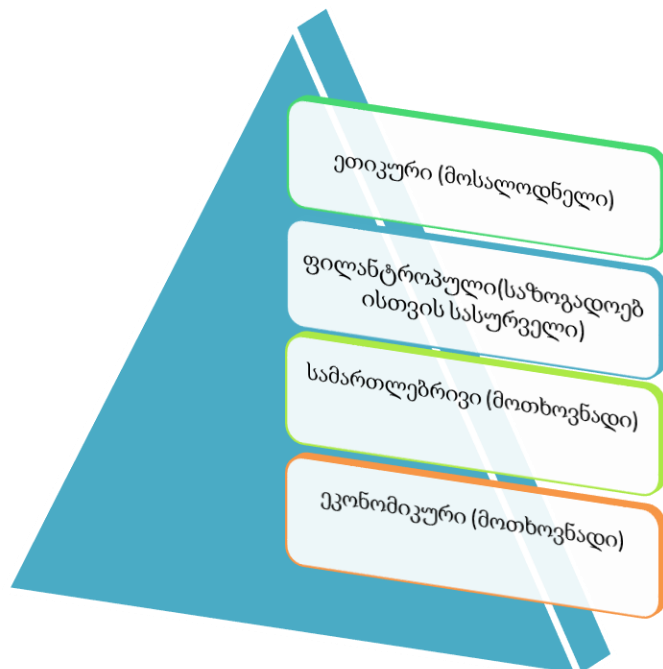
⁶⁰ <http://csrblog.ge/2018/05/24/რა-არის-კორპორაციული-სოც/>

⁶¹ <http://4p.com/ge/csr-tanamedrove-biznesis-akhali-tendencia/>

2.2 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თავისებურებები

როგორც უკვე ავღნიშნე, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ არის ვალდებულება ეს ორგანიზაციის კეთილი ნებაა აკეთონ საქმე სოციალურ და ეთიკურ ნორმის ფარგლებში, დააკმაყოფილონ არა მარტო საკუთარი მომხარებლები არამედ თანამშრომლები, ზოგადად საზოგადოება და სხვა დაინტერესებული მხარეები. ის კომპანიები, კი რომლებიც ორგანიზაციის სტრატეგიული გეგმის ნაწილად აქცევენ კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას არიან კონკურენტუნარიანი, კარგი იმიჯის მატარებლები და თავიანთ საქმეში წარმატებულები. ამერიკელმა მეცნიერმა ქეროლმა ეს საკითხი ოთხ დონედ წარმოგვიდგინა: ეკონომიკურ, სამართლებრივ, ეთიკურ და ფილანტროპიული პასუხისმგებლობად. მოკლედ განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

ნახაზი 2.2 ქელოლის სოციალური პასუხისმგებლობის პირამიდის მოდელი⁶²



წყარო: A.Crane, D.matten .Business ethics .51p

⁶² A.Crane, D.matten .Business ethics .51p

პირველი დონე გახლავთ ეკონომიკური პასუხისმგებლობა. ეს დონე განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია კომერციული ორგანიზაციებისთვის, რომლის მთავარი საქმიანობაა პროდუცია ან მომსახურება შესთავაზონ მომხმარებლებს. მათი მთავარი მიზანი მოგების , კონკურენტული უპირატესობის მიღება და ეფექტიანობის შენარჩუნებაა. ფირმამ დამფუძნებლებს მოგება ხოლო მომხმარებლებს მათი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების შესაძლებლობა უნდა უზრუნველყოს.⁶³ შემდეგ დონეს წარმოადგენს იურიდიული პასუხისმგებლობა, რომელიც მოითხოვს ორგანიზაციებმა თავისი საქმიანობა მოაქციონ კანონის ფარგლებში , ითანამშრომლონ დადგენილი თამაშის წესებით დაიცვან სახელმწიფო კანონი. ქეროლი თვლიდა, რომ კომპანიებს რომლებსაც სურთ იყვნენ სოციალურად პასუხისმგებლიანები აუცილებელია პირველ რიგში იყვნენ სამართლებრივი პასუხისმგებლობის ორგანიზაციები. ეთიკის კუთხით აქ უკვე ორგანიზაციები ვალდებული არიან მიყვინენ ზნეობის პრინციპებს, რომელიც არ არის გაწერილი კანონით და ეკონომიკური ინტერესებით. ამ თვალსაზრისით კომპანიებს მოეთხოვებათ იყვნენ ეთიკურნი, დაიცვან ადამიანთა ინტერესები, გაუფრთხილდნენ ბუნებრივ რესურსებს და აქვთ პატიოსანი დამოკიდებულება საზოგადოების მიმართ დაიცვან ეთიკის ნორმები, სტანდარტები. ქეროლის აზრით ეთიკური პასუხისმგებლობა შედგება იმისგან, რასაც საზოგადოება მოელის ეკონომიკური და სამართლებრივი თვალსაზრისით. და ბოლო დონეს წარმოადგენს ფილანტროპული პასუხისმგებლობა რომლის შესაბამისადაც კომპანია თავისი ნებით ერთვება საზოგადოების კეთილდღეობისთვის საჭირო ღონისძიებებში მაგალითად ქველმოქმედება ხელოვნებისა თუ სპორტული შეჯიბრებების სპონსორობა და სხვა აქტივობები.⁶⁴

მოკლედ რომ მთქვას, ორგანიზაციის სრული სოციალური პასუხისმგებლობა გულისხმობს ფირმის ეკონომიკურ, იურიდიული, ეთიკური და ფილანტროპული პასუხისმგებლობის ერთდროულად შესრულებას. განტოლების ფორმათ შემდეგნაირად გამოისახება:

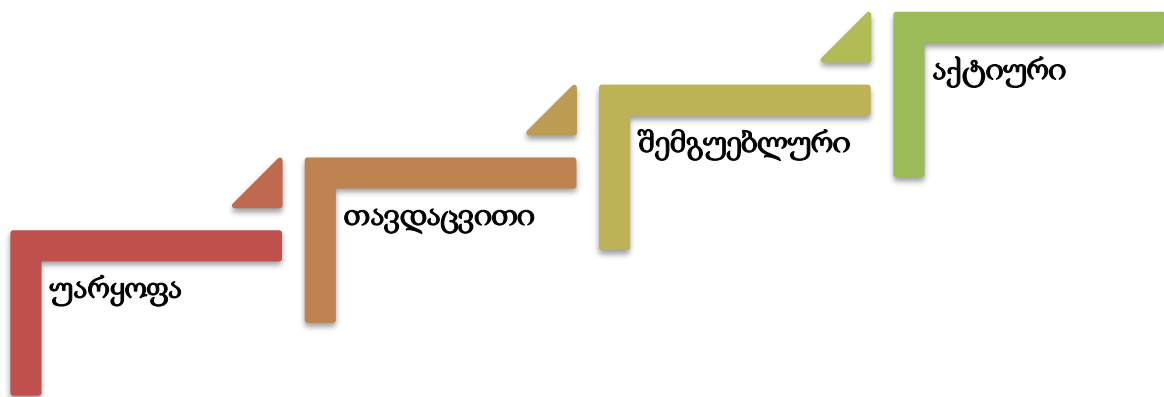
⁶³ შ.მაჭარაშვილი. მენეჯმენტის საფუძვლები 492

⁶⁴A.Crane, D.matten .Business ethics .51–52p

ეკონომიკური პასუხისმგებლობა + იურიდიული პასუხისმგებლობა + ეთიკური პასუხისმგებლობა + ფილანტროპიული პასუხისმგებლობა = სრული სოციალური პასუხისმგებლობა⁶⁵

კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე საუბრისას შეგვიძლია გავიხსენოთ ისიც, რომ ორგანიზაციებს ამ კუთხის გააჩნიათ ოთხი პოზიცია ესენია: წინააღმდეგობის, დავდაცვითი ტაქტიკა, აქტიური და შემგუებლური. (იხილეთ ნახაზი 2.2)

ნახაზი:2.2 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ოთხი პოზიცია



წყარო: თ. შენგელია. გლობალური ბიზნესი. 169–170გვ

როდესაც კომპანიების პოზიანა წინააღმდეგობრივი, ასეთ დროს კომპანიები უბრალოდ თავიდან ირიდებენ ყველანაირ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე ზრუნვას, უარს ამბობენ ამ მხრივ რაიმე სახის პრობლემის მოგვარებაში ჩართვას, მეტიც რაიმე არაეთიკური ქმედების განხორციელებისას უბრალოდ არ აღიარებენ მათ შეცდომებს და უარყოფენ ყველანაირი შესაძლებლობით. შემდეგი პოზიცია თითქოს და უფრო ახლოს დგას კომპანიის სოციალურ პასუხისმგებლობასთან თუმცა ასეთი პოზოციის

⁶⁵ A. Carroll, A. Buchholtz. Business & Society-46p.

მიმდევარი კომპანიები მხოლოდ იმას აკეთებენ, რაც კანონით მოეთხოვებათ და დანარჩენ ღონისძიებებზე, მაგალითად ქველმოქმედებისგან სხვადასხვა სოციალური აქტივობებისგან უბრალოდ არ იწუხებენ თავს. წინა პოზიციისგან განსხვავებით ამ შემთხვევაში კომპანიები ნაკლებად მიდრეკილნი არიან დამალონ რაიმე არაეთიკური ქცევა თუ სამართალდარღვევა. რაც შეეხება შემგუებლურ პოზიციას მატარებელი ორგანიზაციები მისდევენ ეთიკურ ნორმებს და წესებს ხალისით ერთვებიან სხვადასხვა აქტივობებში, საქველმოქმედო ღონისძიებებში თუმცა, მხოლოდ იმის შემდეგ, როცა დარწმუნდებიან, რომ ეს აქტივობები იმსახურებს მათ ყურადღებას. ამ მხრივ ისინი სხვამ უნდა დააინტერესოს რაიმე კუთხით თავად კი ინიციატივას არ გამოთქვამენ. სოციალური პასუხისმგებლობის ყველაზე მაღალ ხარისხს ავლენენ აქტიური პოზიციის ორგანიზაციები. ისინი აქტიურად არიან ჩართული ამ პროცესში, ამ პოზიციით კომპანიები საკუთარ ვალდებულებად მიიჩნევენ თავიანთი საქმიანობის უმნიშვნელოვანესი მიზანი იყოს საზოგადოებრივი კეთილდღეობა. რაც მთავარია გულწრფელად არიან ჩართულნი სხვადასხვა საქველმოქმედო ღონისძიებებში, სხვადასხვა სახით ცდილობენ იყვნენ მაგალითის მიმცემები სხვა კომპანიებისთვის.⁶⁶

იმისათვის რომ კომპანია სოციალური პასუხისმგებელ კომპანიათა რიცხვს შეურთდეს ამისთვის შეიძლება არსებობდეს რამოდენიმე ეტაპი: პირველ ეტაპზე ორგანიზაციამ უნდა განსაზღვროს მისი ღირებულებები რაზეც დაფუძნებულია მისი ძირითადი საქმიანობა, ამ ეტაპზევე უნდა გამოიკვლიოს ხელმძღვანელებმა ორგანიზაციის შიგნით რამდენად არის ამის მზაობა, რამდენად არიან თანშროლობები დაინერესებულნი, მოტივირებულნი ჩაებან ამ საქმეში მეორე ეტაპზე საჭირო ხდება დაინტერესებულ მხარეებთან დიალოგი თუ რას მოელიან და როგორი იქნება მათთან ურთიერთობის ტიპი, რაც საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს კომპანიის პარტნიორები სოციალური ინიციატივების განხორციელებისას. მესამე ეტაპზე ორგანიზაციამ თავის ძირითად საქმიანობის შესაბამისად უნდა ეცადოს ჩამოაყალიბოს თუ რისი გაკეთება სურს დასახოს გეგმა სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა აქტივობის

⁶⁶ თ. შენგელია. გლობალური ბიზნესი. 169–170გვ

შესასრულებლად ეს პროცესი კომპანიის ყოველდღიური ნაწილი უნდა გახდეს, აქტიურად უნდა იყოს ჩართული ხელმძღვანელობა, ამ აქტივობის წამატებას ზრდილს თანშრომელთა ინიციატივები, ჩართულობები, სუსტი მხარეების გამოვლენის და ძლიერი მხარეებზე დაყრდნობის შესაძლებლობები. მეოთხე ეტაპზე უკვე უნდა მოხდეს იმ შედეგების, რომელიც მოყვება წინა სამ ეტაპს აქვე საჭირო ხდება იმის გააზრება თუ რისი დახვეწა ან შეცვლა შეიძლება რათა გაუმჯობესდეს კომპანიაში სოციალური პასუხისმგებლობისკენ სწრაფვა, შეფასება ასევე საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს ახალი გამოწვევები, შესაძლებლობები, ამ ეტაპზე უნდა განისაზღვროს რამ იმუშავა კარგად, რას მოჰყვა სიძნელეები და რა საჭიროებს გადახედვას განმტკიცებას და გაუმჯობესებას, მოკლედ რომ ვთქვათ უნდა გადაიხედოს CRS-ის სტრატეგიები მეხუთე ეტაპზე ორგანიზაციამ უნდა გაავრცელოს ინფორმაცია თუ რა გააკეთა და რის გაკეთებას აპირებს რათა დაინტერესებულმა მხარეებმა დაინახონ, რომ ორგანიზაცია ლიდერია სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით, რაც თავის მხრივ დადებითად მოქმედებს კომპანიის იმიჯზე ეს შეილება საუკეთესო რეკლამაც კი იყოს, კარგი რეკლამა კი მდგრადი განითარებისთვის და მომავალი წარმატებებისთვის უმნიშვნელოვანესია. ბოლო ეტაპზე კი უნდა აღნიშნოთ მიღწეული წარმატებები, საუკეთესო პრაქტიკით მაგალითის მომტანი უნდა იყვნენ კომპანიები სხვებისთვის მუდმივი განვითარებისთვის საჭიროა ჩვენი ინტერესების სფეროში არსებულ კონკურსებში ჩაბმა რაც კომპანიას არ აძლევს მოდუნების საშუალებას მის თანამშრომლებისთვის კი მოტივაციის წყარო ხდება. თუმცა აქვე უნდა ავღნიშნოთ რომ, პრაქტიკაში ასე იდეალურად არ გაივლის კომპანია ამ ეტაპებს შეიძლება არსებობდეს სხვადასხვა შემაფერხებელი ფაქტორები როგორცაა მაგალითად: ფინანსების, კომპეტენციის, ადამიანური სერსურსების, ხელმძღვანელთა მხარდაჭერის ნაკლებობა და რაც მთავარია აქტიური დაინტერესებული მხარეების ნაკლებობა.⁶⁷

⁶⁷ლ. ხოფერია, მ. კოპლატაძე. კოორდირებული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო მცირე და საშუალო კომპანიებისთვის 24–54 გვ

ყველა სიკეთესთან ერთად არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ყველაფერს აქვს დადებითი და უარყოფითი მხარე. მართალია ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ თუ რა უპირატესობები გააჩნია სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე კომპანიას მაგრამ არ უნდა გამოგვრჩეს მისი უარყოფითი გავლენა თავად ორგანიზაციის საქმიანობაზე მაგალითად: იზრუნო გარემოზე, საზოგადოების კეთილდღეობაზე გააუმჯობესო პროდუქცია ან მომსახურების ხარისხი, იყო აქტიური სხვადასხვა საქველმოქმედო აქტივობებში და ღონისძიებებში მარტივი და იაფი პროცესი სულაც არ არის ის დიდ ხარჯებთან არის დაკავშირებული. მეორე უარყოფით ფაქტორად შეიძლება ჩავთვალოთ კომპანიის მიზნებისა და CSR-ის შეხედულებების დაპირისპირება. მაგალითად რაც ორგანიზაციის მიზნებისთვის მიღებულია შეიძლება უარყოფდეს სოციალური პასუხისმგებლობა. კონკურენტული მიზნის CSR-ის არ მქონე კომპანიებთან რათგან მათ დამატებით ხარჯებთან ერთად შეიძლება მოუწიოთ ფასების შემცირება მომსახურებაზე და პროდუქციაზე რაც კონკურენტებთან შედარებით ცუდ ვითარებაში აყენებს კომპანიას, ზედმეტმა გამჭირვალობამ შეიძლება შეამციროს კომპანიის რეპუტაცია ბაზარზე. ასე რომ კომპანიის გადაწყვეტილება იყოს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე მარტივი არ არის და დიდი დაფიქრებას საჭიროებს. საჭიროა განიზაღვროს კომპანიის მიზნები, სტატეგიები, შესაძლებლობები და მხოლოდ ამის შემდეგ გახადონ საკუთარი ბიზნესი სოციალური პასუხისმგებლობის ეთიკურ ორგანიზაციად⁶⁸.

2.3 კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ეროვნული საზღვრების მიღმა

საქართველოდან გადავინაცვლოთ სხვა ქვეყნებისკენ და მიმოვიხილოთ მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხის შეხედულებები და ღირებულებები ამ საკითხის შესახებ. როგორც

⁶⁸ <https://www.makemyassignments.com/blog/disadvantages-of-csr/>

უკვე არაერთხელ ვთქვით ქვეყნები თავისი კულტურული ღირებულებებით, ტრადიციებით, ნორმებითა თუ შეხედულებებით განსხვავდებიან ერთმანეთისგან ამის შესაბამისად კი სხვადასხვაგვარია აღქმა კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობისადმი. სწორედ ამიტომ საინტერესოა მიმოვიხილოთ რამოდენიმე ქვეყანაში არსებული სიტუაციები.

მაგალითად ესტონეთში კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას საფუძველი ჩაეყარა 1998 წელს. კომპანიებისთვის მნიშვნელოვანია გარემოსდაცვით ღონისძიებებში მონაწილეობა. გარკვეული კომპანიებისთვის სავალდებულოა წარმოადგინონ თუ რა სახის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა განახორციელეს წლის ჭრილში. უნგრეთში იყენებენ სხვადასხვა სტანდარტებს იქნება ეს ISO9001 თუ სხვა. ამ ქვეყანაში CRS ერთგვარ პიარად ითვლება და მედიისთვის ეს კომპანიის რეკლამად განიხილება. ფინეთში კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას ქვეყმოქმედებითი კუთხით განიხილავენ, რაც მოიცავს სტიპენდიებს, შემოწურულობებს და სხვა. კომპანიათა უმრავლესობას არ აქვს ფორმალური კორპორაციული სოციალური ღირებულებები, ისინი მოქმედებენ კანონის ფარგლებში, საზოგადოებრივი კეთილდღეობა განზოგადებულია.⁶⁹

კანადაში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ინტეგრირებულ მოდელს იყენებენ, საჯარო სექტორი მნიშვნელოვნად ასტიმულირებს კომპანიათა სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებას. დიდი ყურადღებას აქცევენ, რომ განვითარდეს ეს საკითხო საგარეო ვაჭრობასა და საექსპორტო ბიზნესში. რაც შეეხება ავსტრალიას ახასიათებს ექსპერიმენტალური მიდგომები. ავსტრალიური მენეჯერები ბიზნესის წარმატების საწინდარად სწორედ სოციალურ პასუხისმგებლობას თვლიან, თითქოს და ამ ქვეყანაში CSR ყოველდღიურობაა. მართალია კომპანიები თავად განსაზღავენ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის დღის წესრიგს, თუმცა გარკვეულ წილათ სახელმწიფო შეზღუდვებიც ავალდებულებთ მათ ეთიკური

⁶⁹ ი. გიგაური. „მარკეტინგის სოციალური პასუხისმგებლობის ასპექტები საქართველოს სამომხმარებლო ბაზარზე“ 78–79 გვ.

ნორმების დაცვით აწარმოონ თავიანთი საქმიანობა. მაგალითად აუცილებელი საკანონმდებლო მოთხოვნაა გარემოს დაცვის სტანდარტებით მუშაობა და სხვა. აქვე საინტერესო მაგალითია აფრიკის რეგიონი, სადაც CSR-ზე გავლენას ახდენს უხორციელები ინვესტიციები. მულტინაციონალური კომპანიები, რეგიონში დღემდე დგას პროლემა ადამიანური უფლებების დაცვის , უსაფრთხოების დაცვის და სხვა თვალსაზრისით. ამ პრობლემის მოგვარების ერთ-ერთი საშუალება კი ადგილობრივი მთავრობების ჩართვა, საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებაა დღესდღეობით სულ უფრო მეტი საერთაშორისო ორგანიზაციაა დაინტერესებული აფრიკის რეგიონის მდგომარეობით რაც ასევე დადებითად აისახება კორპორაციული სოციალური განვითარების თვალსაზრისით.⁷⁰

ახლა კი განვიხილოთ კონკრეტული კომპანიების მაგალითები, რომლებიც წლების განმავლობაში ასპარეზობენ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესაბამისად.

ერთ-ერთი ასეთი კომპანია მსხვილი სავაჭრო ცენტრი თარგეთი, რომელიც დაარსდა 1902 წელს ამერიკელი ბიზნესმენი ჯორჯ დეიტონის მიერ. კომპანია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხებში 2007 წლიდან აქტიურად არის ჩართული და ყოველწლიურად აქვეყნებს მოხსენებას, რომელშიც ნათლად ჩანს, რომ კომპანიის სტრატეგიების მიზნებისა და ღირებულებების მნიშვნელოვანი ნაწილია CSR. კომპანია აქტიურად ურთიერთობს დაინტერესებულ მხარეებთან, სტრატეგიების ადაპტირებას ახდენს გარემოსდაცვით, სოციალურ, ეკონომიკურ საკითხებთან. კომპანიაში შექმნილია სპეციალური გუნდი, რომელსაც კორპორაციული პასუხისმგებლობის პრეზიტენტი ხელმძღვანელობს. ისინი მუდმივად მუშაობენ, რომ კომპანიის მდგრადი განვითარებისთვის მოახდინონ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა ღონისძიებები, ადგენენ დაინტერესებულ მხარეთა მნიშვნელობას, მათთვის პრიორიტეტულობის მინიჭებას, მონაწილეობენ საორიენტაციო პროგრამებში ,

⁷⁰ ლ. ხოგერია ,, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო” 54-56 გვ.

რომლებიც ახდენენ CSR პრიორიტეტულობას და პროგრესს. კომპანიას აქვს თავისი ეთიკის კოდექსი, რომელიც არის ეთიკური გადაწყვეტილების მიღების სახელმძღვანელო. კომპანია გვთავაზობს საკუთარ რუკას დაინტერესებულ მხარეთა შესახებ, რომლის შესაბამისად პრიორიტეტული სტეიკჰოლდერები არაინ : მომსახურებლები, მიმოწდებლები, ინვესტორები, მთავრობა, მოსახლეობა და რაც მთავარია თანამშრომლები. კომპანია ცდილობს უსაფრთხო მყუდრო სამუშაო გარემო შეუქმნან თანამშრომლებს, უზრუნველყოფენ სხვადასხვა ტრენინგებითა და სემინარებით თანამშრომლებთა განვითარებას სამართილიანი დასაქმება და ანაზღაურების სისტემის არსებობა. ახდენენ მუდმივ კომუნიკაციას ინვესტორებთან სხვადასხვა საკითხების ინფორმირებისთვის, ცდილობენ უკეთესი ხარისხის მრავალფეროვანი პროდუქცია შესთავაზონ მომხარებლებს, რითაც დააკმაყოფილონ მათი მოთხოვნილებები. ქველმოქმედება, გარემოზე ზრუნვა, კანონის დაცვა, გადასახადების დროული გადახდა კი კომპანიის ყოველდღიური საქმიანობის ნაწილია. კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობის მთავარი მიზანია: გენდერული თანასწორობის მიღწევა, ყველა ქალის და გოგონის უფლებების დაცვა, სუფთა წყლის და სანიტარული სისტემის არსებობა, პროდუქტიული დასაქმება, ღირსეული სამუშაო ყველასთვის, მოსახლეობისთვის უსაფრთო გარემოს შექმნა, კლიმატის ცვილებების და მათი გავლენის წინააღმდეგ ბრძოლა⁷¹.

ზრუნვა ღირსეული სამუშაოს პროგრამაში თარგეთმა განახორციელა 4,5 მილიონი დოლარის ინვესტირება, რომლის მთავარი მიზანი იყო ბანგლადეშში, ინდონეზიასა და ვიეტნამში ქალთა უფლებების დაცვა, ტრენინგების მეშვეობით მათი ცნობიერების ამაღლება გენდერული თანასწორობის შესახებ, რომ დაიცვან საკუთარი უფლებები, შეძლონ დასაქმება და ასე ვთქვათ იბრძოლონ საკუთარი მიზნების მიღწევისთვის. რაც შეეხება კომპანიის ქველმოქმედებას, მისი მიზანია დაეხმაროს ოჯახებს ყოველდღიური ცხოვრების გაუმჯობესებისთვის. ჯერ კიდევ 1946 წლიდან კომპანიის მოგების 5%-ით ხორციელდებოდა ქველმოქმედება. 2018 წელს კაროლინაში მოვარდნილმა

⁷¹ TARGET „Future ar heart“ 9-13p.

ქარიშხალმა დიდი ზიანი მიაყენა შტატს, კომპანიამ 1 მილიონი დოლარი გამოყო ადგილობრივი წმენდის დასახმარებლად. ნახევარი დოლარი კი გამოიყო იმ თანამშრომლებისთვის ვინაც ზიანი მიაყენა ქარიშხალმა. კომპანია ასევე სხვადასხვა გვარად ცდილობს გაუფრთილდეს გარემოს. მის ყველა მაღაზიაში დამონტაჟდა ეკოლოგიური ნათურები რაც მნიშვნელოვნად ამცირებს ელექტროენერჯის ხარჯს . ელექტრო მანქანებისთვის კომპანიამ შექმნა ამერიკის შვიდ სტატში 200 ავტოსადგომი სადაც შესაძლებელია ელექტრო ავტომობილების დამუხტვა, კომპანიას აქვს მზის და ქარის სადგურები, რომლისგანაც შეიძლიათ აწარმოონ ასე ვთქვათ მწვანე განახლებადი ელექტრო ენერჯია. ამ და სხვა მაგალითებით კომპანია თარგეთი ცდილობს საკუთარი წვლილი შეიტანოს კორპორაციულ სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების საკითხებში.⁷²

არსებობს კომპანია Reprack company , რომელიც სხვა კომპანიებს უწევენ კონსულტაციას თუ როგორ განახორციელონ თავიანთი საქმიანობები ისე რომ დაიცვან ბიზნეს ღირებულებები და ასევე დადებითი გავლენა მოახდინონ საზოგადოებაზე. ეს კომპანია ფლობს მსოფლიოში რეპურაციის შეფასების უდიდეს მონაცემთა ბაზას. კომპანიამ 2019 წლის იანვარსა და თებერვალში მოახდინა გამაკითხვა, თუ რომელ კომპანიას აქვს საუკეთესო კორპორაციული პასუხისმგებლობის სისტემა. ამ კვლების ფარგლებში გამოიკითხა 230000 ადამიანი. გამოკითხვა მოიცავდა საკითხებს: თუ ვის აქვს მაღალი ხარისხის პროდუქცია, რომელიც აკმაყოფილებს მომსახარებელთა საჭიროებებს, ვის აქვს გამჭირვალე და ეთიკური მართველობის სისტემა, ვის აქვს უსაფრთო სამუშაო გარემო თავისი პროდუქტიული სამიანობითა და შესაბამისი ანაზღაურებით. ვინ უჭერს მხარს სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებს. კვლევამ გამოავლინა 10 საუკეთესო კომპანია მსოფლიო მაშტაბით: როლექსი, ლეგო, დისნეი, ადიდასი, მიკროსოფტი, სონი, ქენონი, მიჩელინ, ნეთფლიქსი და ბოში.⁷³

⁷² TARGET, „Future ar heart“ 22-39p.

⁷³ <https://youmatter.world/en/top-100-companies-best-csr-reputation2019-28108/>

თავი 3. ეთიკა და სოციალური პასუხისმგებლობა საქართველოში

3.1 ეთიკა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ეროვნულ საზღვრებში

თანამედროვე ბიზნესი სულ უფრო და უფრო მოითხოვს კომპანიებისგან იყვენენ მაღალი ეთიკის და სოციალური პასუხისმგებლობის მატარებლები, იზრუნონ არა მხოლოდ საკუთარი მიზნების მიღწევაზე, არამედ გარემოზე და ზოგადად საზოგადოებრივ კეთილდღეობაზე. ამასთან იზრდება კომპანიის ხელმძღვანელების თუ თანამშრომლების თვითშეგნება, რომ კომპანიამდე პირველ რიგში თვითონ იყვენენ ეთიკური წესების მიმდევრები. ტარდება ყოველწლიური მსოფლიო თუ ადგილობრივი კონკურსები, სადაც ვლინდება სოციალური პასუხისმგებლობის ჭრილში ლიდერები, რაც ზრდის ბაზარზე გამარჯვებულთა კონკურენტუნარიანობას, მომხარებლებში ლოიალურობის განცხას და კიდევ უფრო მეტი წარმატების მიღებას.

მსოლიო დონეზე გამოიყოფა ამერიკული, ევროპული, ბრიტანული და კანადური მოდელები. ამერიკული მოდელი დაფუძნებულია სუბიექტების თავისუფლებაზე, დარგის უმეტესობა თვითრეგულირებადია, ამერიკულ მოდელს უკავშირდება საზოგადოების სოციალური დახმარების მექანიზმების არსებობა, ეს ყველაფერი კი სახელმწიფოს მიერ მოტივირებულია სხვადასხვა საგადახდო შეღავათებით. ევროპულ მოდელში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა დაკავშირებულია კონკრეტული ქვეყნის კანონებთან, კულტურულ ღირებულებებთან ნორმებთან სავალდებულოა საპენსიო შენატანები სამედიცინო დაზღვევა და სხვა. ბრიტანული მოდელი აერთიანებს ევროპულ და ამერიკულ მოდელებს სახელმწიფო კანონმდებლობასთან ერთად კერძო სექტორთა ინიციატივა და აქტივობები შეინიშნება. ხოლო კანადური მოდელი წააგავს ამერიკულ მოდელს და მისთვის პრიოლიტეტულია ხარისხის უზრუნველყოფა და ჯანსაღი შრომითი პირობების შექმნა. იმის განსაზღვრა თუ რომელი მოდელის ნაწილია ჩვენი ქვეყანა საკმაოდ რთულია ჩვენი ისტორიის

კულტურის ტრადიციებისა და შეხედულებების შესაბამისად ალბათ უფრო საჭიროა ინდივიდუალური კურსის არჩევა.⁷⁴

ქართული კომპანიები შეიძლება ითქვას, რომ თავის სოციალურ პასუხისმგებლობას სახელმწიფოს წინაშე გამოხატავენ გადასახადების გადახდით, საქმიანობის გამჭირვალეობით საზოგადოების წინაშე სოციალური პრობლემების მოგვარებით, გარემო პირობების, ბუნებრივი რესურსების გაფთხილებით და სხვა. საბედნიეროდ დროთა განმავლობაში საქართველოში იზრდება კომპანიათა ინტერესი და ხელმძღვანელთა თვითშეგნება უფრო მეტიც 2015 წლის მაისს აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტის მხარდაჭერით, ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს დაფინანსებითა და ევროკავშირის მიერ არასამთავრობო ორგანიზაცია სამოქალაქრო განვითარების სააგენტოს და კომპანია „ჯეპრა“-ს ინიციატივით დაარსდა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის კლუბი, რომლის მიზანია: ამ საკითხის საერთაშორისო სტანდარტების ცნობიერების ამაღლება ზოგადად საზოგადოებაში თუ კომპანიებში, მდგრადი სოციალური პროექტების მხარდაჭერა და ბიზნეს მიმართავს მდგრადი განვითარების მიზნების მხარდასაჭერად. ბოლო მონაცემებით კლუბში გაწევრიანებულია 90-მდე კომპანია, სამთავრობო ორგანიზაცია, აკადემიური დაწესებულება⁷⁵

სოციალური პასუხისმგებლობის პოპულარობისა და ჯანსაღი კონკურენციისთვის. კლუბი ყოველწლიურად ატარებს კონკურსს, აცხადებს სხვადასხვა ნომინაციაში გამარჯვებულს და გადასცემს მათ კონკურსით გათვალისწინებულ ჯილდოებს. 2019 წლის 2 მაისს შვედეთის მთავრობის მხარდაჭერით გაიმართა ეს ღონისძიება სადაც ნომინაციაში ხარისხიანი განათლება გაიმარჯვა საქართველოს ბანკმა, გამარჯვების მიზეზი კი გახდა ბანკის დაუღალავი ზრუნვა სტუდენტებზე. სწორედ ამ ბანკის დახმარებით 500-ზე მეტი სტუდენტი დაფინანსდა რათა სწავლა საზღვარგარეთ

⁷⁴ <https://fortuna.ge/fortuna/post/ar-gadayaro-skhvas-mieci-gvaqvs-tu-ara-saqartveloshi-korporaciuli-socialuri-pasukhismgebloba>

⁷⁵ <https://csrclub.ge/ge/club/overview>

გაეგრძელებინათ, ასევე შეიქმნა სპეციალური პორტალი, რომელიც ყველანაირ ინფორმაციას აწვდის იმ საჭიროებების შესახებ თუ როგორ მოიპოვონ სტუდენტებმა ეს დახმარე და გაიკაფონ გზა წარმატებისაკენ; გენდერულ თანასწორობაში– საფინანსო ორგანიზაცია კრისტალმა, მიზეზი კი გახდა ის, რომ ეს კომანია ზღუნავს ქალთა ეკონომიკური გაძლიერების თვალსაზრისით, როგორც თანამშრომელთა განვითარების დატრენინგების, უსაფთხო სამუშაო პირობებისა თუ კარიერული წინსვლის შესაძლებლობებით ასევე ქართველ ქალ მეწარმეებს სთავაზობს მათი განვითარებისთვის აუცილებელ სერვისებს; ღირსეული სამუშაო და ეკონომიკური ზრდა– GPI ჰოლდინგმა, ამ კომპანიის გამარჯვების მიზეზი კი გახდა პროექტი, რომლის მთავარი მიზანი იყო მცირე და საშუალო ბიზნესებისთვის დაზღვევის კუთხით ცნობიერების ამაღლება; მდგრადი ქალაქები და დასახლებები–ფოტის პორტი, კომპანია წარმოდგენილი იყო ტვირთის დამუშავების ახალი ტექნოლოგიით (სპრედერი), რომლის გამოყენებით მცირდება გარემოზე და ადამიანების ჯანმრთელობაზე ნეგატიური ზემოქმედება; მდგრადი განვითარებისთვის პარტნიორობა – ნატახტარი, ჩვენი სახლი საქართველო. ნატახტარის ფონდი 2011 წლიდან არსებობს, რომელიც 500–ზე მეტ მზურნვალთა მოკლებულ მოზარდს დაეხმარა სამუშაოს ძიებაში, დაბინავებაში და სხვა. კომპანია ჩვენი სახლი– საქართველოს გამარჯვების მიზეზი გახდა მზურნველობა მოკლებული მოზარდების დახმარებაა გამოიკიდებელი ცხოვრებისთვის. აქვე აღსაღნიშნავია, რომ ამ წელს კონკურს დაემატა ახალი ნომინაცია– გაეროს გლობალური მიზნების პიონერი პროექტით დევნილების დახმარება, ქალთა გაძლიერების, მომხარებელთა უფლებების გაძლიერებით⁷⁶.

ევროკავშირისა და კონრად ადენაუერის ფონდის მხარდაჭერით საქართველოს სტრატეგიული განვითარების კვლევებისა და განვითარების ცენტრმა 2018 და 2019 წლებში ჩაატარა საქართველოს კომპანიებს შორის კონკურსი სახელწოდებით Meliora, რომელიც სხვადასხვა ნომინაციაში გამოავლენს გამარჯვებულებს და აჯილდოვებს

⁷⁶ <https://csrclub.ge/ge>

კორპორაციული პასუხისმგებლობის კუთხით ინიციატივებსა და პრაქტიკას⁷⁷. ნომინაციაში წლის მსხვილი ბიზნესი გამარჯვებული გახდა– სს პროკრედიტ ბანკი. კომპანიაში ასებული ნათურები ჩანაცვლდა led განათებით რითაც დაიზოგა 10000 კილოვატ– საათის ელექტროენერგია, ამუშავებს წვიმის წლის შეგროვების სისტემას, რომელიც წლიურად ზოგავს 3 კუბამეტრ წყალს, მისივე თაოსნობით დაყენდა ელექტრომობილების დამტენები თბილისში. ბანკში დიდი ყურადღება ეთმობა პერსონალის განვითარებას, მათ მოეთხოვებათ წელიწადში ერთხელ მაინც ისარგებლონ 2 კვირიანი უწყვეტი შვებულებით, უტარდებათ ტრენინგები სხვადასხვა ეთიკურ თუ გარემოს დაცვით საკითხებზე, კლიენტებთან ურთიერთობისას აფასებს გამჭირვალეობას და სხვა ღონისძიებები⁷⁸...

წლის მცირე და საშუალო ბიზნესში გამარჯვებულად კი დასახელდა ზღვის დონიდან 3014 მეტრზე მდებარე (ყაზბეგი, სტეფანწმინდა) ალპური სასტუმრო „ალტიპატი“, რომლის მიზანია ალპურ სიმაღლეზე, რთულად მისადგომ ადგილებში უსაფრთოების და სანიტარული ნორმების გაუმჯობესება, ტურიზმის განვითარება. ეს არის ეკოლოგიურად სუფთა მასალისგან დამზადებული სამთო ქოხი. კომპანია განსაკუთრებით ზრუნავს მის თანამშრომლებზე მათი საშუალო ხელფასი ბევრად აღემათება ჩვენი ქვეყნის კერძო სექტორში საშუალო ხელფასს, შვეიცარიელი და იტალიელი ექსპერტებთან მუდმივად გადიან ტრენინგებს, უზრუნველყოფს მათ სადაზღვევო პაკეტით, საპენსიო სქემაში სრულ დაფინანსებას. კომპანია თანამშრომლობს ადგილობრივ მეწარმეებთან, ფერმერებთან. მომხარებლებს უზრუნველყოფს საკვებით, რომელიც ადგილობრივი მაღალხარისხიანი ნედლეულით მზადდება. ადგილობრივებს ეხმარება საბუღალტრო აღრიცხვაში, გაზარდა მოქალაქეთა შეგნება გადასახადების გადახდაში და პატიოსნად მიღებულ შემოსავლის მიღებაში. ადგილობრივებს რთავს სხვადასხვა ტიპის პროფესიულ ტრენინგებში. მომარაგებაში, მშენებლობაში თუ ტრანსპორტირებაში დაასაქმა ადგილობრივები. ამ

⁷⁷ <https://meliora.ge/>

⁷⁸ <https://drive.google.com/file/d/1uD3UJgWNQPSW6hEQ407iaF7Q1by2iSRR/view>

კომპანიამ მდინარე ჩხერზე დამონტაჟა გადასასვლელი ხიდი ვერტპრენის დასაჯდომი ბაქანი, ფიჭური სიგნალით დაფარა ალპურ ტერიტორიაზე მყინვარწვერის ჩათვლით მთელი ტერიტორია, რამაც გააუმჯობესა სამაშველო ოპერაციები, რამაც თავის მხრივ გაზარდა უსამართოების განცდა⁷⁹. კომპანიებისთვის ამგვარ კონკურსებში მონაწილეობა ერთგვარი შანსია აჩვენონ ყველას მათი მიღწევები, შესაძლებლობები. თითოეული მათგანისთვის დიდი მიღწევა და მოტივაცია გახდა მომავალშიც აკეთონ ბიზნესი სოციალურ, ეთიკის ქრილში, გაუზიარონ სხვებს მათი გამოცდილება და რაც მთავარია დარჩნენ მაგალითის მომცემი სხვა კომპანიებისთვის.

დღევანდებლობაში კი მთელი მსოფლიო უხილავი მტრის წინააღმდეგ გაერთიანა. პანდემიამ თითოეული ჩვენგანის დღის წესრიგი შეცვალა ბიზნესი კი ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა ამ საკითხს უფრო ვრცლად შემდეგ თავში განვიხილავ. ვირუსთან გასამკლავებლად ორგანიზაციებისთვის კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა იყვნენ ეთიკური და მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის ორგანიზაციები, თავის საქმიანობის გადარჩენასთან ერთად საჭირო გახდა სხვებზე ზრუნვა, დახმარება, დაცვა.

მაგალითად მასტერქარდმა და კარფურმა ერთობლივი ძალისხმევით დაიწყეს უკონტაქტო გადახდის პოპულარიზაცია, რაც ერთგვარად ამცირებს ვირუსის გავრცელების რისკებს, აღნიშნული კომპანიები აქტიურად ჩაერთვნენ მოხუცთა დახმარების პროექტში, რის შედეგადაც მოხუცებისთვის საკვები და პირველადი მოხმარების პროდუქცია შეგროვდა⁸⁰. სამშენებლო კომპანიამ „ტრანსმშენი“ ჯანდაცვის სამინისტროს უსასყიდლოდ გადასცა სამედიცინო დანიშნულების ხალათები ფრონტი წინა ხაზზე მებრძოლებისთვის, ექიმების და ექთნებისთვის. ავტოლიზინგით დაინტერესებულ კომპანია ტურბობ საკუთარი ავტომობილები დაზღვევითა და საწვავით გადასცა რესპუბლიკური და ინფექციური ცენტრის პერსონალს. ხორცისა და ხორცპროდუქტების მწარმოებელმა კომპანია ბლაუნჩტაინ საქართველომ უსაფთხო

⁷⁹ <https://drive.google.com/file/d/1TpGwTkcyUnOrA40ikPtFLST20suiht38/view>

⁸⁰ <https://ipress.ge/new/carrefour-da-mastercard-martokhela-khandazmultha-dasakhmareblad-erthiandebian/>

სამუსაოსთან ერთად თანამშრომლებს შეძლებისდაგვარად მოუმატა ხელფასები და შეამცირა სამუშაო გრაფიკი. საქართველოს ბანკმა შექმნა ახალი პლათფორმა არ გაჩერდე, სადაც კომპანიები შეძლებენ თავისი პროდუქციის ან მომსახურების შეთავაზებას მომხარებლებისთვის სპეცპასად, ეს ყველაფერი კი დარეგისტრირებულ კომპანიებს საშუალებას აძლევს საქმიანობის ჩვეულ რეჟიმს დროილად დაუბრუნდნენ და კვლავ წარმატებით შეუდგნენ თავიანთ საქმიანობას.⁸¹

კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის მაგალითია თანამშრომლებისთვის უსაფთო გარემოს შექმნა, რომელიც გულისხმობს რეგულარულად ჩატარებულ სადეზინფექციო სამუშაოებს, სამუშაო ადგილების სპეციალური სხნარებით დამუშავებას, თანამშრომლების დამცავი პირბადეებით, ხელთათმანებით უზრუნველყოფას და უფრო მეტი უსათხოვობისთვის „დარჩი სახლში“ მოწოდების დაცვას და დისტანციურად მუშაობის პრაქტიკის დანერგვას. სახელმწიფოს, ბიზნესის და კორპორაციული პასუხისმგებლობის თანამშრომლობის კარგი მაგალითად კი შეგვიძლია მოვიყვანოთ „Stopcov“ ფონდის დაარსება, რომლის მთავარი მიზანია შეგროვებული თანხების მეშვეობით სოციალიურად დაუცველი ოჯახების დახმარება, კერძო ბიზნესის მხარდაჭერა და ზოგადად ვერაგი პანდემიისგან გამოწვეული პრობლემების შეძლებისდაგვარად გადაჭრა და მოგვარება.

3.2 ეთიკისა და სოციალური პასუხისმგებლობის თანამედროვე პრობლემები

თანამედროვე ბიზნესის განვითარებასთან, ბიზნეს ეთიკის წინსვლასთან და სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტების გააზრებასთან ერთად კომპანიების წინაშე მინც იჩენს თავს მნიშვნელოვნად საყურადღებო პრობლემათა მთელი რიგი ჩამონათვალი: კორუფცია, ნეპოტიზმი, ადამიანების უფლებების დარღვევა,

⁸¹ <http://csrblog.ge/2020/05/19/transmsheni/>

გენდერული თანასწორობა, გარემოს დაბიძნურება, პანდემია და სხვა. თითოეული მათგანი ერთგვარი გამოწვევაა ბიზნეს ეთიკისთვის და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებელი კომპანიებისთვის, რომლებიც სხვადასხვა ხერხებით და მექანიზმებით ცხდილობენ ამ პრობლემების მოგვარებას, საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებას და ზოგად უკეთესი მსოფლიოს შექმას.

ერთ–ერთ რთულ გლობალურ პრობლემას კორუფცია წარმოადგენს, რომელიც ეკონომიკის შესაძლებლობებს ზღუდავს, არაფრად აგდებს კანონს, ეთიკურ ღირებულებებს, საფთხის წინაშე აყენებს ორგანიზაციის იმიჯს და კონკრეტული პირის რეპუტაციას. მართალია ამ პრობლემას ასე ვთქვით სხვადასხვა კანონები და დადგენილებები ებრძვის თუმცა ეს ბრძოლა ბევრად ეფექტურია, როცა თავად ორგანიზაცია თავისი ნებით სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში ცდილობს წინ აღუდგეს ყველანაირ მექრთამეობას, პირველ რიგში მისივე საქველმოქმედო ღონისძიებები, მომხარებლებისთვის თანამშრომლებისთვის თუ პარტნიორებისთვის საჩუქრების გადაცემა არ უნდა შეიცავდნენ ფარულ ქრთამის მიცემის ფორმას რაიმე უპირატესობის მისაღებად, ორგანიზაციას ასევე ამ ბრძოლაში ჩართვა შეუძლია თავისი ეთიკის კოდექსით, ტრენინგების ჩატარებით, რითაც ამაღლდება თანამშრომლებში ცნობიერება კორუფციის მიერ გამოწვეული საფრთხეების შესახებ, ასევე მნიშვნელოვანია მუდმივი აუდიტი, შიდა მონიტორინგი, კომპანიის მიერ თითოეული ტრანზაქციის კონტროლი და ზუსტი ბუღალტრული გატარება. საბედნიეროდ დღეისათვის ორგანიზაციებს თაივან საკუთარი ანტიკორუფციული პოლიტიკა ეხმარებათ უამრავი კანონი და რეგულაციები რეგიონალურ თუ საერთაშორისო დონეზე მაგალითად ასეთია : „მექრთამეობასთან ბრძოლის პრინციპები ბიზნესისთვის“, „გაეროს კონვენცია კორუფციის წინააღმდეგ“, „საჯარო სამსახურში ინტერესთა შეუთავსებლობისა და კორუფციის შესახებ“ და სხვა⁸².

⁸² ლ. ხოფერია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო. 312–317 გვ.

შემდეგ გამოწვევას წარმოადგენს ნეპოტიზმი, ეს არაეთიკური მოვლენაა, რადგან კონკრეტულ პირებს მათი ნათესაური კავშირებით ენიჭებათ უპირატესობა, ირღვევა კანონი თანაწირობის შესახებ, რაც თავის მხრივ ამცირებს ორგანიზაციის წევრებს შორის ჯანსაღ კონკურენციას, მოტივაციის შემცირებას და უფრო მეტიც კომპანიის გამართულ ფუნქციონირებაზე მოქმედებს უარყოფითად. ამ პრობლემის მოსაგვარებლად პირველ რიგში კომპანიის ხელმძღვანელების ღირებულებები უნდა ეწინააღმდეგებოდნენ ნეპოტიზს, რაც ასევე კარგად უნდა ჩანდეს ორგანიზაციის ქცევის კოდექსში, მნიშვნელოვანია ობიექტურობის და ღიაობის შენარჩუნება კადრების შერჩევისას და არსებული კადრების დაწინაურებისას.⁸³ ჩვენს ქვეყანაში ნეპოტიზმის წინააღმდეგ ბრძოლის მნიშვნელოვან ძალას წარმოადგენს საქართველოს მთავრობის დადგენილება „საჯარო სამსახურში კონკურსის ჩატარების წესის შესახებ“, რომელიც კომპანიებს ავალდებულებთ ღიათ გამჭირვალეთ და მთელი წესების და ეტაპების დაცვით ჩაატარონ ვაკანტურ თანამდებობაზე ადამიანების შერჩევის პროცედურები.⁸⁴

ნებისმიერი კომპანია არ აქვს მნიშვნელობა დიდი თუ პატარა გარკვეულ ზიანს აყენებს ბუნებრივ გარემოს იქნება ეს ჰაერის, სასმელი წყლის დაბინძურება, ენერჯის მოხმარება, ნარჩენების წარმოქმნა თუ სხვა. სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს სწორედ, რომ გარემოს დაცვა, ბუნებრივი რესურსების შეზღუდულად გამოყენება ისე რომ, საფთხე არ შექმნას მომავალ თაობებს. პირველ რიგში ამ პრობლემის მოგვარებისთვის საჭიროა თითოეული ადამიანის შეგნება, რომ იმ პლანეტას, რომელიც ჩვენი სახლია მოვლა, გაფთხილება სჭირდება, საჭიროა ასევე თავად კომპანიის ხელმძღვანელთა ღირებულებების ნაწილი იყოს ბიომრავალფეროვნების დაცვა, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის წარმოება, საქმიანობის შედეგად წარმოქმნილი ნარჩენების შეგროვება და გადამუშავება წყლის თუ ელექტროენერჯის მოხმარების შემცირება, ტრანსპორტირებისთვის

⁸³ ევროპის საბჭო გამჭირვალეობის და მოქალაქეთა მონაწილეობის შესახებ. 23გვ.

⁸⁴ <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4831185?publication=0>

ელექტრომობილების გამოყენება და სხვა⁸⁵. გარემოზე უარყოფით გავლენის თვალსაზრისით მაგალისად შეგვიძლია მოვიყვანოთ შპს ვარციხე 2005-ის მერ აშენებული ვარციხის ჰიდროელექტროსადგურების კასკადი მდინარე რიონთან. ამ კომპანიის პირველი დარღვევა ის იყო, რომ მშენებლობა წინასწარი ბიოლოგიური დასაბუთების გარეშე დაიწყო. დროთა განმავლობაში წყალსაცავი მთლიანად დაილექა, სადრენაჟო სისტემის მოუწერიგებლობის გამო კი სოფელი ბაში და მისი მიმდებარე ტერიტორია წელისადში ორჯერ მაინც იტბორება, რაც უარყოფით გავლენას ახდენს სოფლის მოსახლეობაზე და მათ სასოფლო სამეურნეო საქმიანობაზე. ამასთან თევზსავალის არარსებობის გამო დაზიანდა მდინარე რიონის იქთიოფაუნა. ამ კასკადის მშენებლობით მიყენებული ძიანის გამოსასწორებლად სახელმწიფო დაგინანსებით სოფელ გეგუთთან აშენდა ზუთხსაშენი ქარხანა ჰესი ქარხანას ელექტროენერჯით უფასოდ ამარაგებდა თუმცა მალევე ამ ქარხანამ შეწყვიტა ფუნქციონირება⁸⁶.

კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთი გამოწვევას წამოადგენს ადამიანის უფლებების დაცვა. ორგანიზაცია ვალდებულია დაიცვას თანამშრომლების უფლებები უსაფთხო სამუშაო გარემოს შექმნით, თანამშრომელთა დაწინაურების წახალისების პროგრამების, სიტყვის თავისუფლების, სამუშაოს შესაბამისი ანუაზღაურების, მოქმინილი სამუშაო გრაფიკის არსებობით, ასევე მომხმარებლების უფლებები ხარისხიანი მისაღები ფასით შეთავაზებული პროდუქციითა თუ მომსახურებით. სამწუხაროა, რომ ცხოვრების განვითარების, გამოცდილების დაგროვების, ღირებულებების დახვეწისა და ფასეულობათა ამაღლების ფონზე ადამიანის უფლებების დაცვა ისევ სირთულეს წარმოადგენს მრავალი ქვეყნისთვის, ეს ყველაფერი კი კიდევ ერთხელ შეგვახსენა ამერიკაში მომხდარმა ბოლო დროინდელმა მოვლენებმა, როდესაც ამერიკელ პოლიციელს პროფესული საქმიანობის შესრულებისას განსაკუთრებული სისასტიკით შემოაკვდა აფროამერიკელი მამაკაცი, რასაც

⁸⁵ სამოქალაქო საზოგადოების ინიციატივა. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა 18–19 გვ.

⁸⁶ <https://www.bpn.ge/article/55047-qvelaze-magali-kashxali-turketshi-mdinare-choroxze-270-metriani-hesi-shendeba/>

საზოგადოების მხრიდან საპროტესტო აქციები მოყვა ლოზუნგით „ შავი ადამიანის სიცოცლე მნიშვნელოვანია”⁸⁷.

რასიზმის გარდა მწვავე პრობლემაა უსაფთხო სამუშაო გარემოს შექმნა მაგალითად ჩვენს ქვეყანაში ბოლო დროს სამშენებლო თუ წიაღისეულთა მომპოვებელ სექტორში დასაქმებულთა შრომითი უსაფრთოების წესების და ნორმების დაუცველობას არაერთი ადამიანის სიცოცლე შეეწირა. ალბათ ყველას გვახსოვს მეტროს ორ დღიანმა უეცარმა გაჩერებამ, როგორ თავდაყირად გააყენა დედაქალაქი მიზეზი კი მემანქანეთა გაფიცვა იყო შრომის მძიმე პირობების და შესაბამისი ანაზრაურების არარსებობის გამო. ეს და კიდევ ბერვი სხვა რეალური მოვლენები გვამცნობს თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ადამიანის უფლებების დაცვაში კანონის უზენაესობა თუმცა ამ ყველაფერს უკეთეს ხდის როცა ეთიკური ორგანიზაცია არა კანონის წინაშე ვალდებულებით არამედ თავისივე ნებით და სოციალური პასუხისმგებლობის საზღვრებში ცდილობს ამ პრობლემის მოგვარებას საზოგადოებაში თუ თანამშრომლებში ამ საკითხისადმი ცნობიერების ამაღლებას და სამუშაო პრაქტიკაში შრომითი კოდექსის შესაბამისად ადამიანის უფლებების დაცვას. რაც მთავარია კომპანიის ხელმძღვანელებს უნდა ესმოდეთ, რომ როდესაც ადამიანი უსაფრთხოთ გრძნობს დავს, იცის რომ დაცულია მისი უფლებები და შრომა შესაბამისად დაუფასდება მისი საქმისადმი ინტერესი მევრად დიდია, დიდია მოტივაცია და თანამშრომელთა პროქდუქციულობის ხარისხი, რაც თავის მხრივ წინ გადადგმული ნაბიჯია წარმატებისკენ.

გენდერური თანასწორობა და სექსუარური შევიწროვება ერთ–ერთ გლობალურ პრობლემას წარმოადგენს. როგორც ვიცით ეთიკური ორგანიზაციისთვის დაუშვებელია რაიმე სახით ადამიანების დისკრიმინაცია თუმცა სქესობრივი ძალადობა და გენდერული თანასწორობა ბევრ ქვეყანაში ისევ არსებობს. ყველაზე მწვავედ ეს პრობლემა ალბათ ვლინდება საუდის არაბეთში ისევ მათივე კულტურიდან გამომდინარე. იყო დრო როცა ქალებს ეგრძალებოდან რაიმე სახით ჩართულიყვნენ

⁸⁷ <https://www.amerikiskhma.com/a/thousands-expected-at-washington-demonstration-saturday-/5452054.html>

ეკონომიკურ საქმიანობაში, თუმცა დღეს თითქოსდა შემსუბუქდა შეზღუდვები რადგან უკვე ქალს მუშაობის უფლება მიეცა, მაგრამ მუშაობა თუ სურს ნერბართვა მამაკაცისგან უნდა აირღონ, შეზღუდვები აქვთ პროფესიის შერჩევაშიც, უფლება აქვთ იყვნენ მასწავლებლები ექიმიები მხოლოდ იმ შემთხვევაში როცა მამაკაცი არ არის მათი თანამშრომელი. კარიერული წინსვლა დიდ ძალისხმევას მოითხოვს შეიძლება ითქვას, რომ შეუძლებელიც კი არის. ანაზღაურებაც კი ქალებს ნაკლები აქვთ მამაკაცებთან შედარებით და ისინი არ სარგებლობენ ჯანმრთელობის დაზღვევით არ აქვთ უფლება მთელი დღის განმავლობაში იმუშაონ, რადგან ყურადღება არ უნდა მოაკლონ ოჯახს⁸⁸. ჩვენს ქვეყანაშიც კი წლების განმავლობაში იყო გავრცელებული სტერეოტიპი ქალი ვიცი „ კუხნაში“. იშვიათი იყო დასაქმებული და წარმატებული ქალები ძირითადად მუშაობდნენ მამაკაცები, ხშირი იყო ოჯახური ძალადობა, სექსუარული შევიწროვება. თუმცა საბედნიეროდ დღესდღეობით ამ სტერეოტიპებმა ძალა დაკარგა, სხვადასხვა რეგულაციების, კანონების ადამიანთა შეგნებისა და ღირებულებების ცვილებასთან ერთად შემცირდა ძალადობის, სექსუალური შევიწროვების შემთვევები, სულ უფრო მეტი კომპანიის სათავეში, მაღალ საპასუხისმგებლო საქმეში ვხდებით მანდილოსნებს. მეტიც საქართველოს პარლამენტის გენდელური თანასწორობის საბჭომ წარმოგვიდგინა პუბლიკაცია „გენდერული თანასწორობა საქართველოში ბარიერები და რეკომენტაციები” სადაც საუბარია კანონის ძალასთან, საზოგადოების ცნობიერების ამათლებასთან ერთად ამ პრობლემის მოგვარების ერთ–ერთი საშუალებაა დამქირავებლების დავალდებულება შეიმუშაონ გენდერული თანასწორობის გეგმა, რომელშიც გაწერილი იქნება კონკრეტული პრაქტიკა და სტრატეგია სტრატეგიების მისაღწევად. ნებმისმიერ ქალს უნდა ქონდეს შესაძლებლობა მიიღოს განათლება, დასაქმდეს, მიაღწიოს კარიერულ წინსვლას და წამატებებს. ზოგ ქვეყანაში კომპანიები ვალდებულია ყოველწლიურად გამოაქვეყნონ ანგარიში ამ გეგმის შესაბამისად. ამავე პუბგლიკაციაშივეა საუბარი, რომ კერძო თუ საჯარო სექტორში ნებისმიერი სახის

⁸⁸ <https://trend.ge/story>

სექსუალური ძალადობა და სექსუარული შევიწროება დაექვემდებაროს სიხლის სამართლის ან სხვა ადმინისტრაციულ თუ სამართლებრივ სანქციებს⁸⁹.

დღესდღეობით კი კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობა კიდევ უფრო დიდი გამოწვევის წინაშე დადგა, როგორც არის უხილავ მტერთან ბრზოლაში ჩაბმა. როგორც ვიცით ვისურმა სახელად კოვიდ-19 მთელი მსოფლიო მოიცვა, უდიდესი საფრთხის პირისპირ აღმოჩნდა არამარტო ადამიანის ჯანმრთელობა, არამედ ეკონომიკა. სახელმწიფოების მართველი ორგანოები იძულებულნი გახდნენ პანდემიასთან ბრძოლა სხვადასხვა შეზღუდვებით დაეწყოთ. შეიზღუდა საჯარო ტრანსპორტით გადაადგილება, ჩაიკეტა ქვეყნების საზღვრები, პირბადე და სადეზინფექციო ხსნარი ყოველდღიურობის მთავარ ატრიბუტად მოგვევლინა. მთავარი გადარჩენის წყარო კი ყველასგან და ყველაფრისგან დისტანცია გახდა, აიკრძალა სახალხო შეკრებები, მსოფლიოს მოწოდება გახდა “STAY HOME” (დარჩი სახლში). კომპანიების უმრავლესობამ დროებით საქმიანობა შეაჩერა, ზოგი მათგანი დისტანციურ მუშაობაზე გადავიდა, მუშაობას არ წყვეტთა მხოლოდ პირველადი საჭიროების დაწესებულებები, როგორც არის სასურსათო მაღაზიები, სააფთიქო ქსელები, საავადმყოფოები... ამ ყველაფრის ფონზე ძნელი გახდა ბალანსის დაცვა ჯანმრთელობასა და ეკონომიკის გადარჩენას შორის. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მთავარი გამოწვევა გახდა შეენერჩუნებინა თანამშრომლები, რათა ეკონომიკური კრიზისი გამო არ მომხარყო მათი განთავისუფლება, შეექმნა უსაფრთხო სამუსაო გარემო რათა დაცული ყოფილიყო როგორც თანამშრომლების ასევე მომხარებლების ჯანმრთელობა. მათი ვალდებულება გახდა ოფისების და დაწესებულებების მუდმივი დეზინფექცია. მოკლედ რომ თვქვათ, შეიცვალა თითოეული ჩვენგანის დღის წესრიგი ხოლო კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ურთულესი გამოცდის წინაშე დადგა. თითქოს და პანდემიისგან სარგებელი მხოლოდ ბუნებამ ნახა ასე ვთქვათ დედამიწამ ამოისუნთქა ტრანსპორტის შეზღუდვით შემცირდა გამონაბოლქვი, წარმოებების

⁸⁹ საქართველოს პარლამენტის გენდერული თანასწორობის საბჭო. გენდერული თანასწორობა საქართველოში ბარიერები და რეკომენდაციები 33–34გვ.

შეჩერებით შემცირდა ელექტროერგის და სხვა ბუნებრივი რესურსების გამოყენება, სხვადასხვა მედია საშუალებების ცნობით დედამიწის სეისმური ხმარული სამჯერ უკეთესად ისმის, რის გამოც შესაძლებელი გახდა მთელი რიგი სეისმური მოვლენების მონიტორინგი, წლის ხარისხობრივი მაჩვენებელი იმდენად გაუმჯობესდა, რომ როგორც ამოხენ ვენეციის წყლებში დელფინიც კი ჩამოჩნდა თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს რომ ჯერ კიდევ ბოლომდე არ არის შესწავლილი თუ რა გავლენა იქონია უხილავმა მტერმა გარემოზე. პამდემიის გამომწვევ ერთ–ერთ მიზეზად კი გარემოს დაბინძურების მაღალ მაჩვენებელსაც კი თვლიან ⁹⁰.

მოკლედ რომ გავიმეოროთ სხვადასხვა პოლიტიკოსის, მედიკოსუსა თუ მეცნიერის ერთსულოვანი სიტყვები „ მსოფლიო აღასასოდეს იქნება ისეთი, როგორც იყო“. როგორც არასდროს ისე დასჭირდა მსოფლიოს ერთიანობა, ერთმანეთზე ზრუნვა თუნდაც იმ ელემენტარული შეგნების არსებობით რასაც ქვია შეზრუდვების ასე ვთქვათ პატიოსნად დაცვა, კისევ უფრო დაფასდა ექიმის პროფესია სხვა ქვეყნებისა რა მოგახსენოთ, მაგრამ ჩენმა ექიმებმა შეუძლებელი შეძლეს, თავისი დაუღალავი შრომით, გმირულად აგვარიდეს თავიდან ის ლეტარული შედეგი რაც თავს დაათყდა თუნდაც ამერიკას, ბრაზილიას, იტალიას..

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ბიზნესისა და სახელმწიფოს გაერთიანების კარგი მაგალითი გახდა როგორც უკვე ავლნიშნეთ „Stopcov“ ფონდის შექმნა. საჯარო თუ კერძო კომპანიები, არასამთავრობო ორგანიზაციები თავისი შესაძლებლობით და რესურსებით ცდილობენ ჩაებან ამ ურთულეს ბროლაში რამოდენიმე მაგალითი წინა ქვეთავშიც მოვიყვანეთ. ამ თავშიც შემოგთავაზებთ ამ პრობლემის შემსუბუქებისაკენ ზრუნვის რამოდენიმე პრაქტიკულ ინფორმაციას.

ევროკავშირმა შექმნა სპეციალური პროგრამა სახელწოდებით ევროკავშირი ბიზნესისთვის, რომელიც გულისხმობს სხვადასხვა ქვეყნის ბიზნესების დახმარებას ფინანსების წვდომის, ბაზრის ამჟამინდელი სიტუაციის ადაპტაციისთვის. ამ

⁹⁰ <https://www.alia.ge>

საკითხთან დაკავშირების შეიქმნა სპეციალური საიტი სადაც საშუალო და მცირე ბიზნესისთვის ხელმისაწვდომი გახდა ბიზნესის ანტიკრიზისული სერვისები, ტრენინგები, კონსულტაციები, პარტნიორი ბანკების მეშვეობით ფინანსების წვდომის შესაძლებლობა⁹¹. მაგალითად ამ პროგრამის ფარგლებში აუდიტორული კომპანია BDO სხვადასხვა ორგანიზაციებს სთავაზობს უფასო ვებინარს, ტრენინს თუ როგორ გადავიდენ დისტანციურ მუშაობაზე, ისე რომ დაიცვან უსაფრთხოება, ინფორმაციების კონფიდენციალურობა და ამ ყველაფერთან ბიდიო კომპანიებს სრულიად უსასყიდლოთ სთავაზობს Microsoft office E1-ის პაკეტს ასევე დაეხმარება ლიზენციების მოპოვებაში და სისტემის გამართვაში.⁹² ამავე პროგრამის ფარგლებში სარეკლამო სააგენტო Betterfly DDB-მ შექმნა პროგრამა „Betterhelp“, რომლის მთავარი მიზანია მოწვეული ექსპერტების მეშვეობით დაეხმარონ კომპანიებს ბაზარზე არსებული სიტუაციის ადაპტაციაში, ახალი ტრენდების ათვისებაში, უფასო კონკულტაციებით ორგანიზაციებს დაეხმარებიან პოტენციური და არსებული პრობლემების მოგვარებაში.⁹³

გაეროს მოსახლეობის ფონდის საქართველოს ოფისსა და ლიბერთი ბანკს შორის გაფორმდა მემორანდუმი, რომლის მთავარი მიზანი გახდა 60+ ადამიანების ჯანსაღი და აქტიური ცხოვრების ხელმისაწვდომობა, სპეციალურად მათთვის შეიქმნა ბროშურები კოვიდ 19-ის პრევენციისთვის დაიგეგმა ლიბერთი ბანკის სოციალური კამპანიაც ლიბერთიგული. ამ მემორანდუმის სამომავლო მიზანს კი საქართველოში გენდერული თანასწორობის გაძლიერება წარმოადგენს.⁹⁴

როგორც უკვე ვთქვით მსოფლიო არაერთი პრობლემის წინაშე დგას, რომლის გამოსწორება მნიშვნელოვანია უკეთესი ბიზნეს სამყაროს შესაქმნელად, ჩვენი და მომავალი თაობების კეთილდღეობისთვის. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა კი ამ პრობლემების მოგვარების წინა ხაზზე იმყოფება და ცდილობს

⁹¹ https://covid-19-georgia.eu4business.eu/?_ga=2.24714418.983694425.1592827925-673347594.1592827925

⁹² [https://www.bdo.ge/ka-ge/industriebi/coronavirusi-\(covid-19\)-ka](https://www.bdo.ge/ka-ge/industriebi/coronavirusi-(covid-19)-ka)

⁹³ <https://betterhelp.ge/>

⁹⁴ <https://georgia.unfpa.org/ka/news>

სხვადასხვა მეთოდებით, აქტივობებით, ღონისძიებებითა და საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებით წინ აღუდგეს კორუფციას, გენდერულ უთანაწონრებას, რაიმე სახით დისკრიმინაციას, ადამიანების უფლებების შელახვას, და სხვა გლობალურ თუ ლოკარულ პრობლემებს.

3.3 კვლევის შედეგების საფუძველზე გამოვლენილი სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით განსახორციელებელი ღონისძიებები

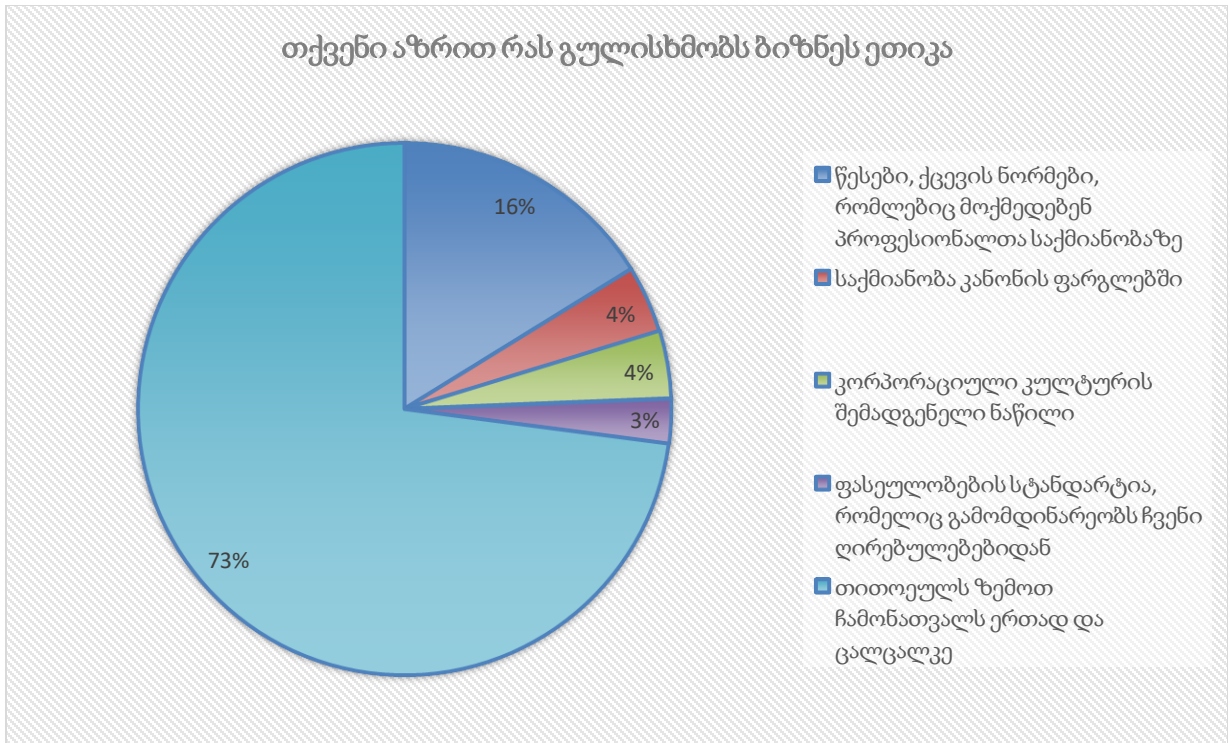
კვლევის მიზანი იყო, გამერკვია რა როლს თამაშობს ეთიკა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ორგანიზაციის წარმატებაში, არის თუ არა საქართველოში ამ საკითხის კიდევ უფრო განვითარების შესაძლებლობა, რამდენად არის გარკვეული ამ საკითხისადმი ქართველი მოსახლეობა და ორგანიზაციები რამდენად აქცევენ ამ საკითხს ყურადღებას სხვადასხვა გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. საინტერესოა ასევე თუ რა არის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობისა და ბიზნეს ეთიკის მთავარი გამოწვევა. მნიშვნელოვანი იყო თითოეული რესპოდენტის აზრი ამ საკითხისადმი. კვლევა ჩატარდა ორ ორგანიზაციაში გამოიკითხა წარმოებისა და სადისტრიბუციო კომპანია სიმეტრას 100 და სამშენებლო კომპანია აგრო მშენ სერვისის 50 მდე თანამშრომელი. მათ დავუსვი რამოდენიმე კითხვა და შევეცდები ავსახო მიღებული შედეგები სრულად.

რესპოდენტთა უმეტესი ნაწილი არაიან ქალბატონები, კერძოდ კი 72.1 %, ხოლო დარჩენილ 27.9%-ს წარმოადგენს მამაკაცები.

გამოკითხვა სხვადასხვა ასაკის ადამიანი, რომელთაგან უმეტესი ნაწილი 60.8% არის 20–29 ასაკობრივ ჯგუფში გაერთიანებული, გამოკითხულთა 16.2 % არის 50–ზე მეტი ასაკის, 40–49 ასაკობრივ ჯგუფს წარმოადგენს 11.5 %, 30–39 წლის რესპოდენტები წარმოადგენს გამოკითხულთა 8.8%, ხოლო დარჩენილი 2.7 %- ს შეადგენს 18–19 წლის თანამშრომლები.

კვლევაში მონაწილეობა მიიღო სხვადასხვა თანამდებობის მქონე დასაქმებულმა, რომელთა ზუსტად ნახევარი არის საშუალო რგოლის თანამდებობაზე, მაღალი რგოლის თანამდებობაზე გვხვდება გამოკითხულთა 15.7%, ხოლო 16.4% არის შედარებით დაბალი რგოლის თანამდებობაზე.

კითხვაზე თუ რას გულისხმობს ბიზნეს ეთიკა გამოკითხულთა 73 %-მა გაერთიანა ბიზნეს ეთიკის მახასიათებლები, რომ ეს არის წესების, ქცევის ნორმების, რომლებიც მოქმედებენ პროფესიონალთა საქმიანობაზე, საქმიანობას აქცევს კანონის ფარგლებში, კორპორატიული კულტურის ნაწილი, ღირებულებებიდან განსაზღვრული ფასეულებების სტანდარტი და სხვა. რესპოდენტთა 16% თვლის, რომ ბიზნეს ეთიკა არის მხოლოდ ფასეულობათა სტანდარტი, რომელიც გამომდინარეობს ჩვენი ღირებულებებიდან და რწმენიდან. 4% ბიზნეს ეთიკად მიიჩნევს საქმიანობა კანონის ფარგლებში. ასევე 4 % ეთიკად თვლის კორპორაციულ კულტურის ნაწილად.



კითხვაზე თუ ქსმენიათ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ თუ ქვენთვის ეს სიახლეა? გამოკითხულთა 61.2% –სთვის ეს თემა ნაცნობია, ხოლო 32.7% – ისთვის ეს თემა სიახლეა. ხოლო დარჩენილი გამოკითხულთა ნაწილი 6.1% აცხადებს, რომ ეს საკითხი პირველად ესმის.

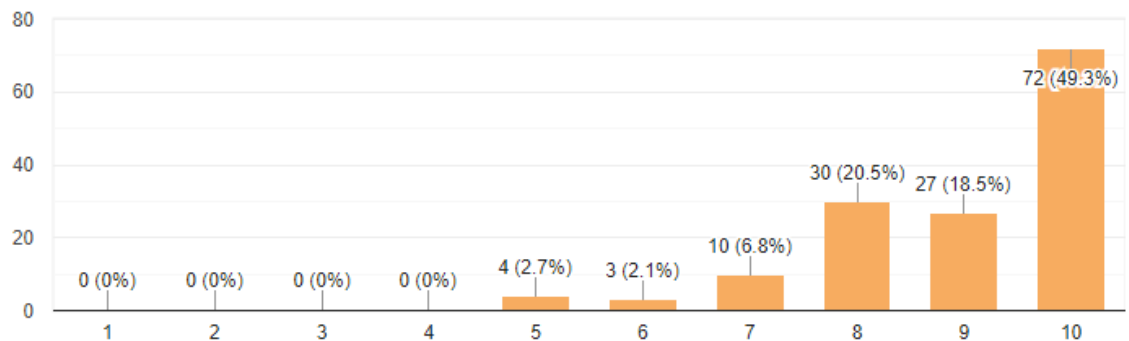
კითხვაზე თუ რა არის თქვენი აზრით კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა გამოკითხულთა 56 %-მა ქველმოქმედება, გარემოს დაცვა, თანამშრომლების უფლებების დაცვა, კორუფციის, დიკრიმინაციის წინააღმდეგ ბრძოლა და სხვა ჩამონათვალი გაერთიანა, 22% კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობას მიიჩნევს თანამშრომელთა უფლებების დაცვას, 6% კი ეს საკითხი ეთიკასთან, პატიოსნებასთან და კანონმორჩილებასთან ასოცირდება 4% კი თვის, რომ CSR არის კომპანიის პროდუქციის ხარისხი, უსაფრთხოება დ სამართლიანი ფასები.

10 ბალანი სისტემით რესპოდენტებს ვთხოვე შეეფასებინათ მათი ნდობის ფაქტორი იმ ორგანიზაციების მიმართ, რომლებიც არიან მაღალი ეთიკისა და სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე კომპანიები. გამოკითხულთა 49.3 %-მა 10 ქულით შეაფასა,

შესაბამისათ გამოკითხულთა თითქმის ნახევრისთვის კომპანია, რომელიც არის ეთიკური და ახდენს სხვადასხვა კორპორაციულ სოციალური პასუხისმგებლობების აქტივობებს იწვევს ნდობის განცდას.

მაღალ ეთიკური და სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე კომპანია იწვევს თუ არა თქვენს ნდობას? შეაფასეთ ნდობა 10 ბალიანი სისტემით

146 responses

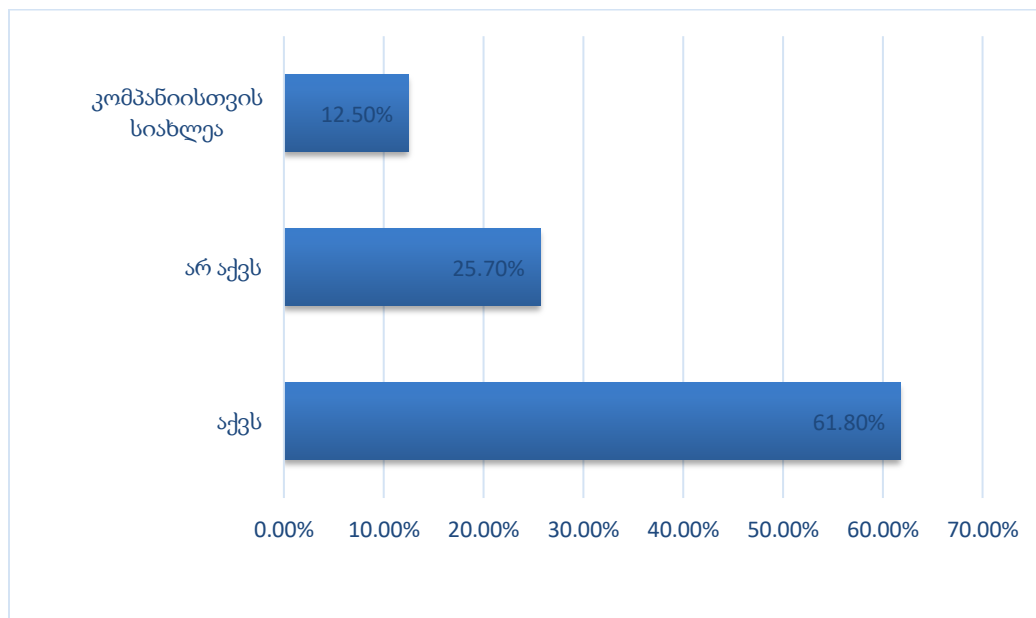


კითხვაზე ანიჭებთ თუ არა პროდუქციის და მომსახურების შემენისას ორგანიზაციას, რომელიც გამოირჩევა თავისი ეთიკის დონითა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობით გამოკითხულთა უმრავლესობამ განაცხადა, რომ ეს ფაქტი მათთვის მნიშვნელოვანია გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, რადგან იწვევს მეტი სანდოობის საიმედოობის განცდას, რომ იქნება ასეთი კომპანიის პროდუქტი მეტად ხარისიანი, უსაფრთო, ეკოლოგიური და სხვა..

კითხვაზე ანიჭებთ თუ არა სამსახურის ძიებისას ორგანიზაციას, რომელიც გამოირჩევა თავისი ეთიკის დონითა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობით გამოკითხულთა უმრავლესობამ განაცხადა, რომ ეს ფაქტი მათთვის მნიშვნელოვანია გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, რადან იწვევს მეტი სანდოობის

საიმედოობის განცდას, რომ იქნება მათი შრომითი უფლებები დაცული, იქნება სამართლიანი სამუშაო გარემო, სამართლიანი ანაზრაურებით და სხვა დადებითი მაჩვენებლებით.

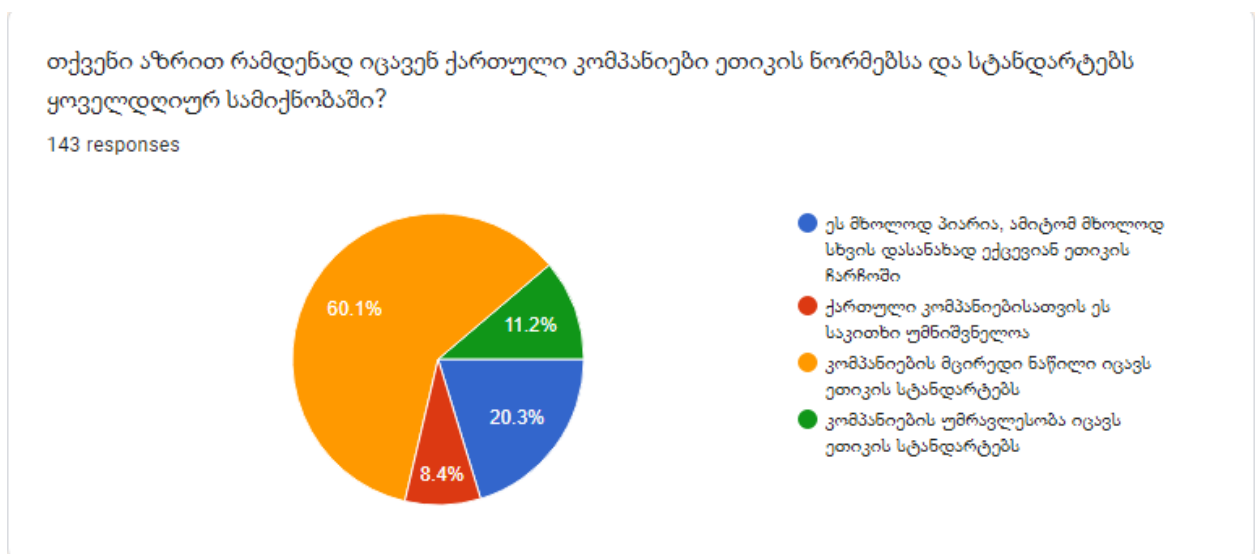
კითხვაზე აქვს თუ არა თქვენს ორგანიზაციას საკუთარი ეთიკის კოდექსი, კომიტეტი ან სპეციალური ჯგუფი, რომელიც ზრუნავს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებაზე. რესპოდენტთა 61.80% თვლის, რომ ორგანიზაციებს, სადაც მუშაობენ აქვთ საკუთარი ეთიკის კოდექსი, რომელიც მათი საქმიანობის ყოველდღიური ნაწილია, 25.70% თვლის, რომ კომპანიებს, სადაც დასაქმებულები არიან, არ აქვთ ეთიკის კოდექსი, რომ არაფერი ვთქვათ კომიტეტზე და სპეციალურ ჯგუფებზე. ხოლო 12.50% თვლის, რომ საერთოთ სიახლეა კომპანიისთვის და ამ საკითხს განვითარება სჭირდება.



კითხვაზე თუ რა იყო მნიშვნელოვანი კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შეფასებისას? პასუხები ასე გადანაწილდა: რესპოდენტთა 49%

ისტვის მნიშვნელოვანია კომპანიის ურთიერთობის მეთოდები დაინტერესებულ მხარეებთან, თუ რამდენად არის დაცული ყველანაირი წესი რამდენად ითვალისწინებს კომპანია მათ ინტერესებს და სხვა. რესპოდენტთა 26% ისტვის მნიშვნელოვანია კომპანიის მიერ განხორციელებული სხვადასხვა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი, უნიკალურობა. 12%–ისტვის კი მნიშვნელოვანია თუ რამდენად იცავს კომპანია იმ სტანდარტებს, რაც გარემოს დაცვას გაფრთილევას გულისხმობს. გამოკითხულთა მხოლოდ 7%–ისტვისაა მნიშვნელოვანი კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მრავალფეროვნება.

შემდეგ კითხვაზე, თქვენი აზრით რამდენად იცავენ ქართული კომპანიების ეთიკის ნორმებსა და სტანდარტებს ყოველდღიურ საქმიანობაში გამოკითხულთა 60.1% მიიჩნევს, რომ ქართული კომპანიების მხოლოდ მცირედი ნაწილი იცავს ეთიკის სტანდარტებს. რესპოდენტთა 20.3% თვლის, რომ ეს მხოლოდ პიარის საკითხია და კომპანიები თუ კი იქცევიან ეთიკურად, ხოლოდ სხვის დასანახად. მხოლოდ 11.2% თვლის რომ ქართული კომპანიების უმრავლესობა იცავს ეთიკის კოდექსსა და სტანდარტებს, ასევე 8.4% თვლის, რომ ეს საკითხი საერთოდაც უმნიშვნელოა ჩვენი ქვეყნის კომპანიებისთვის.



კითხვაზე თქვენი აზრით რასზეა დამოკიდებული ორგანიზაცია იყოს მაღალ ეთიკური და ანხორციელებდეს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა აქტივობებს? რესპოდენტთა ნახევარზე მეტი 59% მიიჩნევს რომ ერთ რომელიმე კონკრეტულ კომპონენტზე არ არის ეს დამოკიდებული, მასზე თითოეული ფაქტორი ახდენს გავლენას იქნება ეს ხელმძღვანელთა, თანამშრომელთა თვითშეგნება, საზოგადოების ცნობიერება, სახელმწიფოს მხარდაჭერა და სხვა. 17% მიიჩნევს, რომ ეს არის დამოკიდებული თავად ორგანიზაციის ღირებულებებზე დასახულ მიზნებზე და ფასეულობებზე. 14% კი თვლის, რომ ეს პროცენტი პირდაპირ კავშირშია ორგანიზაციის ხელმძღვანელთა შეხედულებებზე, ღირებულებებზე. 4%-ს კი მიაჩნია, რომ ამ პროცესს განსაზღვრავს თავად ორგანიზაციის თანამშრომლებთა ცოდნა გამოცდილება და ღირებულებები, ამ საკითხისადმი. 3 % კი თვლის, რომ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარება მიიღწევა სახელმწიფოს მხარდაჭერის მეშვეობით. მხოლოდ 2 % თვლის, რომ ამ საკითხზე გავლენას საზოგადოების ცნობიერება ახდენს. მხოლოდ 1%-მა დაასახელა ამ საკითხის გამსაზღვრელ ფაქტორად კომპანიის გინანსური შესაძლებლობები.

კითხვაზე თვლით თუ არა, რომ მუშაობთ მაღალი ეთიკისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მქონდე ორგანიზაციაში? დამოკითხულთა 48.1 % ამ კითხვაზე დადებითად უპასუხა. 15.6%-მა უაროვითად, ხოლო 36.3% თავი შეიკავა პასუხის გაცემაზე.

კითხვაზე რა მიგაჩნიათ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მთავარ გამოწვევად? პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: 34% თვლის, რომ თავარია ზოგადად ადამიანის უფლებების დაცვა. 24.8 % თვლის რომ ეს არის საზოგადოების ცნობიერების დაბალი მაჩვენებელი ამ საკითხისადმი. 13.5% გარემო დაბინძურების მაღალ დონეს ასახელებს. 9.9 %-ისთვის პრობლემაა თანამშრომელთა უსაფრთხოება

სამუშაო პროცესში. 6.4%-ისთვის მთავარი გამოწვევაა სიღარიბის მაღალი მაშვინებელი. მხოლოდ 1.4 % მიიჩნევს მნიშვნელოვნად კორუფციას.

კითხვაზე თუ როგორ შეაფასებენ რესპოდენტები, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ საკუთარ ინფორმირებულობის დონეს? პასუხები ასე გადანაწილდა: გამოკითხულთა უმეტესობა 61.6% თვლის, რომ მათი ცოდნის დონე ამ საკითხისადმი არის საშუალო, 36.3% მიაჩნია რომ მაღალ დონეზეა ინფორმირებული ხოლო დარჩენილი 2.1 % ეს ყოველივე ასე ვთქვათ სიახლეა.

კითხვაზე ისურვებდით, თუ არა ამ საკითხისადმი ორგანიზაციებში ტარდებოდეს ტრენინგები და ზოგადად საზოგადოების ცნობიერების დონე იყოს მაღალი? გამოკითხულთა 74%-მა ამ კითხვაზე დადებითი პასუხი გასცა 20%-ისთვის ეს საკითხი უმნიშვნელოა ხოლო 6%-მა პასუხის გაცემაზე შეიკავა თავი.

რესპოდენტებს ვთხოვე 10 ბალიანი სისტემით შეეფასებინათ მათი აზრით რამდენად მოქმედებს კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა კომპანიის წარმატებაზე. მათმა უმრავლესობამ 44.7% წარმატებაზე გავლენის დონე 10 ბალით შეაფასა 21% -მა 9 ქულა 17.7% 8 ქულა და ა. შ.

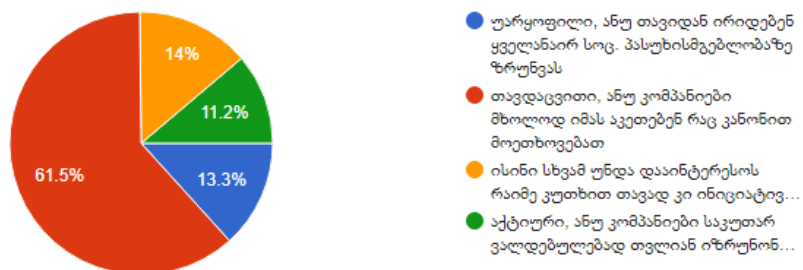
კითხვაზე თქვენი აზრით ქართული ორგანიზაციები გადაწყვეტილების მიღებისას ბიზნეს ეთიკის რომელ მიდგომას იყენებენ? რესპოდენტთა მოსაზრება ასე გადანაწილდა: გამოკითხულთა 26.4%-ის აზრით გადაწყვეტილების მიღების პროცესი დამოკიდებულია ხელმძღვანელთა პირად ღირებულებებზე, ასევე 26.4% თვლის რომ გადაწყვეტილების მიღებისას კომანიისთვის მნიშველოვანია ინდივიდუალური მიდგომა, რომელიც ინდივიდზეა ორიენტირებული და მისთვის სარგებლის მიღებას გულისხმობს. 12.1 %-ს კი ეთიკურად მიაჩნია ის გადაწყვეტილება, რაც მისაღებია კონრეტული საქმის პროფესიონალისთვის, რაც პრაქტიკულ მიდგომას გულისხმობს. ხოლო 8.6 % კი თვლის, რომ კომპანიები გადაწყვეტილების მიღებისას ითვალისწინებენ უმრავლესობის ინტერესებს, მათი აზრით რაც უმრავლესობისთვის იქნება სარგებლის

მომტანი ის გადაწყვეტილება ჩაითვლება ეთიკურად. 7.2%–7.2% თვლის რომ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში მთავარია დაცული იყოს ადამიანის უფლებები, ჯანმრთელობა და რაც მთავარია სიცოცხლე, რესპოდენტები იმავე პროცენტულობით აფასებს თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ამ პროცესში კონკრეტული ქვეყნის კულტურული ღირებულებები. 12.1% სამართლიანად აფასებს იმ გადაწყვეტილებას რისთვისაც მნიშვნელოვანია მიუკერძოებლობა და კანონის უზენაესობა.

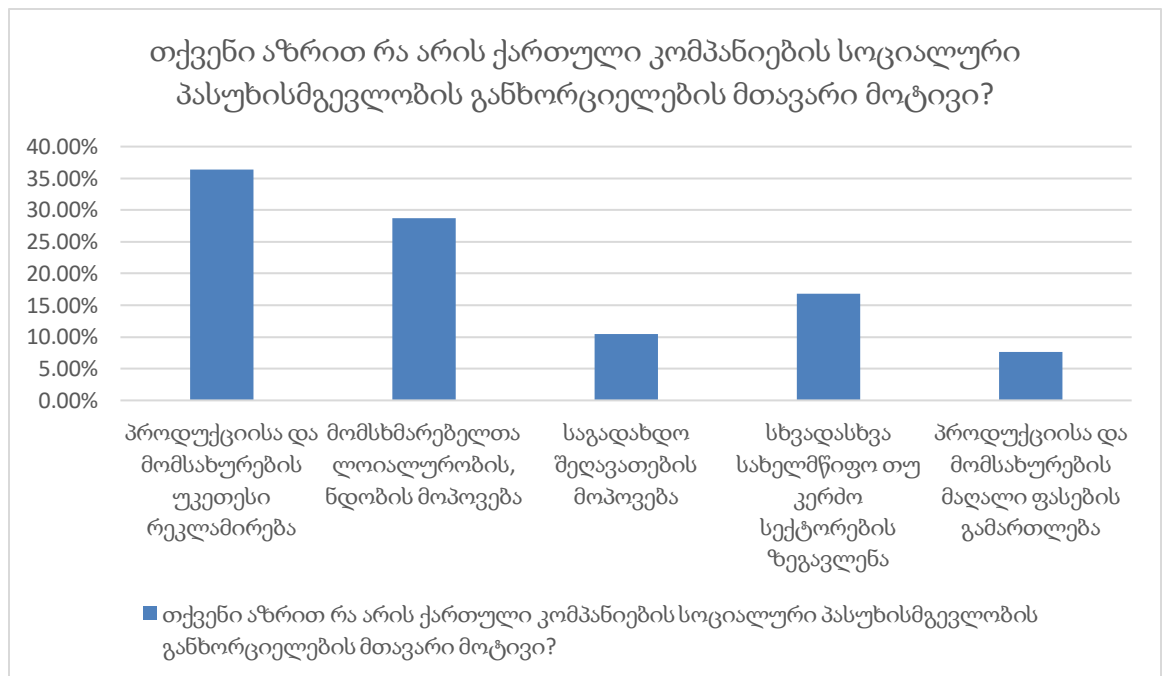
თქვენი აზრით ქართულ კომპანიებს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის რომელი პოზიცია ახასიათებთ? გამოკითხულთა უმრავლესობა 61.5 % თვლის, რომ ქართული კომპანიების პოზიცია ამ საკითხში არის თავდაცვითი, რაც გულისმობს იმას რომ კომპანიები ცდილობენ მოექცნენ კანონის ფარგლებში და სხვა დამატებითი აქტივობებისგან თავს იკავებენ იქნება ეს ქველმოქმედება თუ სხვა სახის კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები. გამოკითხულთა 14 % თვლის, რომ ქართული კომპანიები რაიმე კუთხით უნდა დააინტერესო, რომ განახორციელოს ამგვარი აქტივობები, კომპანია უნდა დარწმუნდეს, რომ ეს მისთვისაც სარგებლის მომტანი იქნება. 13.3%–ის აზრით კი ქართული ორგანიზაციები საერთოდაც თავს არიდებენ ყველანაირ კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე ზრუნვას. ხოლო დარჩენილი 11.2% თვლის რომ ქართული კომპანიები ამ საკითხში აქტიურად არიან ჩართულნი.

თქვენი აზრით ქართულ კომპანიებს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის, რომელი პოზიცია ახასიათებთ?

143 responses



კითხვაზე თუ რა არის ქართული კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების მთავარი მოტივი პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: 36.4 %-ის აზრით კომპანიები CSR-ის აქტივობებს ანხორციელებენ იმისათვის, რომ შეძლონ მათი პროდუქციისა და მომსახურების უკეთესი რეკლამირება. 28.7% –ის აზრით კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების მთავარი მოტივია მომხმარებელთა და ზოგადად საზოგადოების ლოიალურობის, ნდობის მოპოვება. 10.5 % –ისთვის მთავარ მამოტივირებელ ძალას წარმოადგენს სხვადასხვა საგადახდო შეღავათების მოპოვება. 16.8 % –ის აზრით კომპანიები ამგვარ აქტივობებს ანხორციელებენ იმ მიზეზით, რომ განიცდიან სხვადასხვა სახელმწიფო თუ კერძო სექტორებისგან ზეწოლას. გამოკითხულთა 7.6%-ისთვის ეს უბრალოდ კომპანიის პროდუქციისა და მომსახურებაზე მაღალი ფასების გამართლებაა.



და ბოლოს კითხვაზე, თქვენი აზრით საქართველოში აქვს თუ არა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებას პოტენციალი? გამიკითხულთა უმეტესობამ 88.9%-მა ეს საკითხი დადებითად შეაფასა, ხოლო დარჩენილი 11.1%-ისთვის ამ საკითხს არ აქვს განვითარების პესპექტივები ჩვენს ქვეყანაში.

დასკვნა

ნაშრომში განხილულია ბიზნეს ეთიკისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა თეორიული თუ პრაქტიკული საკითხები, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისთვის, წარმატების, მდგრადი განვითარებისთვის კომპანიამ თავისი ყოველდღიური საქმიანობა მოქციოს ეთიკის ჩარჩოში და განახორციელოს სხვადასხვა სოციალური აქტივობები, იქნება ეს ქველმოქმედება, გარემოს, ადამიანის უფლებების დაცვა თუ სხვა.

ჩატარებული კვლევით დადგინდა რომ საქართველოში არც თუ ისე დიდია ცნობიერება ამ საკითხისადმი, ორგანიზაციები ამ საკითხს საკმარისს ყურადღებას არ უთმობენ რესპოდენტთა უმრავლესობისთვის კი ეს თემა არც ისე ნაცნობი და აქტუალური იყო, თუმცა მათ სურთ მიიღონ დამატებითი ცნობები დაესწრონ ტრენინგებს, სემინარებს. ჩემი აზრით ამ პრობლემის პირველი გამოსავალია საზოგადოებაში ავამაღლოთ ამ საკითხისადმი ცნობიერება სხვადასხვა ტრენინგებითა და სასწავლო კურსებით.

გამოკითხულდა დიდი ნაწილი მიიჩნევს, რომ ქართული კომპანიებს ამ საკითხში გააჩნიათ თავდაცვითი პოზიცია და მცირეა იმ ორგანიზაციათა ჩამონათვალი, რომელიც აქტიურად არის ჩართული სხვადასხვა სოციალურ აქტივობებში. თემაში ვისაუბრეთ რამოდენიმე კორნკურსზე, თუმცა ვთვლი რომ მხოლოდ ეს კონკურსები საკმარისი არ არის, ჩვენი თემის შესაძებ ინტერესი და ინფორმირების დონე გაიზრდება თუ კიდევ მეტი კონკურსები და ღონისძიებები ჩატარდება გამარჯვებულთა გამოვლენა კი სხვა კომპანიებისთვის მოტივაციის წყაროდ იქცევა, გაიზრდება ჯანსაღი კონკურენცია ორგანიზაციებს შორის.

მშვნელოვანია ასევე მედიის როლი თუ რამდენად მოახდენს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა ღონისძიებების შესაძებ მოსახლეობის

ინფორმირებას, მშენელოვანია ხალხმა იცოდეს, რომ ბიზნესი არა მხოლოდ საკუთარ ინტერესებს ემსახურება, არამედ სხვა კეთილ საქმეებშიც არის ჩართული, რაც დადებითად აისახება კომპანიის იმიჯზე. ჩემი კვლევის შედეგების მიხედვითაც კი რესპოდენტთა უმრავლესობა პროდუქციისა თუ მომსახურების შეძენისას აუცილებლად იმ კომპანიაზე გააკეთებს არჩევანს, რომელიც მათი აზრით მაღალ ეთიკურია და ანხორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა აქტივობებს, რათგან ასეთი ორგანიზაციები მათში ნდობის განცდას იწვევს, რომ შეთავაზებული პროდუქცია ან მომსახურები იქნება მაღალი ხარისხის, დაცული იქნება უსაფრთხოების ნორმები. სამუშაოს მაძიებლებისთვისაც კი ეს საკითხი მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა სამუშაოს დაწყების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, გამოკითხულთა უდიდესი ნაწილი თვლის რომ, ასეთ კომპანიებთან მეტია სიმშვიდის, უსაფრთხოების განცდა, რომ აქ იქნება ადამიანის უფლებები, შრომითი პირობები დაცული, იქნება სამუშაოსა და შესაბამისი ანაზღაურების სამართლიანად განაწილება და სხვა.

თავად გამოკითხულთა უმეტესი ნაწილი მიიჩნევს, რომ კომპანიას სადაც მუშაობს აქვს საკუთარი ეთიკის კოდექსი, რომლის შესაბამისადაც ახდენენ ყოველდღიურ საქმიანობას, თუმცა მათი კომპანია აქტიურად არ არის ჩართული კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა ღონისძიებებში მათი აქტიურობა შემოიფარგლება მხოლოდ ქველმოქმედებით, ამის მთავარი მიზეზი კი კომპანიის ფინანსური შესაძლებლობებს ასახელებენ. ვფიქრობ ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური შესაძლებლობების შესაბამისად ახალი განვითარებადი კომპანიებიდან მცირეოდენი აქტივობაც კი მნიშვნელოვანია ამ საკითხში. ხოლო რაც შეეხება დიდ და წარმატებულ კომპანიებს ვფიქრობ ასეთი კომპანიები ვალდებულები უნდა იყვნენ აწარმოონ ყოველწლიური ანგარიში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ, რაც იქნება საჯარო და ყველასათვის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია.

კვლევამ აჩვენა, რომ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მთავარი გმოწვევაა ადამიანი უფლებების დაცვა და გაფრთილებაა, ამიტომ საჭიროა

ორგანიზაციებმა მეტი ყურადღება დაუთმონ ამ საკითხს, რათა თანამშრომლებმა სამუშაო პროცესში უსაფრთხოდ იგრძნონ თავი და მომხმარებლებელთა უფლებები არ იყოს დარღვეული შეთავაზებული პროდუქციითა და მომსახურების ხარისხითი და ფასით.

კითხვაზე თუ რა არის ქართული კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების მთავარი მოტივი გამოკითხულთა უმრავლესობის აზრით კომპანები CSR-ის აქტივობებს ანხორციელებენ იმისათვის, რომ შეძლონ მათი პროდუქციისა და მომსახურების უკეთესი რეკლამირება, მომხმარებელთა და ზოგადად საზოგადოების ლოიალურობის, ნდობის მოპოვება. ვფიქრობ ეს საკითხიც პრობლემატურია ჩვენს ქვეყანაში კომპანიებისთვის იყვენენ მაღალ ეთიკურნი და ანხორციელებენ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის აქტივობებს არ უნდა იყოს მხოლოდ ამ მიზეზებით არ უნდა გამოიხატებოდეს პირველ რიგში ეს მათთვის არა ვალდებულება არამედ სურვილი უნდა იყოს ბიზნესის კეთებესდან ერთად იყვენენ სიკეთის მომტანი როგორც საზოგადოებისთვის ასევე გარე სამყაროსთვის.

ჩემი კვლევის შედეგების მიხედვით რესპოდენტთა უმრავლესობა თვლის, რომ ეთიკური გადაწყვეტილების მიღება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ორგანიზაციის ხელმძღვანელთა პირად ღირებულებებზე სწორედ ამიტომ პირველ რიგში საჭიროა თავად ხელმძღვანელები დავაინტერესოთ ამ საკითხის მნიშვნელობაზე, მშვნელოვანია პირველ რიგში მათი სურვილი ორგანიზაციის მიზნებს მოარგონ ეთიკა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა

საბედნიეროდ გამოკითხულთა აბსოლიტური უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ საქართველოში კორპორატიულ სოციალურ პასუხისმგებლობას აქვს განვითარების პერსპექტივები, მთავარია შევძლოთ და გავზარდოთ საზოგადოების ცნობიერება, ხელმძღვანელთა, თანამშრომელთა თვითმეგნება, ასევე ორგანიზაციებისთვის მნიშვნელოვანია სახელმწიფო სტრუქტურებისგან მხარდაჭერა და ხელშეწყობა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ბოროვსკა პ. გოგიძე ლ. გუნაშვილი დ; ეთიკა და ქცევის ზოგადი წესები საჯარო სამსახურში, თბილისი, GIZ, 2015 წელი, 89 გვ.
2. გიგაური ი; მარკეტინგის სოციალური პასუხისმგებლობის ასპექტები საქართველოს სამომხმარებლო ბაზარზე, თბილისი, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2012 წელი, 241გვ.
3. გოცირიზე მ; კორპორაციული მენეჯმენტი, თბილისი, უმაღლესი სასწავლებელი ჯორჯია, 2018 წელი, 94გვ,
4. გრიგოლაშვილი გ; საერთაშორისო მენეჯმენტი, თბილისი, სეუ–ს გამომცემლობა, 2017წელი, 261გვ.
5. ევროპის საბჭო; გამჭირვალეების და მოქალაქეთა მონაწილეობის შესახებ, თბილისი, ევროპის საბჭოს გამოცემა, 2017 წელი,53 გვ.
6. თევდორაძე მ, ნასყიდაშვილი ნ. ლოლაშვილი ნ. ზაზაშვილი თ. პატიაშვილი ნ; მენეჯმენტი, თბილისი, ტექნიკური უნივერსიტეტი, 2009 წელი, 140 გვ.
7. კაკიაშვილი ქ. ნიჟარაძე გ. ჩიქოვანი ნ; მსოფლიო კულტურა, თბილისი, განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი, 2012 წელი, 197 გვ.
8. კომპანია თელია; პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნეს ქცევის კოდექსი, თბილისი, 2016 წელი, 36 გვ.
9. მაჭავარიანი შ; მენეჯმენტის საფუძვლები, თბილისი, შპს მეგობრობა, 2014 წელი, 602 გვ.
10. ჟვანია ი, კიკნაძე გ; ლიდერი და ლიდერობა, ავტორებისგან, 199 გვ
11. საერთაშორისო გამჭირვალობა– საქართველო; საქართველოს ანტიკორუფციული კანონმდებლობის განხორციელება პრაქტიკაში, თბილისი, 2015 წელი, 50 გვ.
12. საერთაშორისო ბიზნესის კათედრა; საერთაშორისო ბიზნესი, თბილისი, უნივერსალი, 2011 წელი, 523გვ.

13. საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის საკონსულტაციო პროგრამა ევროპასა და ცენტრალურ აზიაში; კორპორატიული მართვის სახელმძღვანელო, თბილისი, 2010 წელი, 222 გვ.
14. სამოქალაქო საზოგადოების ინიციატივა; კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა, ევროკავშირი საქართველოში, თბილისი, 2018 წელი, 26 გვ.
15. საქართველოს პროფესიონალ ბუღალტერთა და აუდიტორთა ფედერაცია; ეთიკის კოდექსის სახელმძღვანელო პროფესიონალი ბუღალტრებისთვის, თბილისი, International Federation of Accountants. 2016 წელი. 288 გვ.
16. საქართველოს უზენაესი საბჭო , ადამიანის უფლებათა საყოველთაო დეკლარაცია, 1991 წელი, 8გვ.
17. საქართველოს პარლამენტის გენდერული თანასწორობის საბჭო; გენდერული თანასწორობა საქართველოში ბარიერები და რეკომენდაციები, UNDP, თბილისი, 2018 წელი, 87გვ.
18. ფარესაშვილი ნ; ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სალექციო კურსი კროს კულტურული მენეჯმენტში, ლექცია 5.
19. შენგელია თ; გლობალური ბიზნესი, თბილისი, ახალი საქართველო, 2010 წელი, 640 გვ
20. შუბლაძე გ, ნანიტაშვილი მ; ბიზნესის საფუძვლები, თბილისი, უნივერსალი, 2011 წელი, 467 გვ.
21. ჩოხელი ე; ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სალექციო კურსი , მენეჯმენტის თანამედროვე კონცეფციები, ლექცია 4, გვ9.
22. ხიზანიშვილი ვ; ბიზნესის ეთიკა, თბილისი, გამომცემლობა ლოი, 2018 წელი, 336 გვ.
23. ხოფერია ლ. მ. კოპლატაძე; კორორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო მცირე და საშუალო კომპანიებისთვის, თბილისი, გამომცემლობა პეტიტი, 2018 წელი, 129 გვ.
24. ხოფერია ლ; კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო, თბილისი, გამომცემლობა პეტიტი, 2012 წელი, 447 გვ.

25. Byars Stephen M, Stanberry Kurt; Business Ethics, Houston, Rice university, 2018 year.
367 p.
26. Carroll A., Brown J., Buchholts A., Business & Society, United States of America, Nelson education LTD, 2016 year, 765p
27. Carroll A. Buchholts A; Business & Society, United States of America, Nelson education LTD, 2008 year, 972p
28. Colling. D; Essentials of business ethics, United States of America John Wiley and Sons, 2009 years, 291p.
29. Cr Ane A., D.matten; Business ethics, Ugnited Kingdom, Bell and Bain Ltd, 2016 years, 605p.
30. Gangone Andreea-Daniela; Ethical Issues in international Business, Romania, Brancoveanu University of Pitesti, 2010 year, 199 p.
31. Laasch Oliver , Conaway Roger N.. Principles of responsible management, 2015 years, 51p.
32. Lawrence Anne T., Weber J. Business and Society, New York, McGraw-Hill education, 2017 years, 566p.
33. Milenkovska V. Petrovska J, Stoikovska A.. Positive attitude towards business ethics and social responsibility for improving corporate image, North Macedonia, UTMS Journal of Economics, 2019 year,107p.
34. Target, Future ar heart, Target corporate responsibility report, 2019 years, 91 p.
35. Trevino Klebe, L. Hartman Pincus, L. Brown M; Moral person and moral manager, California management review, 2000 year, 142p.
36. Schermerhorn jr, John R; Management, United States of America, John Wiley and Sons, 485p.
37. <https://ka.wikipedia.org/wiki/ႅႃႃႃႃ>
38. <https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/biznesii>
39. <https://slideplayer.com/slide>
40. <https://www.nbg.gov.ge>
41. <https://www.investopedia.com/terms/c/code-of-ethics>

42. <https://www.marketer.ge>
43. <https://www.starbucks.co.uk/responsibility>
44. <https://www.accprof.org>
45. <https://www.academia.edu>
46. <http://eugeorgia.info/ka/article/579/qartuli-kompaniebi-agrdzeleben-csr-is-evropul-tradiciebs-saqartveloshi/>
47. <https://www.turcert.com>
48. <http://eugeorgia.info/ka/article/579/qartuli-kompaniebi-agrdzeleben-csr-is-evropul-tradiciebs-saqartveloshi/>
49. <https://www.ligsuniversity.com/en/blogpost/corporate-social-responsibility-in-the-21st-century>
50. <http://4p.com.ge/csr-tanamedrove-biznesis-akhali-tendencia/>
51. <http://csrblog.ge/2018/05/24/რა-არის-კორპორაციული-სოც/>
52. <https://www.makemyassignments.com/blog/disadvantages-of-csr/>
53. <https://fortuna.ge/fortuna/post/ar-gadayaro-skhvas-mieci-gvaqvs-tu-ara-saqartveloshi-korporaciuli-socialuri-pasukhismgebloba>
54. <https://csrclub.ge/ge/club/overview>
55. <https://meliora.ge/>
56. <https://drive.google.com/file/d/1uD3UJgWNQPSW6hEQ407iaF7Q1by2iSRR/view>
57. <https://ipress.ge/new/carrefour-da-mastercard-martokhela-khandazmulthadasakhmareblad-erthiandebian/>
58. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4831185?publication=0>
59. <https://www.bpn.ge/article/55047-qvelaze-magali-kashxali-turketshi-mdinare-choroxze-270-metriani-hesi-shendeba/>
60. <https://www.amerikiskhma.com/a/thousands-expected-at-washington-demonstration-saturday-5452054.html>
61. <https://trend.ge/story>
62. <https://www.alia.ge>

63. https://covid-19-georgia.eu4business.eu/?_ga=2.24714418.983694425.1592827925-673347594.1592827925
64. [https://www.bdo.ge/ka-ge/industriebi/coronavirusi-\(covid-19\)-ka](https://www.bdo.ge/ka-ge/industriebi/coronavirusi-(covid-19)-ka)
65. <https://betterhelp.ge/>
66. <https://georgia.unfpa.org/ka/news>
67. <https://youmatter.world/en/top-100-companies-best-csr-reputation2019-28108/>

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Faculty of Economics and Business



Tamari Kavtaradze

**Management of Organizations in Conditions of High Ethical Standards
and Social Responsibility**

Master of Business Administration

Head: Nino Paresashvili

Academic Doctor of Economics

Associate Professor

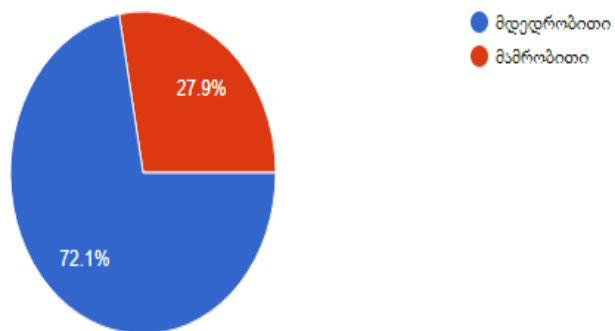
Tbilisi

2020

დანართი

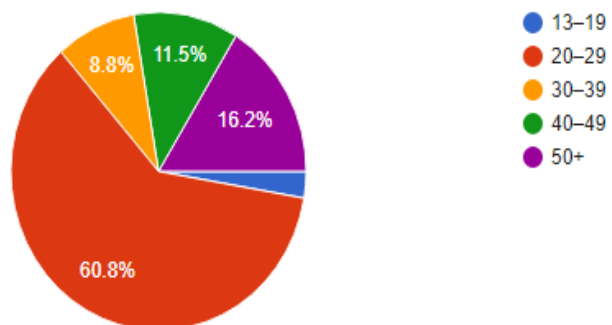
სქესი

147 responses



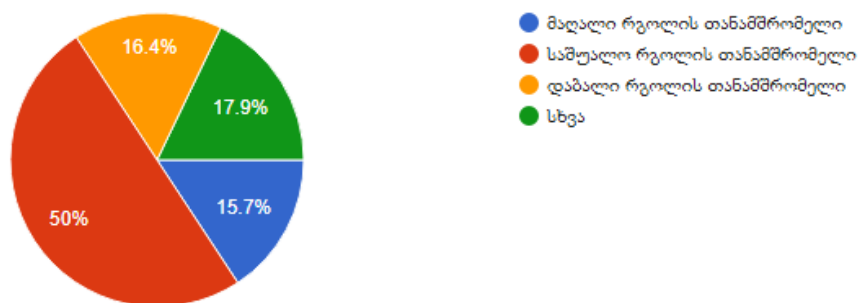
ასაკი

148 responses

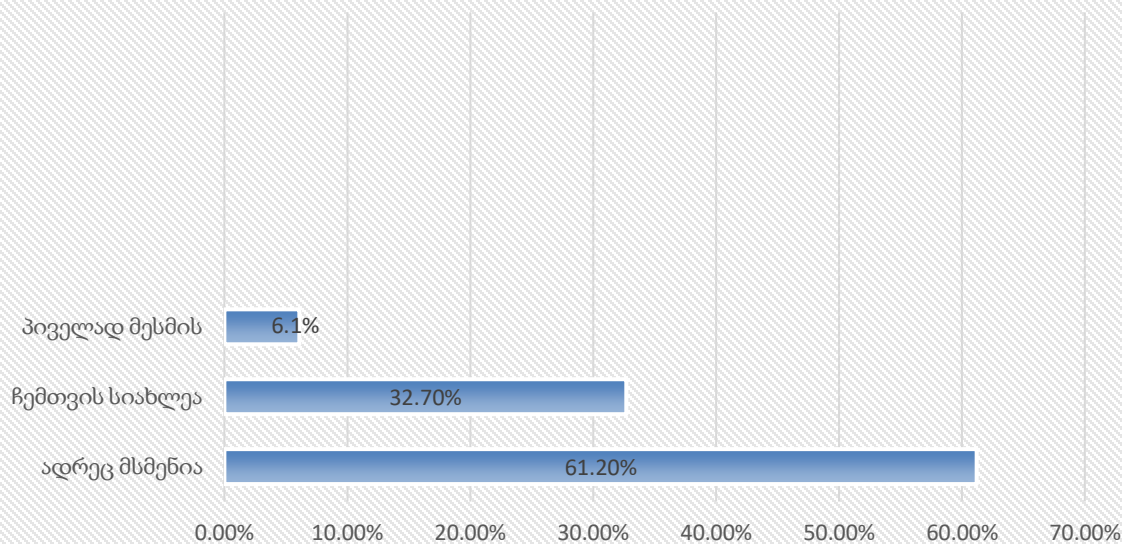


ორგანიზაციაში თქვენი თანამდებობა

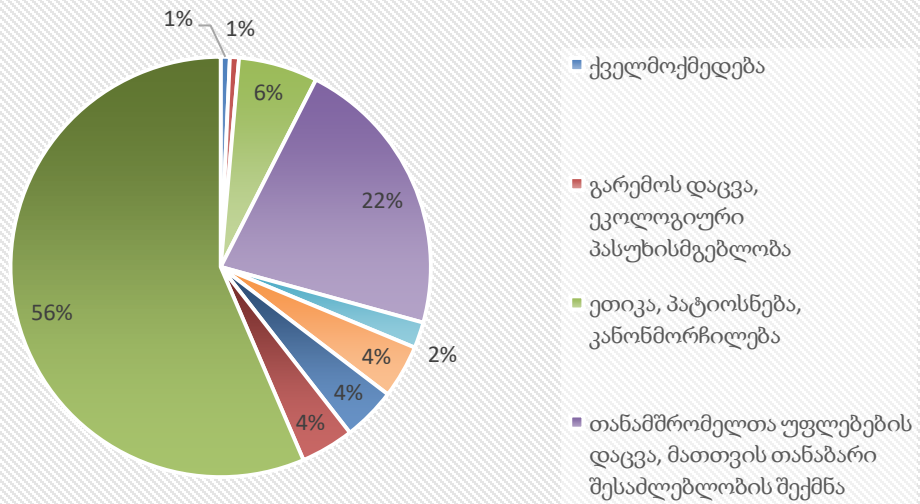
140 responses



კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გასმეზიათ რაიმე თუ თქვენთვის ეს სიახლეა?

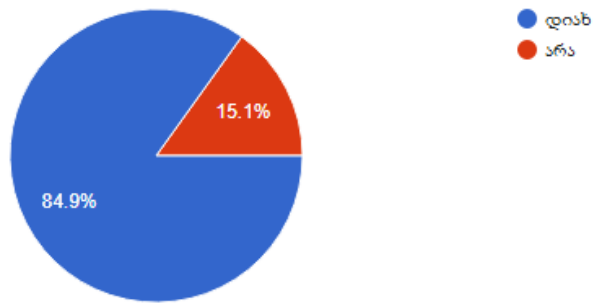


თქვენი აზრით რა არის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ?



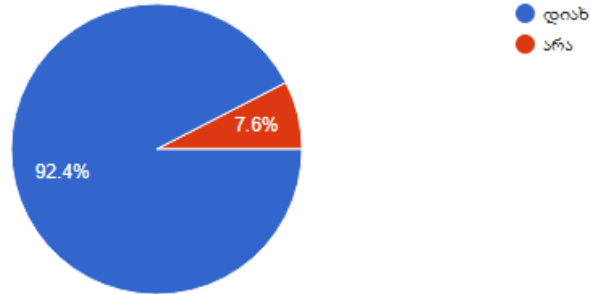
პროდუქციის ან მომსახურების შექმნისას უპირატესობას ანიჭებთ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ეთიკურ ოგანიზაციას?

146 responses

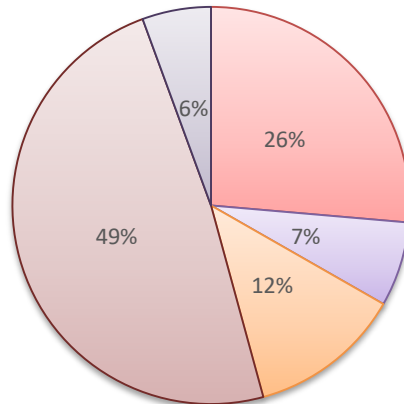


სამსახურის ძიებისას უპირატესობას ანიჭებთ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ეთიკურ ოგანიზაციას?

145 responses

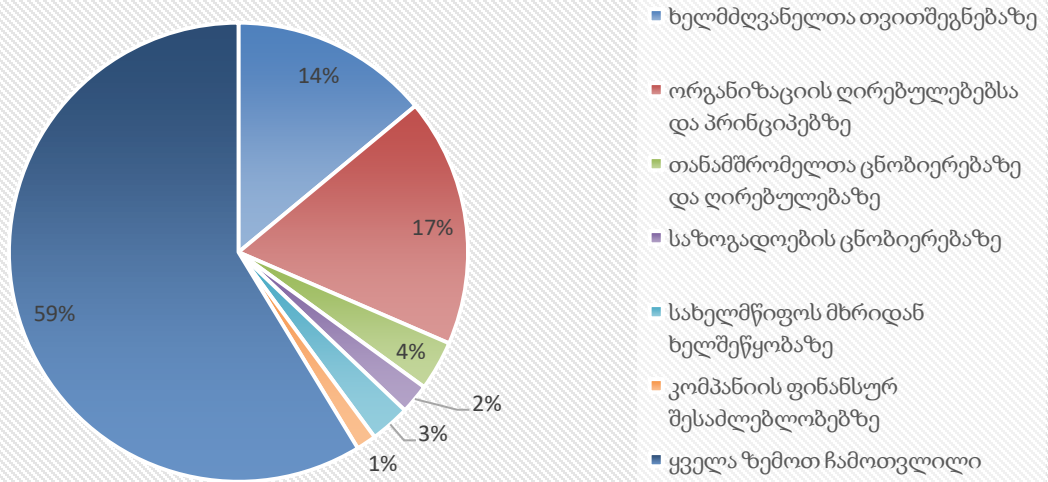


სოციალური პასუხისმგებლობის შეფასებისას თქვენთვის რა უფრო მნიშვნელოვანია?



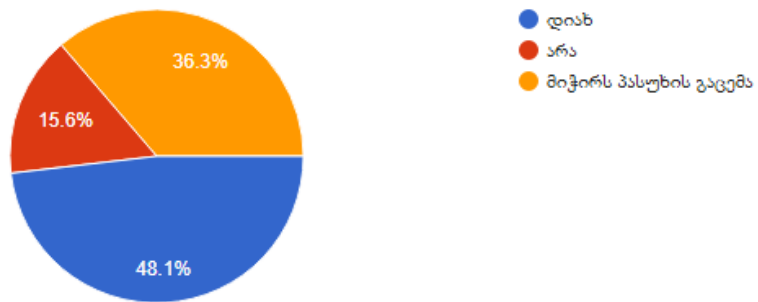
- შემოთავაზებული სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი უნიკალურობა
- შემოთავაზებული სოციალური პასუხისმგებლობის მრავალფეროვნება
- კომპანიის გავლენა გარემო პირობებზე
- კომპანიის ურთიერთობა მომხმარებლებთან მიმწოდებლებთან ხელისუფლებასთან
- სხვა

თქვენი აზრით რაზეა დამოკიდებული ორგანიზაცია იყოს მაღალ ეთიკური და ანხორციელებდეს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა აქტივობას?

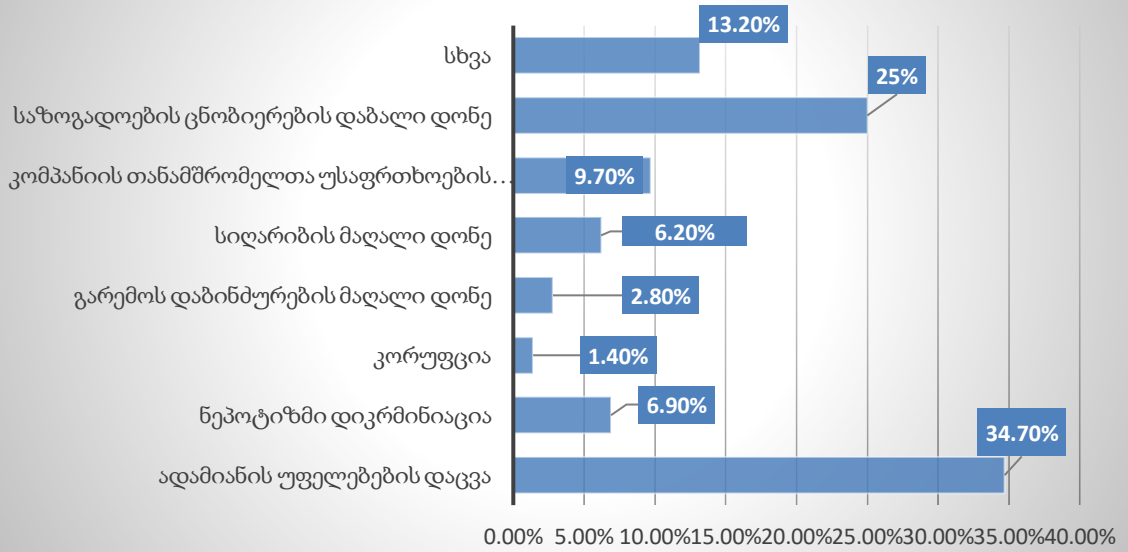


თვლით თუ არა რომ მუშაობთ მაღალი ეთიკისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ორგანიზაციაში?

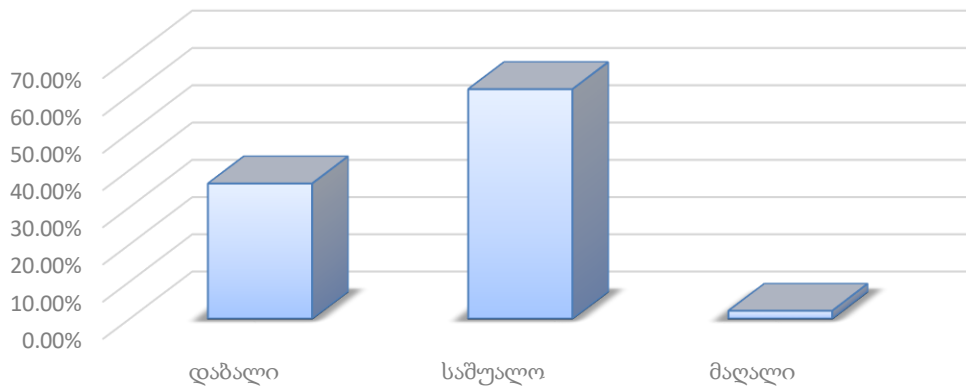
135 responses



რა მიგაჩნიათ კორპორაციული სიცვალური პასუხისმგებლობის მთავარ გამოწვევად?



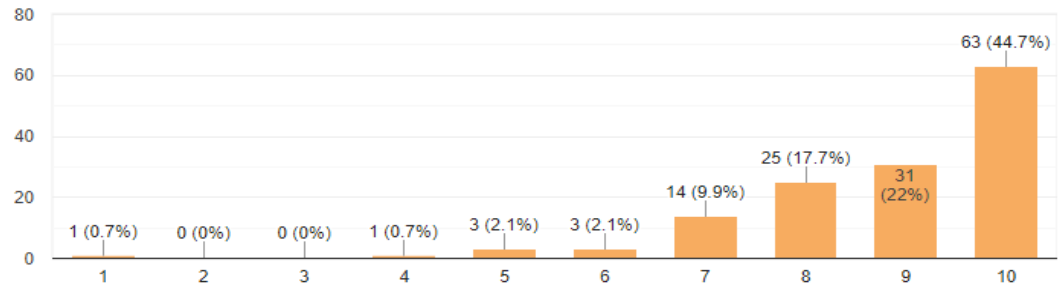
როგორ შეაფასებდით ქართული კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ თქვენს ინფორმირებულობის დონეს?



როგორ შეაფასებდით ქართული კომპანიების სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ თქვენს ინფორმირებულობის დონეს?

10 ბალიანი სისტემით შეაფასეთ ეთიკის მაღალი დონისა და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გავლენა კომპანიის წარმატებაზე

141 responses



თქვენი აზრით ქართული კომპანიები გადაწყვეტილების მიღებისას ბიზნეს ეთიკის, რომელ მიდგომას იყენებენ?

